

Освіта – інтелігентність – культура

ЗБІРНИК ПРАЦЬ
молодих учених
Народної української академії

Харків
Видавництво НУА
2018

УДК 378+316+33+81(05)''550.1''(477.54)
З-41

*Друкується за рішенням Ученої ради
Харківського гуманітарного університету
«Народна українська академія».
Протокол № 9 від 23.04.2018.*

Редакційна колегія

Астахова К. В., д-р іст. наук (голов. ред.); *Астахова В. І.*, д-р іст. наук;
Батаєва К. В., д-р філос. наук; *Сумець О. М.*, д-р екон. наук;
Михайльова К. Г., д-р соціол. наук; *Нечитайло І. С.*, д-р соціол. наук;
Подольська Є. А., д-р соціол. наук; *Тарасова О. В.*, д-р філол. наук;
Тимошенкова Т. М. канд. філол. наук; *Шевченко І. С.*, д-р філол. наук;
Яременко О. Л., д-р екон. наук.

З-41 **Збірник** праць молодих учених Народної української академії /
[редкол.: К. В. Астахова (голов. ред.) та ін.]. – Харків : Вид-во НУА,
2018. – 218 с.

У збірнику представлено результати наукових пошуків молодих науковців з актуальних проблем економіки, філології та соціології. Особлива увага приділяється розгляду соціологічних та економічних аспектів управління, питань інноваційного розвитку економіки та функціонування освітньої системи в умовах становлення суспільства знань, сучасних наукових підходів в галузі філології та перекладознавства. Збірник може стати в нагоді для студентів, викладачів та усіх тих, хто цікавиться актуальними проблемами соціогуманітарних наук.

УДК 378+316+33+81(05)''550.1''(477.54)

ПЕРЕДМОВА

Сучасний світ вступає у цифрову епоху, що обумовлює стрімкі та системні зміни усіх сфер суспільного життя. Ці зміни висувують особливі вимоги до науки та освіти, котрі в умовах так званої цифрової економіки набувають статус провідного ресурсу виробництва. Адже, саме на науку покладається завдання щодо пошуку та відпрацювання методів структурування та обробки величезних та постійно зростаючих масивів інформації. При цьому слід відзначити, що сьогодні значно зростає роль не лише технічних, але й гуманітарних та поведінкових наук, оскільки ці галузі наукового знання можуть дати відповідь, як людина та суспільство мають діяти в принципово нових умовах цифровізації. Отже, провідним вектором розвитку сучасної вищої школи є подальша сайєнтифікація, в умовах якої в ролі суб'єкта наукової діяльності виступає не лише викладач, але й студент.

В умовах сайєнтифікації вищої освіти особливого значення набуває розбудова стрункої та ефективної системи науково-дослідної діяльності студентів та молодих викладачів. Адже, лише всебічне стимулювання наукових досліджень молоді може вирішити проблему відтворення науково-дослідних кадрів та забезпечити всі галузі економіки кваліфікованими працівниками, здатними працювати в умовах наростання інноваційних процесів. У Харківському гуманітарному університеті «Народна українська академія» завжди приділялось багато уваги науковим пошукам студентів та молодих викладачів та співробітників. В академії функціонують Асоціація молодих вчених та Студентське наукове товариство, щорічно проводяться наукові конференції студентів та молодих науковців. Під керівництвом провідних викладачів студенти, магістранти та молоді науковці беруть активну участь в роботі профільних наукових шкіл ХГУ «НУА», постійно публікують результати своїх наукових пошуків, беруть участь в міжнародних та всеукраїнських конкурсах наукових проектів.

Збірник, що пропонується читачеві, містить наукові праці аспірантів, магістрантів та студентів, котрі присвячено актуаль-

ним питанням економіки, соціології та філології. Слід відзначити, що збірник праць молодих вчених щорічно видається у Народній українській академії, а його матеріали активно використовуються у навчальному процесі та науковій роботі.

Основу економічного розділу складають статті, підготовлені в рамках діяльності академічних наукових шкіл з економіки підприємства та економіки освіти. В цих статтях висвітлюються різні аспекти управління сучасним підприємством, його інноваційного розвитку, зокрема, аналізуються питання мотивації персоналу, маркетингової політики підприємства, впровадження інновацій тощо. Значний інтерес представляють роботи філологічного блоку, в яких аналізуються актуальні проблеми перекладознавства та лінгвістики. Підготовка цих робіт стала результатом плідної діяльності наукових шкіл з філології та перекладу. В соціологічному розділі представлено широкий спектр робіт, в яких знаходять відображення сучасні наукові надбання в галузі соціології управління, економічної соціології, соціології освіти.

Ураховуючи вищесказане, уявляється, що праці, опубліковані в збірці, можуть стати в нагоді як для спеціалістів, так і для усіх тих, хто цікавиться актуальними проблемами гуманітарних наук.

Редакційна колегія

Економіка



УДК 658

Е. С. Белевцева

Научный руководитель: доцент Т. Н. Кирик

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы конкурентоспособности предприятия а также факторы ее формирования и действия по ее повышению.

Ключевые слова: предприятие, маркетинг, конкуренция, экономический анализ, спрос, рынок, продукция, факторы конкурентоспособности..

The article considers the problems of the enterprise's competitiveness, as well as the factors of its formation and actions to increase it.

Keywords: enterprise, marketing, competition, economic analysis, demand, market, products, factors of competitiveness.

Анализ последних исследований и публикаций. Повышение конкурентоспособности в последнее время приобрело особую актуальность и рассматривается в ряде работ отечественных и зарубежных ученых, а именно: А. Э. Ананян [1], С. В. Ближнюк[2], К. А. Кудрявцев [3], Т. С. Науменко [4], М. Портер[5].

Анализ существующих публикаций позволяет констатировать, что на сегодняшний день исследователями недостаточно уделено внимания факторам, которые формируют конкурентоспособность, а также их взаимосвязи. Не завершилось окончательное определение понятия конкурентоспособности, а именно перечня факторов и их классификации. Целью статьи является анализ понятия конкурентоспособности и факторов ее определяющих.

Изложение основного материала исследования. На современном этапе экономического развития конкурентоспособность является важным элементом в экономике многих стран мира. В настоящее время в условиях рынка невозможно добиться стабильного успеха в предпринимательстве, если не рассчитать эффективность его развития, не накапливать постоянно сведения о собственных перспективах и способностях, о состоянии рынков,

не оценивать место конкурентов на них и не проводить анализ конкурентоспособности своей фирмы.

Конкурентоспособность предприятия представляет собой свойство, характеризующееся степенью реального и потенциального удовлетворения им определенной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке [3]. Когда предприятие имеет высокую конкурентоспособность, это сопровождается удовлетворенностью и желанием потребителей повторно приобретать продукцию данной фирмы, отсутствием претензий к фирме как со стороны государства, в лице налоговых органов, общества в целом, собственников и контрагентов.

На конкурентоспособность предприятия влияют не только качественные и ценовые параметры, но и уровень менеджмента, система управления денежными потоками, состояние рынка, степень внедрения инноваций, мотивация и квалификация рабочего персонала. Но, не смотря на все эти условия, важнейшую роль занимает маркетинг. Основные задачи маркетинга – выявить наиболее значимые потребности потребителей, учёт изменений их предпочтений, оценка перспективности сегментов рынка, разработка и осуществление эффективных стратегий по повышению конкурентоспособности.

Конкурентные преимущества – это совокупность ключевых отличных от соперников факторов успеха, которые способствуют обеспечению предприятию устойчивой лидирующей конкурентной позиции на рынке на определенный период [4].

Присутствие конкуренции является важным условием для формирования конкурентоспособности товаров и предприятия в целом. Конкурентоспособность товара – способность продукции быть привлекательной для потребителей, отвечать запросам конкурентного рынка по сравнению с другими аналогичными изделиями. Она определяется с одной стороны – ценами, устанавливаемыми продавцами товаров, с другой стороны качеством данного товара. Кроме этого, на конкурентоспособность оказывают свое влияние и другие факторы: популярность того или иного товара, реклама, имидж предприятия, место фирмы на рынке данного товара, колебания спроса.

Таким образом, под конкурентоспособностью товара следует

понимать совокупность его характеристик, отличающих его от аналогичных продуктов. Также данное понятие представляет собой систему потребительских, экономических и технических показателей: технический уровень изделия, функциональные, социальные и другие полезные свойства, цена покупки и издержки на потребление. Мониторинг конкурентоспособности проводится с помощью сравнительного анализа перечисленных показателей с уровнем аналогичных показателей конкурентов.

Различные авторы в своих определениях конкурентоспособности используют чаще всего такие термины как: качество, полезность, привлекательность, соотношение «цена – качество», выдержка конкуренции и т.д. Нам же представляется, что конкурентоспособность – системный показатель товара, следствие работы всех элементов маркетинга, которые обеспечивают выигрышное положение на рынке.

Определение конкурентоспособности предприятия – процесс более сложный, подразумевающий преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли на территории государства и за его пределами.

Основу конкурентоспособности предприятия представляет собой система его конкурентных преимуществ. На основе сравнительного анализа разных подходов к исследованию конкурентных преимуществ предприятия, необходимо осуществлять их систематизацию по следующим признакам:

- отношение к самой системе;
- область возникновения преимущества;
- содержание фактора преимущества;
- время реализации преимущества;
- место реализации преимущества;
- вид конечного результата [1].

Если организация обладает конкурентным преимуществом, то оно в свою очередь формируется (определяется) различными факторами: внутренние (почти целиком определяются руководством организации) и внешние (появление этих факторов уже в небольшой степени зависит от организации).

К типовым факторам конкурентоспособности относят такие преимущества как: рыночные, управленческие, технические, структурные, ресурсные.

В качестве показателей конкурентных преимуществ используются такие показатели, как издержки производства, размер относительной доли рынка, степень овладения улучшенными технологиями, стратегия продаж, отличительные свойства товаров, популярность фирмы.

Из всего многообразия толкования понятия конкурентоспособности предприятия, можно отметить следующие характерные свойства: на конкурентные преимущества предприятия воздействуют экологическая и социальная среда;

- конкурентоспособность предприятия показывает, насколько развита данная фирма в сравнении с ее конкурентами по степени удовлетворения спроса на ее продукцию и по эффективности производственной деятельности;

- конкурентоспособность организации повышает ее привлекательность для инвесторов;

- конкурентоспособность – это способность одного объекта превзойти своего конкурента по всем критериям;

- конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия выстоять на рынке по сравнению с аналогичными товарами конкурентов;

- конкурентоспособность продукции и предприятия – тесно связанные определения;

- конкурентоспособность – это показатель, для которого базой сравнения выступают подобные показатели предприятий-конкурентов;

- конкурентоспособность предприятия изменяется во времени, ее изменения зависят от определенных факторов: внутренних и внешних;

- конкурентоспособность фирмы характеризует значения и эффективность применения всех его ресурсов.

Поскольку конкурентоспособность продукции играет огромную роль в обеспечении финансовой устойчивости фирмы, то ей нужно правильно управлять. Моделирование показателей конкурентоспособности производится на этапе проектирования продукта. Задача маркетинговой службы состоит в том, чтобы выяснить потребности общества для их удовлетворения, а также предвидеть какие потребности могут возникнуть в ближайшем

будущем из-за изменения условий жизни: инфляция, рост доходов населения и т.д.

Соотношение цены, сервиса и качества – вот основа в обеспечении конкурентоспособности продукции. Естественно, что на конкурентоспособность могут влиять и другие факторы (маркетинг, мода и т.п.), причем как в положительную, так и в отрицательную сторону. Но, не смотря на эти факторы, конкурентоспособность закладывается еще на начальной стадии проектирования и производства, вследствие этого ограничено поддается воздействию маркетинга в ходе сбыта.

Повышение конкурентоспособности – это актуальная проблема в наше время. Решение этой проблемы связано с усовершенствованием разработки, изготовления, реализацией и техническим обслуживанием продукции.

Благодаря этим усилиям, можно добиться следующих результатов:

- снижения издержек производства;
- повышения качества продукции;
- стимулирования рекламных кампаний;
- увеличения экономичности и оперативности послепродажного обслуживания.

Конкурентоспособность состоит из многих разных элементов, которые представляют собой самостоятельный объект управления. Конкурентоспособное предприятие имеет стратегический подход в управлении конкурентоспособностью.

Американский экономист Майкл Портер [5]. в своей теории конкурентных преимуществ рассматривает два главных источника преимуществ: маркетинг и издержки. Преимущества в издержках – это конкурентоспособность, возникающая благодаря более низким производственным и маркетинговым расходам по сравнению с конкурентами. Это позволяет предприятию снизить цены на выпускаемую продукцию или экономить на рекламе и распределении. Преимущества в маркетинге – это конкурентоспособность товаров и услуг, которые удовлетворяют покупателей больше, чем товары конкурентов.

Существует определенная система обеспечения конкурентоспособности предприятия. В теории вопрос обеспечения конку-

рентоспособности выпускаемой продукции рассматривается одновременно как процесс и как структура. Обеспечение конкурентоспособности как процесс – это реализация связанных между собой научных подходов, методов, принципов, средств и мероприятий, разрабатываемых по всем критериям управления и стадиям жизненного цикла управляемых объектов. Цель этих действий – обеспечение конкурентоспособности выпускаемой продукции. Система обеспечения конкурентоспособности как структура – это система, которая состоит из внешнего окружения предприятия и его внутренней структуры, направленной на обеспечение конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Оценка уровня конкурентоспособности предприятия позволяет:

- сформировать управленческие задачи (определить подходы к производству, технологии, сбыту, найму трудовых ресурсов, финансированию материального, информационного и организационного обеспечения);
- принять управленческое решение (уменьшить затраты, сосредоточить внимание на конкретном сегменте рынка, заключить соответствующие контракты);
- разработать мероприятия, направленные на развитие и поддержание конкурентных преимуществ (поддержать долгосрочные преимущества, предотвратить действия участников, разработать меры освоения новых рынков и привлечения средств инвестора) [6].

Выводы. Таким образом, конкурентоспособность предприятия – это возможность эффективной хозяйственной деятельности, то есть практической прибыльности в условиях конкурентного рынка. Поддержание на высоком уровне конкурентоспособности обеспечивается всеми компонентами, имеющимися у предприятия маркетинговых средств. Производство и эффективная реализация конкурентоспособных товаров и услуг – обобщающий показатель жизнестойкости предприятия, его умения эффективно использовать свой производственный, научно-технический, трудовой, финансовый потенциал.

Список литературы

1. Ананян А. Э. Значение управленческого анализа в современных условиях развития экономики / Ананян А. Э., Чумакова Н. А. //

Экономическая наука в XXI веке: проблемы, перспективы, информационное обеспечение : Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов, магистрантов и преподавателей. – Москва, 2013. – С. 280–285.

2. Близнюк С. В Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень / С. В Близнюк, А. В. Остапенко / Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 7. – С. 41–42.

3. Кудрявцев К.А. Способы повышения конкурентоспособности предприятий/ К. А. Кудрявцева // Креативная экономика. – 2010. – Т. 4. – № 12. – С. 123–128.

4. Науменко Т.С. Экономический анализ : учеб. пособие / Т.С. Науменко, Н.А. Чумакова. – Краснодар, 2012. – 168 с.

5. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран/ М. Портер ; пер. с англ. под ред. Щетинина В. Д. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с.

6. Швед Т. В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Швед Т. В., Біла Е. С. . – Режим доступа: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/8_ukr/70.pdf (дата обращения: 10.05.2018).

УДК 338:2

Д. В. Белоусов

*Научный руководитель: канд. экон. наук,
доцент Е. И. Решетняк*

СУЩНОСТЬ РЕИНЖИНИРИНГА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Анотація. У статті проаналізовано праці вітчизняних і зарубіжних вчених в області реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві. Розглянуто існуючі методології, виділено основні принципи та особливості підходів до реінжинірингу бізнес-процесів. Зроблено висновок про необхідність проведення реінжинірингу для підвищення якості підприємницької діяльності.

Ключові слова: реінжиніринг, бізнес-процес, інжиніринг, інформаційні технології.

Annotation. In the article the works of domestic and foreign scientists in the field of business processes reengineering at the enterprise are analyzed. Existing methodologies are considered, basic principles and peculiarities of

approaches to business process reengineering are highlighted. A conclusion was made on the need of reengineering to improve the quality of entrepreneurial activity.

Key words: reengineering, business process, engineering, information technologies.

Понятие реинжиниринг возникло примерно в 1990 г. и по сегодняшний день продолжает вызывать активный интерес специалистов в области менеджмента и информационных технологий. К настоящему времени, данная тема активно изучается, по ней написаны десятки монографий, сотни статей, материалы конференций, проводимых ежегодно.

Наиболее популярной остается книга М. Хаммера и Дж. Чампи “Реинжиниринг корпораций: революция в бизнесе”, выпущенная еще в 1993 г. В настоящее время реинжиниринг взят на вооружение многими ведущими компаниями мира. Все более растущую популярность данная технология начинает приобретать и в нашей стране.

Анализ существующих подходов и методологий реинжиниринга бизнес-процессов, обусловленный растущей тенденцией практического применения данной технологии, является основной целью данной статьи.

М. Хаммер предложил следующее определение понятия реинжиниринга: “Реинжиниринг – это фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование деловых процессов для достижения резких, скачкообразных улучшений в решающих современных показателях деятельности компании, таких как стоимость, качество, сервис и темпы” [5].

Хаммер дает описание бизнес-процессов, которое ориентировано на создании ценности для клиентов. По Хаммеру, бизнес-процесс – это совокупность действий, которая берет один или несколько входов и создает выход, представляющий в дальнейшем ценность для клиента, причем под клиентом понимается именно внешний по отношению к компании клиент.

Целью проекта реинжиниринга по Хаммеру и Чампи считается кардинальное повышение эффективности бизнес-процессов, а средством реинжиниринга является создание и внедрение оригинальной идеи, которая способна не просто улучшить процесс, но и существенно его изменить.

Информационные технологии при этом играют важную, но не основную роль. В своей работе Хаммер предостерегает от излишнего увлечения информационными технологиями, которое может в дальнейшем привести к тому, что проект реинжиниринга сведется просто к автоматизации на всех этапах бизнес-процесса, в то время как от некоторых этапов можно просто отказаться, а другие выполнять совершенно иначе.

В качестве важнейших принципов реинжиниринга бизнес-процессов можно выделить следующие:

1) несколько рабочих процедур объединяются в одну, что приводит к горизонтальному сжатию процесса и многофункциональности рабочих мест;

2) исполнители принимают самостоятельные решения и как следствие происходит повышение ответственности, заинтересованности работника в результатах своего труда;

3) шаги процесса выполняются в естественном порядке, иначе говоря, работа выполняется в том месте, где это целесообразно;

4) многовариантность исполнения процесса, повышение адаптивности процесса к изменению внешней среды;

5) уменьшение количества проверок и минимизация количества согласований;

6) обеспечение уполномоченным менеджером контакта с клиентом;

7) преобладание смешанного централизованно-децентрализованного подхода, следствием чего является делегирование полномочий по принципу «сверху – вниз» [4].

Ойхман Е. и Попов Э. отмечают, что реинжиниринг бизнеса предусматривает новый способ мышления, а именно взгляд на построение компании как на инженерную деятельность. Компания рассматривается как нечто, что может быть построено, спроектировано или перепроектировано в соответствии с инженерными принципами [1].

При этом инжиниринг бизнес-процессов включает в себя реинжиниринг бизнес-процессов, который проводится с определенной периодичностью, и последующее непрерывное улучшение бизнес-процессов путем их адаптации к изменяющейся внешней среде.

Как известно, при традиционном подходе внимание

фокусируется на отдельных функциях, работах и исполнителях. Проблема здесь заключается в том, что процессы описать не так легко, как организационные иерархические структуры. Организационные подразделения, как правило, ограничиваются выполнением только узких функций, в то время как процессы пронизывают организационные структуры и в них участвуют различные подразделения. Усовершенствование отдельных функций, выполняемых организационными единицами, которые рассматриваются отдельно друг от друга и от конечного продукта, чаще всего не приводит к повышению эффективности производства в целом.

Фундаментальное переосмысление традиционного подхода предполагает исследование не только способов ведения деловых процессов, но и более фундаментальных вопросов. В ходе реинжиниринга могут быть полностью переосмыслены правила, положенные в основу текущего способа ведения бизнеса. Зачастую эти правила оказываются устаревшими или ошибочными. Радикальное перепроектирование бизнес-процесса означает перестраивание, затрагивающее суть явлений, а не только поверхностные изменения. По сути, это, скорее является изобретением, а не улучшением или модификацией действующих процессов в компании.

Том Давенпорт, который является одним из основоположников теории реинжиниринга, дает более формальное определение бизнес-процесса, которое не привязано к клиенту. По Давенпорту бизнес-процесс представляет собой особое размещение рабочих операций в пространстве и времени, имеющее начало, конец и определенные входы и выходы, то есть структуру действия [3].

Целью проекта реинжиниринга по Давенпорту считается кардинальное повышение эффективности бизнес-процессов, а средством является внедрение новейших информационных технологий, хотя Давенпорт признает, что организационные и кадровые проблемы имеют большое значение.

Упор на информационные технологии, с одной стороны, существенно упрощает задачу, ведь оптимизировать процессы нужно не просто опираясь на революционную идею, но осознав как процессы изменятся, если внедрить новейшие информационные технологии. С другой стороны, в большинстве случаев,

проблемы очень часто лежат не в недостаточной автоматизации, а в самой логике процесса.

М. Манганелли и Р. Клайн предлагают концентрироваться только на тех бизнес-процессах, которые напрямую поддерживают стратегические цели компании. Целью проекта реинжиниринга по Манганелли и Клайну считается кардинальное повышение конкурентоспособности, а средством выступает внедрение новейших информационных технологий. Их подход существенно отличается от Хаммера, Чампи и Давенпорта.

Основоположники реинжиниринга также говорят о повышении конкурентоспособности, но речь идет лишь о повышении эффективности бизнес-процессов. На самом деле конкурентоспособность, прежде всего основана на уникальном конкурентном преимуществе товара или услуги компании. Какое именно уникальное конкурентное преимущество будет достигнуто определяет стратегия компании. Отсутствие учета стратегии компании при перепроектировании бизнес-процессов приводит к тому, что проект реинжиниринга только повышает эффективность, то есть снижает стоимость, сроки, повышает удовлетворенность клиента, но никак не способствует созданию уникального конкурентного преимущества. При учете стратегии процессы могут стать принципиально иными.

Таким образом, на сегодняшний день существует довольно обширная методология проведения реинжиниринга. Каждая из них отличается своим определенным подходом и имеет место быть. Однако все рассмотренные методологии объединяет то, что всё-таки, реинжиниринг предполагает не просто какое-либо усовершенствование или обновление процессов, а именно коренные изменения, с использованием информационных технологий, вследствие данных изменений жизнь и деятельность любой организации начинает протекать на качественно ином и более высоком уровне.

Список литературы

1. Ойхман Е. Г. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организации и современные технологии / Е. Г. Ойхман, Э. В. Попов. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 147 с.
2. Попов Э. В. Реинжиниринг бизнес-процессов и информационные технологии / Э. В. Попов. – М. : МИР, 2008. – 311 с.

3. Робсон М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес – процессов / М. Робсон. – М. : Аудит, 2008. – 112с.
4. Труфанов С.В. Реинжиниринг бизнес-процессов // Экономические науки. – 2008. – № 2. – С. 56.
5. Хаммер, М. Реинжиниринг корпораций: Манифест революции в бизнесе / Майкл Хаммер, Джеймс Чампи; пер. с англ. Ю. Е. Корнилович. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 287 с.

УДК 005.334.4

Д. В. Василенко

*Научный руководитель: канд. экон. наук,
доцент Т. Н. Кирик*

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ИНСТРУМЕНТЫ ЕГО РЕШЕНИЯ

Анотація. У статті розглядається поняття кризи і антикризового управління, причини виникнення. Цілі, завдання та етапи антикризового управління, діагностика і попередження його банкрутства. Які фахівці займаються кризами, якими інструментами користуються для визначення рівня кризи і що потрібно підприємству для виходу з кризи.

Ключові слова: антикризове управління, криза, інструменти, виведення, програма, банкрутство.

Annotation. The article deals with the concept of crisis and crisis management, the causes of the emergence. Goals, tasks and stages of crisis management, diagnostics and prevention of bankruptcy. What specialists are engaged in crises, what tools are used to determine the level of the crisis and what the enterprise needs to overcome the crisis.

Key words: crisis management, crisis, tools, elimination, program, bankruptcy.

Современное состояние экономики Украины характеризуется высокой степенью неопределенности, быстро меняющейся внутренней и внешней средой, колебаниями рыночной конъюнктуры, величиной издержек и прибыли. Большое количество организаций находится в сложной ситуации, когда расходы превышают доходы и вместо прибыли они получают убытки, становятся неплатежеспособными, финансово неустойчивыми,

нарушается их деловая активность. Нередко у хозяйствующих субъектов возникает кризисная ситуация, которая завершается их несостоятельностью и банкротством. Традиционные методы управления в этих условиях не дают достаточного эффекта, что привело к появлению нового типа менеджмента, способного предвидеть, предотвращать наступление кризиса и выводить хозяйствующий субъект из сложного предкризисного или кризисного состояния. Такой тип управления получил название «антикризисного» [4].

Процесс вывода предприятия из кризисного состояния должен происходить не хаотично и бессистемно. Он должен быть организован и скоординированный. Понимание этого обуславливает целесообразность использования определенных инструментов, в том числе документов, которые должны разрабатываться в процессе антикризисного управления предприятием [1].

В последнее десятилетие слово «кризис» прочно вошло в повседневный лексикон людей, живущих в самых разных странах. Люди все чаще воспринимают окружающую их действительность как полную неожиданностей, опасностей и угроз, исходящих из самых разных источников – от террористов до банков. Классическое понятие «кризиса» в экономике означает нежелательную и драматическую фазу в экономической системе. Катализатором кризисных процессов являются колебания и негативные явления, что происходит в социально-экономической жизни общества. Можно данное определение трактовать иначе, кризис – это маловероятное событие, способное угрожать жизнедеятельности организации, характеризующееся неопределенными причинами и трудно предсказуемыми последствиями, требующее принятия немедленных решений [3; 5].

Антикризисное управление можно определить как систему управленческих мер и решений по диагностике, предупреждению, нейтрализации и преодолению кризисных явлений и их причин на всех уровнях экономики. Оно должно охватывать все стадии развития кризисного процесса, в том числе и его профилактику, предупреждение. Одна из основных целей антикризисного управления – выживание организации в кризисной ситуации и вывод её из кризисного состояния, применение мероприятий по оздоровлению. Но можно отметить, что более важным

является недопущение кризисной ситуации и устранение кризиса в первой его фазе. В зависимости от целей существуют различные стратегии антикризисного управления, но для каждой из них важны своевременное распознавание кризисной ситуации, определение причин, симптомов и факторов кризиса. Для предприятий, достигших стадии развития и подъема в своем жизненном цикле, экономическая сторона кризиса и, следовательно, необходимость диагностики выражаются в дефиците денежных средств, необходимых для ведения производства и расчетов с кредиторами [2; 4].

Главной задачей антикризисного управления является обеспечить такое положение предприятия на рынке, когда о банкротстве не должно быть и речи, а упор делается на преодоление временных трудностей, в том числе финансовых, с помощью использования всех возможностей современного менеджмента. Разработки практической реализации на каждом предприятии специальной программы, которая имеет стратегический характер, позволяющий существовать при разных рыночных коллизиях. Определение уровня кризиса зависит от глубины экономического анализа деятельности предприятия. Ликвидность и стойкость, оборот и расходы, цена и вместимость рынка дополняются анализом факторов и прогнозом перспектив их изменить. Система мотивации персонала и степень нагрузки производственных мощностей обуславливает потенциальные резервы преодоления кризиса. Одной из основных целей антикризисного управления – выживание организации в кризисной ситуации и вывод её из кризисного состояния, применение мероприятий по оздоровлению. Но можно отметить, что более важным является недопущение кризисной ситуации и устранение кризиса в первой его фазе [4; 5].

Выделяют четыре этапа (фазы) кризиса предприятия и его банкротства, определение которых приводит к следующему выводу, что первая, вторая и частично третья стадии кризиса фирмы составляют содержание кризиса для его собственников, четвертая – опасность для кредиторов.

Для приобретения верной и качественной информации для руководства и собственников предприятия нужна диагностика о его реальных проявлениях на начальной стадии экономического

кризиса и основа для введения в действие особых методов и механизмов менеджмента. В свою очередь диагностика – это и оценка достоверности текущего финансового учета и отчетности. Она позволяет выявлять причинно-следственные связи в отклонениях менеджмента, а затем переходить к построению моделей функционирования и развития предприятия, осуществляя при этом предупреждение его банкротства [2].

Ученые все больше и больше углубляются в изучение данной проблематики. Появляются больше статей, книг, различных источников по управлению кризисами на предприятии, и даже если смотреть глобальнее – в Украине в целом. Ученые изучают положение страны и стараются разработать новые методы по улучшению положения экономического состояния, что таким образом может повлиять на существование украинских предприятий и их развитие.

Менеджеры, имеющие специальную подготовку и определенный набор личностных качеств по антикризисному управлению, называются арбитражными управляющими. Они готовятся для работы в экстремальных условиях кризиса, банкротства и санации предприятий. Подготовка таких специалистов требует новых подходов в технологии и организации учебного процесса. Необходимы знания в области экономики, права, психологии, естественных наук, а также освоение приемов поведения в экстремальных ситуациях. Наличие таких специалистов является важным фактором антикризисного управления. Однако любому менеджеру должны быть присущи качества и приемы управления в критических ситуациях. Чем сложнее управление, а его усложнение – одна из современных тенденций развития, тем важнее становится способность менеджера предвидеть и предполагать возможность кризиса, готовность к его преодолению. И эти качества должен воспитывать и развивать в себе каждый менеджер [2].

Разработка и реализация комплексной программы по выведению из кризиса предприятия включает в себя:

- проверку и анализ деятельности предприятия;
- обеспечение финансовой стабилизации на предприятии;
- устранение неплатежеспособности;
- восстановление финансовой устойчивости;

– обеспечение финансового равновесия в длительном периоде.

Инструментарий, используемый специалистами для антикризисного управления:

– Комплексный анализ экономического состояния предприятия

– Анализ стратегического потенциала предприятия

– Benchmarking (сравнительный анализ)

– Анализ ключевых компетенций

– PEST–анализ (анализ внешнего окружения)

– SWOT–анализ (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз)

– Value Chain Analysis (анализ цепочек потребительской ценности)

– Economic Value Analysis (анализ экономических показателей)

– Balanced Scorecard (сбалансированная система показателей)

Название планового документа, разрабатываемого для управления антикризисным процессом – план санации. Название этого документа введено в обращение Законом “О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом”. План санации является обязательным документом, который подлежит обработке (не позднее трех месяцев со дня вынесения решения о санации должника), одобрению комитетом кредиторов предприятия, согласованию с инвесторами (при их наличии) и утверждению постановлением хозяйственного суда [1].

В условиях сложившейся финансовой ситуации для бизнеса является важным организовать текущие процессы так, чтобы сохранять свои конкурентные преимущества, занимать высокие позиции на рынке, при этом удерживая стабильность внутри организации. Изменение бизнес среды создало многим компаниям значительные сложности: длительный период экономического роста и позитивные ожидания привели к отсутствию альтернативных вариантов деятельности компании в случае ухудшения экономической конъюнктуры. В связи с этим на предприятиях необходимо применять антикризисные меры не только в виде сокращения затрат, отказа от инвестиций и т.п., но и использование появившихся новых возможностей: новые рыночные ниши, ослабление конкурентов, изменение рынка труда.

Антикризисное управление – это целый комплекс взаимосвязанных мероприятий, требующий знаний и практического опыта. Для выхода компании из кризиса профессионалы данной сферы должны обладать практическим опытом по реализации проектов в области оптимизации организационной структуры и системы управления, реорганизации компаний, оптимизации бизнес-процессов, маркетинговых исследований, разработки систем управленческого учета и бюджетирования. Их задача объективно оценить ситуацию, остановить кризисные явления на предприятии и дать рекомендации о дальнейших перспективах развития бизнеса. Антикризисное управление, в первую очередь, направлено на предотвращение и устранение неблагоприятных для бизнеса явлений за счет использования широкого потенциала современного менеджмента, соответствующего целям хозяйствующих субъектов и объективным тенденциям их развития.

Эффективность управления кризисами может быть определена следующим образом: кризисное управление может считаться эффективным, если удалось избежать кризиса, а ключевые стейкхолдеры уверены, что угроза кризиса не отразится на доходах организации или не произойдут существенные отклонения от запланированных показателей работы.

Список литературы

1. Антикризисное управління підприємством [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/6/705.html>
2. Диденко С. С. Антикризисное управление. Шпаргалка : учеб. пособие / С. С. Диденко, В. Д. Каташева, Ю. А. Крутякова. – Киев : Центр учебн. лит., 2009 – 210 с.
3. Зуб А. Т. Антикризисное управление : учебник для бакалавров / А. Т. Зуб. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2014. – 343 с.
4. Колган Д. А. Актуальность антикризисного управления на современном этапе функционирования хозяйствующих субъектов / Д. А. Колган, Т. П. Кузьминская. // Экономика и экономические науки. – 2015. – 4 с.
5. Скрібіцький О. М. Антикризовий менеджмент : навч. посібник / О. М. Скрібіцький. – Київ : Центр учбов. літ., 2009. – 568 с.

И. Ю. Ивахненко

*Научный руководитель: канд. экон. наук,
доцент Э. И. Цыбульская*

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ КОМПЛЕКСНОГО ПОКАЗАТЕЛЯ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Анотація. Запропоновано методичний підхід до оцінки комплексного показника вартості підприємства. Оцінені експертним шляхом показники вартості підприємства, розраховані різними методами, з точки зору їх значимості. Розроблено модель комплексного показника вартості підприємства на основі опціонного, ринкового і майнового підходу.

Ключові слова: оцінка, вартість, комплексний показник, чисті активи, опціонний підхід, мультиплікатор, експерти.

Annotation. Methodical approach to the assessment of a complex indicator of the enterprise value is proposed. Indicators of the enterprise value, calculated by various methods, from the point of view of their significance are evaluated expertly. A model of a complex indicator of the value of an enterprise on the basis of an option, market and property approach is developed.

Key words: valuation, value, complex indicator, net assets, option approach, multiplier, experts.

Постановка проблеми. Сегодня для принятия эффективных управленческих решений собственникам и руководству предприятия часто требуется информация о стоимости бизнеса. В проведении оценочных работ заинтересованы и другие стороны: государственные структуры (контрольно-ревизионные и другие органы), кредитные организации, страховые компании, поставщики, инвесторы и акционеры. Повышение стоимости предприятия – один из показателей роста доходов его собственников. Поэтому периодическое проведение оценки стоимости бизнеса можно использовать для анализа эффективности управления предприятием.

Анализ последних достижений и публикаций. Теоретические аспекты определения рыночной стоимости предприятий были рассмотрены в трудах зарубежных ученых (М. Адаме,

Р. Адольф, Н. Антилл, Дж. Бегли, Г. Бирман, Р. Брейли, А. Дамодаран, Р. Джаммарино, Т. Коупленд, А. Кюммел, К. Ли, С. Майерс, М. Миллер, Ф. Модильяни, П. Роуз, М. Рудольф, М. Скотт, А. Сонтаг, А. Цессин, С. Шмидт, Ф. Эндрю).

Теоретическими и методологическими вопросами определения стоимости бизнеса занимались многие отечественные ученые, такие как О. С. Федонин, И. М. Репина, П. В. Круш и другие. Среди российских ученых, занимающихся данным вопросом, следует отметить работы В. В. Ковалева, С. В. Валдайцева, Е. И. Тарасевич, В. В. Григорьевой, М. А. Федотовой, Г. В. Попов.

Несмотря на весьма значительные достижения в данной сфере научных изысканий по оценке бизнеса и ее значении для национальной экономики, анализ научной и практической экономической и правовой литературы позволяет утверждать, что ввиду определенной специфики данной проблемы не все ее стороны исследованы и разработаны подробно, в том числе отражены в методиках, которые возможно будут иметь востребованность на практике. Различные подходы к оценке стоимости предприятия дают различные результаты, часто очень сильно отличающиеся по величине. В связи с этим для практика в области оценки необходимо знать некое усредненное значение рыночной стоимости оцениваемого предприятия.

Цель исследования – формирование методического подхода к вопросу оценки комплексного показателя стоимости предприятия.

Изложение основного материала. Показатель стоимости предприятия оценивается несколькими методами, обосновывающими рыночную стоимость. При этом аналитик не обязан использовать все имеющиеся методы, а может ограничиться лишь теми, которые более соответствуют ситуации. На основе исследования практики оценки промышленных предприятий были определены следующие возможные методы для оценки их стоимости [1]: 1) метод чистых активов; 2) метод реальных опционов с использованием формулы Блэка-Шоулза; 3) метод с использованием мультипликатора «стоимость компании/годовой объем».

Различные методы могут быть использованы в процессе

оценки, но решение вопроса об относительной значимости показателей стоимости, полученных на базе различных методов, должно определяться обоснованным суждением аналитика, которое оформляется путем взвешивания стоимостей, определенных использованием двух и более методов. Решение вопроса, какой вес придать различным стоимостным оценкам, является ключевым на заключительном этапе процесса оценки. Существуют два базовых метода взвешивания: метод математического взвешивания и метод субъективного взвешивания [1]. Метод математического взвешивания использует процентное взвешивание. При субъективном взвешивании цель такая же, как и при методе математического взвешивания, – выйти на единую оценочную стоимость, но при этом подходе не используется процентное взвешивание. Оценочное заключение базируется на анализе преимуществ и недостатков каждого метода, а также на анализе количества и качества данных в обосновании каждого метода. Во главе угла стоят профессиональный опыт и суждения оценщика. Для определения удельного веса каждого оценочного метода необходимо учитывать следующие факторы: характер бизнеса и его активов; цель оценки и предположительное ее использование; применяемый стандарт стоимости; количество и качество данных, подкрепляющих данный метод; уровень ликвидности; уровень контроля.

Учет всех этих факторов дает возможность произвести взвешивание и, в конечном счете, вывести итоговое заключение. Считаем, что одним из продуктивных методов решения таких задач может быть построение комплексного показателя стоимости предприятия на основе методов экспертных оценок и расстановки приоритетов.

Формула комплексного показателя стоимости предприятия имеет вид [2]:

$$V = P_1 \cdot V_1 + P_2 \cdot V_2 + P_3 \cdot V_3, \quad (1)$$

где P_1, P_2, P_3 – коэффициенты значимости показателей стоимости предприятия, рассчитанных соответственно методом чистых активов, метод реальных опционов и методом с использованием мультипликатора;

V_1, V_2, V_3 – значения частных показателей стоимости предприятия, полученные вышеназванными методами.

Для расчета коэффициентов значимости мы использовали метод экспертных оценок и метод расстановки приоритетов, который в последнее время находит все большее применение для решения таких задач, где качественной стороне явлений необходимо придать количественную определенность [3].

В соответствии с принципами метода «Дельфы» провели экспертизу методом парных сравнений с целью выявить предпочтения экспертов «в чистом виде». Другие виды оценок, например балльная, требуют транзитивности – логичности предпочтений. Попарное сравнение такой транзитивности заранее не предполагает, что является существенным преимуществом метода. Нетранзитивность (нарушение логичности) системы попарных сравнений, может встречаться довольно часто.

В нашем случае группа экспертов включала 11 человек. Экспертам была поставлена задача: оценить показатели стоимости предприятия, рассчитанные различными методами, с точки зрения их значимости, способности отражать стоимость. Эксперты, используя метод парных сравнений, оценивали возможные пары частных показателей и высказывали суждение о предпочтительности (приоритете) одного показателя перед другим. Здесь возможны три случая:

1) эксперт, сравнивая показатели x_i и x_j ставит знак $>$, если считает, что x_i лучше и полнее отражает стоимость предприятия ($x_i > x_j$);

2) выражение $x_i < x_j$ соответствует обратному суждению, то есть лучше показатель x_j ;

3) выражение $x_i = x_j$ означает, что эксперт не видит существенного различия в значимости (силе) оцениваемых показателей.

В результате получили матрицу парных сравнений (табл. 1).

Таблица 1

Матрица парных сравнений

Пары сравниваемых показателей	Эксперты											Итого		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	<	>	=
x_1 и x_2	>	>	<	>	<	<	<	<	<	>	<	4	7	0
x_1 и x_3	<	<	<	>	<	<	<	<	<	<	>	2	9	0
x_2 и x_3	<	<	<	>	<	<	>	>	>	<	>	5	6	0

Обработывая графы нетранзитивной системы парных сравнений на основе преобладания знаков, заполняли графу «Итого» в табл.1. От этой системы сравнений переходили к построению матрицы смежности (табл.2), используя при средневзвешенном различии степени варьирования критериев следующие баллы:

$$a_{ij} = \begin{pmatrix} 2(x_i > x_j) \\ 1(x_i = x_j) \\ 0(x_i < x_j) \end{pmatrix}, \quad (2)$$

где x_i и x_j – сравниваемые показатели стоимости.

Таблица 2

Расчет коэффициентов значимости в модели оценки стоимости предприятия

Метод	Условные баллы			Сумма баллов	Абсолютный приоритет	Коэффициент значимости
	x_1	x_2	x_3			
x_1	1,00	0,73	0,36	2,09	5,76	0,225
x_2	1,27	1,00	0,91	3,18	9,23	0,360
x_3	1,64	1,09	1,00	3,73	10,62	0,415
Итого	–	–	–	9,00	25,61	1,000

Сложением по строкам в табл.2 рассчитывали сумму баллов. Для расчета абсолютного приоритета значимости каждый элемент строки умножали на вектор-столбец суммы баллов. Коэффициенты значимости рассчитали, принимая сумму абсолютных приоритетов за единицу.

Таким образом, модель оценки стоимости предприятия можно представить в следующем виде:

$$V = 0,225 \cdot V_1 + 0,360_2 \cdot V_2 + 0,415 \cdot V_3, \quad (3)$$

где V_1 – стоимость, рассчитанная методом чистых активов;

V_2 – стоимость, рассчитанная методом реальных опционов с использованием формулы Блэка-Шоулза;

V_3 – стоимость, рассчитанная методом с использованием мультипликатора «стоимость компании/годовой объем лесо-заготовок».

Вывод. Подводя итог вышесказанному, можно сделать следующие выводы: экспертные оценки в сочетании с методом расстановки приоритетов служат действенным способом построения комплексного показателя стоимости предприятия; комплексный показатель стоимости позволяет ранжировать предприятия отрасли по уровню стоимости и однозначно оценить динамику показателя стоимости за ряд лет.

Список литературы

1. Оценка бизнеса : учебник / под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 512 с.
2. Харитонов А. Ю., Пластинин А. В. Методика построения комплексного показателя стоимости предприятия // Лесной журнал. – 2004. – № 3. – С. 111–115.
3. Пластинин А. В., Суханов Г. Г. О методике построения комплексного показателя эффективности производства на предприятии // Лесной журнал. – 1991. – № 4. – С. 107–110.

УДК 339.137.2

А. А. Колтунова

*Научный руководитель: канд. экон. наук,
доцент Э. И. Цыбульская*

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Анотація. У статті виконано аналіз трактувань фінансово-економічного стану підприємства. Досліджено місце фінансово-економічного стану в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Проаналізовано склад і структура фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Робиться висновок про те, що фінансово-економічний механізм є комплексним і системним явищем.

Ключові слова: фінансово-економічний стан, механізм, конкурентоспроможності підприємства, функції, інструменти, методи.

Annotation. An analysis of the financial and economic situation interpretations of an enterprise is made in the article. The place of the financial and economic situation in the competitiveness of an enterprise is defined. The composition and structure of the financial and economic mechanism of the competitiveness of an enterprise are analyzed. It is concluded that the financial and economic mechanism is a complex and systemic phenomenon.

Key words: financial and economic situation, mechanism, enterprise competitiveness, functions, tools, methods.

Постановка проблеми. Конкурентоспособность как способность побеждать в справедливой конкурентной борьбе путем увеличения объемов хозяйствования, более эффективного использования ресурсного обеспечения и реализации экономического потенциала, расширения рыночной доли и лучшего обслуживания потребностей населения одно из главных условий жизнеспособности субъектов коммерческой хозяйственной деятельности. Финансово-экономическое состояние каждого предприятия в значительной мере определяет параметры его конкурентоспособности. Поэтому построение финансово-экономического механизма создания и повышение конкурентоспособности предприятия определяет его функционирование и развитие в условиях современного рынка, и является основным условием развития национальной экономики.

Анализ последних достижений и публикаций. Проблемы анализа и оценки конкурентоспособности сложны и многогранны. Первые теоретические исследования природы конкуренции выполнены в середине XVIII столетия и связаны с именем А. Смита. Но, глубокого изучения проблема оценки конкурентоспособности фирм получила лишь до второй половины XX столетия. Свой вклад в решение этих проблем внесли такие зарубежные и отечественные ученые, как М. Портер, Ф. Котлер, Е. Дихтль, А. Томпсон, А. Стрикленд, Д. Хасси, К. Омаи, Г. Багиев, Д. Барабась, О. Басманова, Д. Баюра, В. Белоусов, М. Бранхам, А. Глухов, Е. Голубков, О. Гришнова, В. Гура, И. Должанский, О. Дубова, Ю. Иванов, П. Завьялов, О. Млоток, А. Печенкин, Х. Фасхийев, Р. Фатхутдинов, Т. Харченко, Л. Чайникова, К. Щиборощ и др., которые разрабатывали теоретические и методические аспекты оценки конкурентоспособности предприятия.

Нерешенные ранее части общей проблемы. Несмотря на достаточно глубокий уровень разработки проблемы конкурентоспособности до сих пор недостаточно изучен финансово-экономический механизм обеспечения конкурентных преимуществ предприятия.

Цель статьи – исследование финансово-экономического механизма обеспечения конкурентоспособности предприятия.

Изложение основного материала. Финансово-экономическое состояние каждого предприятия в значительной мере определяет параметры его конкурентоспособности.

Концептуальное место и роль финансово-экономического положения в обеспечении конкурентоспособности предприятий представлена на рис. 1.

По мнению Т. Г. Васильцева, Н. В. Магас, Н. О. Маргита финансово-экономическое состояние предприятия является



Рис. 1. Место финансово-экономического состояния в обеспечении конкурентоспособности предприятия [1, с. 37]

основой реализации механизма управления его конкурентоспособностью. В связи с этим нужно исследовать само понятие финансово-экономического состояния.

Финансово-экономическое состояние предприятия по мнению ряда авторов многоаспектное понятие. Так Л. Пельтек определяет финансово-экономическое состояние предприятия как «... результат производственно-хозяйственной деятельности предприятия, характеризуется системой показателей наличия, размещения и использования финансовых ресурсов предприятия и эффективность хозяйственной деятельности [2, с. 5–6].

Такого же мнения придерживается В. Подольская, добавляя, что это не просто результат деятельности, определенный «срез» финансово-экономического состояния предприятия, а это комплексная характеристика – результат взаимодействия всех элементов системы финансово-экономических отношений предприятия, совокупность производственно-хозяйственных факторов, система показателей, отражающих наличие, размещение и использование финансовых ресурсов [3, с. 26].

По мнению авторов, достаточно успешно обобщили подходы к трактовке финансового состояния в научной литературе А. Яришко, А. Левченко и А. Похиленко как «... комплексное понятие, отражающее качественную сторону финансово-экономической деятельности предприятия и является результатом реализации всех элементов его внешних и внутренних финансово-экономических отношений; его составляющими направлениями являются показатели: имущественного состояния, ликвидности, платежеспособности, деловой активности, рентабельности [4, с. 34].

В целом финансово-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятия предусматривает применение в строго определенных пропорциях и последовательности совокупности методов, инструментов и мероприятий с целью усиления и устойчивого обеспечения его конкурентных преимуществ [1].

К функциям финансово-экономического механизма обеспечения конкурентоспособности относятся:

– анализ финансово-экономического состояния и результатов деятельности;

- формирование эффективной информационной системы;
- планирование финансово-экономической деятельности;
- организация и реализация плана действий по обеспечению конкурентоспособности;
- финансово-экономический контроль конкурентных позиций.

Мероприятия, входящие в состав финансово-экономического механизма обеспечения конкурентоспособности предприятия: обеспечение эффективного ресурсного обеспечения и финансово-экономического потенциала; реализация финансово-экономических предпосылок развития предприятия; обеспечение доступа к новым ресурсам и рынкам, обеспечение роста финансово-экономической эффективности деятельности предприятия.

Вывод. В целом по результатам изучения профильной экономической литературы, есть основания утверждать, что финансово-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятия является комплексным и системным явлением, которое предусматривает применение в строго определенных пропорциях и последовательности совокупности методов, инструментов и мероприятий с целью усиления и устойчивого обеспечения его конкурентных преимуществ.

Список литературы

1. Фінансово-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств: теоретико-прикладні аспекти : монографія / Т. Г. Васильців, Н. В. Магас, Н. О. Маргіта. – Львів, 2014. – 220 с.
2. Пельтек Л. В. Удосконалення управління фінансово-економічним станом підприємств харчової промисловості : автореф. дис. ... к.е.н. за спец. 08.06.01 / Л. В. Пельтек ; Нац. ун-т харч. технологій. – Київ, 2003. – 20 с.
3. Подольська В. О. Фінансовий аналіз : навч. посібн. / В. О. Подольська, О. В. Яриш. – Київ : Вид-во ЦНЛ, 2007. – 488 с.
4. Яришко О. В. Теоретичні аспекти управління фінансово-економічним станом підприємства / О. В. Яришко, О. О. Левченко, А. В. Похиленко // Економічні науки. – Дніпропетровськ : ДнНЕУ. – 2013. – № 3. – С. 34–38.

А. О. Кочерова

*Научный руководитель: канд. экон. наук,
доцент Г. Б. Тимохова*

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация. В статье обоснованы и сформулированы базовые положения процесса разработки стратегии управления комплексной системой финансовой безопасности предприятия в режиме достижения финансового равновесия. Сформирована теоретическая концепция применения «шкалы финансовой безопасности» хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: финансовая безопасность предприятия, финансовое равновесие, период финансовой релаксации, шкала финансовой безопасности, совокупный интегральный показатель финансовой безопасности предприятия.

Annotation. In this article basic provisions of the process of developing a strategy for managing the complex system enterprise financial security in the mode of achieving financial equilibrium are reviewed and formulated.

Theoretical concept of enterprise financial security scale application is formed.

Keywords: financial security of the enterprise, financial equilibrium, the period of financial relaxation, the scale of financial security, the aggregate integral index of financial security of the enterprise.

Современный период развития исследований по проблеме финансовой безопасности характеризуется как период становления относительно нового направления экономической теории – теории безопасного функционирования хозяйственных систем. Основой ее формирования является комплексный подход к исследованию жизненного цикла хозяйствующего субъекта и хозяйства в целом как к экономическим системам.

В Украине и за рубежом различными аспектами данной проблемы занимались А. И. Барановский, В. В. Бурцев, А. Д. Василик, М. Ю. Дмитриева, М. М. Ермошенко, Я. А. Жалило, Н. П. Капустин, А. Ф. Новикова, Е. А. Олейников, Г.А. Пастернак-Таранушенко и другие. Отдавая должное научным нара-

боткам отечественных и зарубежных ученых по проблемам обеспечения и оценки финансовой безопасности предприятий, следует заметить, что существует потребность в их дальнейшем развитии в контексте обеспечения формирования стратегии устойчивого развития предприятия, что и определило цель данной статьи.

Выделяют два аспекта финансовой безопасности, которые формируются вместе с появлением и развитием хозяйствующего субъекта – «система обеспечения финансовой безопасности хозяйствующего субъекта» и «финансовая безопасность хозяйствующего субъекта».

Система обеспечения финансовой безопасности хозяйствующего субъекта представляет собой организованную совокупность специальных служб, средств, методов и мероприятий, обеспечивающих прогнозирование рисков, формирование системы мер по их предупреждению и ослаблению, ликвидацию последствий их реализации, обеспечение защищенности персонала и имущества предприятия [1; 2].

Финансовая безопасность хозяйствующего субъекта представляет такое состояние, при котором:

- предприятие находится в финансовом равновесии и обеспечивается устойчивость, платежеспособность и его ликвидность в долгосрочном периоде;
- удовлетворяются потребности в финансовых ресурсах для устойчивого расширенного воспроизводства;
- обеспечивается достаточная финансовая независимость;
- предприятие способно противостоять существующим и возникающим опасностям и угрозам, стремящимся причинить ему финансовый ущерб, изменить (к более нерациональной) структуру капитала, принудительно ликвидировать предприятие;
- обеспечивается достаточную гибкость при принятии финансовых решений;
- обеспечивается защищенность финансовых интересов собственников предприятия [3; 4].

Данные структурные аспекты финансовой безопасности объединены основной целью существования комплексной системы финансовой безопасности предприятия – обеспечение равновесного финансового развития хозяйствующего субъекта.

Финансовое равновесие в классификации типов равновесия экономических систем относится к динамическому целевому равновесию, которое характеризуется состоянием оптимума, достигаемого системой под влиянием деятельности управляющего субъекта. Такой тип равновесия связан с выделением управляющей подсистемы, являющейся функционально автономной, процессом субъективного целеполагания и оптимального управления.

Термин «финансовое равновесие» (*l'equilibre des flux*) наиболее полное развитие получил в приложении к экономическим системам микроуровня. Он используется учеными французской научной школы финансового менеджмента для обозначения такого режима функционирования предприятия, при котором в каждый период времени процессы поступления и расходования денежных средств сбалансированы, то есть сальдо положительных и отрицательных денежных потоков равной нулю [8]. Предполагается, что такой режим функционирования предприятия, называемый режимом финансового равновесия, обеспечивает его безопасное финансовое развитие: отсутствуют кризисы ликвидности и платежеспособности.

В понятийном аппарате американской школы финансового менеджмента термин «финансовое равновесие» отсутствует, однако в качестве его аналога используется понятие синхронизации денежных потоков во времени (*cash flows synchronization*) [1; 8].

Исходя из методологического подхода Т. Е. Унковской [6; 7] понимание концепции финансового равновесия предприятия как абсолютной синхронизации денежных потоков является слишком ограниченным. Если предприятие находится в таком финансовом режиме, то теоретически сумма денежных средств на счете предприятия может быть равной нулю. Такая ситуация неоптимальна вследствие того, что в этом случае удовлетворяется только транзакционный спрос предприятия на денежные средства, при этом другие жизненно важные компоненты совокупного спроса на деньги – спроса, обусловленного мотивом предосторожности (*precautionary demand*), а также мотивом поддержания кредитного рейтинга и хранения компенсационных остатков, остаются неудовлетворенными [6]. То есть, режим

синхронизации денежных потоков не описывает структуру оптимального и безопасного финансового состояния и не позволяет достаточно полно раскрыть влияние параметров финансовой политики предприятия и внешней среды на динамические свойства равновесного состояния, его достижимость и устойчивость.

Таким образом, финансовое равновесие экономической системы – это такой финансовый режим ее функционирования, при котором совокупный потенциал финансовой дестабилизации данной системы равен нулю.

Если равновесие не установилось, и в системе существуют градиенты совокупного потенциала финансовой дестабилизации, то финансовый режим функционирования системы является неравновесным и фактически небезопасным

Процесс финансовой релаксации экономической системы – это процесс ее перехода из неравновесного состояния в состояние финансового равновесия. Период финансовой релаксации – интервал времени, в течение которого происходит этот процесс перехода [6].

Если рассмотреть процесс, протекающий в экономической системе со скоростью, значительно меньшей скорости релаксации, на любом этапе, которого совокупный потенциал финансовой дестабилизации успевает выравняться (проходит через нулевое значение), он представляет собой цепочку равновесных состояний и соответственно является финансово безопасным для функционирования хозяйствующего субъекта. Роль управления комплексной системой финансовой безопасности предприятия в контексте достижения финансового равновесия определяется тем, что ее положения должны минимизировать процесс финансовой релаксации и задавать такой характер функционирования системы обеспечения безопасности, который создает:

а) возможность идентификации угроз по градиентам совокупного потенциала финансовой дестабилизации, их признакам, оценки вероятного характера их проявления, и периода финансовой релаксации. Изменение функции потенциала финансовой дестабилизации во времени несет в себе значительную информацию о траектории финансового развития фирмы, ее

отклонениях от равновесия и накоплении источников нестабильности и опасности;

б) возможность разработки «шкалы финансовой безопасности» хозяйствующего субъекта состоящей из четырех зон – максимальной безопасности, достаточной безопасности, неустойчивости и риска, и трех точек – оптимальности, равновесия и резерва. Данная шкала может являться одним из критериев оценки оптимальности принимаемых решений. Применение данного подхода позволит объективно оценить текущее состояние хозяйствующего субъекта и дать анализ развития ситуации в перспективе.

в) возможность целесообразных реакций субъектов безопасности при возникновении угроз, которые не были предусмотрены.

Подчеркнем, что диагностика уровня финансовой безопасности по системе «шкала финансовой безопасности» в необходимых случаях должна учитывать специфические отраслевые особенности предприятий, а пороговые значения показателей следует определять с учетом периодов развития экономики и финансовой релаксации. Система оценочных показателей должна включать не только показатели-критерии, но и дополнительные аналитические показатели, формирующие целостное представление о состоянии хозяйствующего субъекта.

Рассматривая показатели стратегии финансовой безопасности необходимо учесть ряд аспектов:

– в состав индикаторов, определяющих «шкалу финансовой безопасности», в первую очередь следует включать те показатели, которые характеризуют различные стороны финансового состояния предприятия и позволяют оценить его финансовые результаты по различным направлениям. Если же внутреннее устройство системы таково, что в ней доминируют механизмы положительной обратной связи, то есть внешнее воздействие вызывает внутренние процессы, усиливающие это воздействие, то система все дальше отклоняется от равновесного состояния, и оно становится для нее недостижимым;

– возможность количественной оценки частных показателей и анализ их взаимосвязи. Изолированное рассмотрение индикаторов не позволяет обоснованно определять их пороговые значения;

- при отборе показателей необходимо предусматривать возможность расчета их прогнозных величин;
- прогнозирование уровней показателей должно предполагать оценку надежности в зависимости от периода финансовой релаксации;
- методика расчета комплексного показателя, характеризующего финансовый уровень экономической безопасности предприятия, должна быть достаточно простой и доступной, базирующейся на учетных данных.

Подводя итоги исследования, целесообразно отметить, что дискуссионной остается сама проблема выбора критериев оценки стратегии управления финансовой безопасностью предприятия. Причем эта дискуссионность обусловлена не внутренними противоречиями системы критериев, а сложностью самого объекта исследования – промышленного предприятия. При формировании критериальной базы приходится решать достаточно сложные задачи определения четко фиксированных границ уровня финансовой безопасности, сопоставимости различных оценок уровня безопасности отдельно взятого предприятия, а также предприятий разных отраслей.

Список литературы

1. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – Киев : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
2. Гапоненко В.Ф. Экономическая безопасность предприятия. Подходы и принципы. / В.Ф. Гапоненко, А.А. Безпалько, А.С. Власков. – М. : Изд-во «Ось-89», 2006. – 208 с.
3. Гладченко Т. М. Економічна безпека підприємницької діяльності / Т. М. Гладченко // Збірник наукових праць «Актуальні проблеми міжнародних відносин». – Київ : ВПЦ «Київський університет», Інститут міжнародних відносин, 2001. – Вип. 26. – С. 357.
4. Горячева К.С. Финансова безпека підприємства, сутність та місце в системі економічної безпеки. / К.С. Горячева // Економіст. – 2003. – № 8. – С. 216.
5. Минаев Г. А. Безопасность организации : учебник / Г. А. Минаев ; Ин-т управления и безопасности. – Київ : КНТ, 2009. – 440 с.
6. Унковская Т. Е. Новая парадигма понимания финансовой стабильности: разрешение парадоксов монетарной политики / Т. Е. Унковская // Экономическая теория. – 2009. – № 1. – С. 14–33.

7. Унковская Т. Е. Финансовое равновесие предприятия : монография / Т. Е. Унковская. – Киев : Генеза, 1997. – 380 с.

8. Фінансова безпека підприємства і банківських установ : монографія / за заг. ред. А.О. Спіфанова. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 295 с.

УДК 657.471.7

А. А. Ларин

*Научный руководитель: канд. экон. наук,
доцент Е. И. Решетняк*

СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Анотація. У статті розглянуті основні фактори, що впливають на управління витратами. Метою статті є розгляд сутності управління витратами в сучасних умовах. Розглянуто структуру собівартості, чинники, які впливають на процес її формування. Розглянуто труднощі в управлінні витратами на підприємстві.

Ключові слова: витрати, управління витратами, собівартість, прибуток, чинники.

Annotation. The article considers the main factors affecting the management of costs. The purpose of the article is to examine the essence of cost management in modern conditions. The structure of the cost price, the factors that influence the process of its formation are considered. The difficulties in the management of costs in the enterprise are considered.

Keywords: costs, expenses, cost management, cost, profit, factors

Постановка проблеми. Управление затратами – важнейший элемент системы менеджмента. Управление затратами на производство и реализацию продукции во многом определяет эффективность деятельности промышленных предприятий. От уровня и динамики затрат зависят конечные результаты деятельности предприятий, прибыль и рентабельность, а по отдельным товарам, наряду с их качественными характеристиками, зависит их конкурентоспособность.

Главная цель управления затратами это максимизация и оптимизация прибыльности организации.

Назначение процессов системы управления затратами – сбор и формирование баз данных с необходимой информацией для разработки сценариев управления затратами, формирование подсистем управления: учета, контроля и планирования затрат.

Основная проблема процесса управления затратами – это наличие хорошей маржи, т.е. значительного удельного веса чистой прибыли в выручке предприятия. Для обеспечения высокой маржи необходимо выявить на предприятии центры затрат и центры прибыли и организовать систему взаиморасчетов между ними.

Для большинства промышленных предприятий, продукция которых по своим потребительским свойствам, к сожалению, существенно уступает западным конкурентам, достижение преимущества по издержкам имеет особенно важное значение. Если на предприятии существует эффективная система управления затратами, то в сочетании с мерами по совершенствованию техники, технологии, организации производства и труда это позволяет повышать качественные характеристики изделий при одновременном снижении их себестоимости.

Изучением этой проблемы занимались такие ученые, как: С. И. Архиреев [1], Л. Э. Мурадян [2], В. Г. Лебедев, Т. Г. Дроздова, В. П. Кустарев [3], Е. И. Решетняк [4], Г. М. Черкашин и др.

Несмотря на то, что данной проблематикой занимается множество ученых, проблема управления затратами остается актуальной и не полностью раскрытой.

Целью статьи является рассмотрение сущности управления затратами в современных условиях.

Основной материал. Стратегия управления затратами должна быть направлена на обеспечение их относительного снижения, то есть при общем росте затрат на производство и реализацию продукции должна достигаться положительная динамика удельных затрат, устойчивая тенденция снижения удельных затрат на единицу продукции, на рубль выручки от реализации, на единицу полезного эффекта, на единицу ведущего параметра изделия. А по многим изделиям, особенно машиностроения, бытовой техники должно одновременно достигаться снижение затрат у потребителя в процессе использования

изделия, его эксплуатации. Поэтому управление затратами даст ожидаемый эффект только в сочетании с разработкой и реализацией программ технического и технологического совершенствования производства, внедрения новейших научно-технических достижений, автоматизации и компьютеризации производства.

По экономической сути себестоимость близка к бухгалтерским издержкам производства, но существенно отличается от экономических издержек производства. Снижение себестоимости – основа снижения цен, а значит, основа конкурентоспособности и крупный источник роста прибыли.

Традиционная политика производителя состоит в назначении для каждого товара продажной цены выше себестоимости. Разница и составляет прибыль. Но в рыночных условиях, когда предприятиям необходимо учитывать конкурентную дифференциацию процесса производства и реализации, признавать полезность прогнозирования, растущее значение промышленной и торговой стратегии, понятие себестоимости наполнилось более сложным содержанием, и поэтому сегодня ему предпочитают понятие «издержки».

Многочисленные затраты, формирующие себестоимость продукции, в практике планирования и учета по содержанию и назначению классифицируются по экономическим элементам и статьям калькуляции. Перечень этих элементов и статей представляет собой состав себестоимости продукции. Структура же себестоимости продукции представляет собой удельные веса отдельных элементов затрат и статей калькуляции, выраженные в процентах к итогу.

Структура себестоимости тесно связана с характером производства данной отрасли промышленности и зависит от:

- а) уровня автоматизации и механизации производства. Повышение уровня автоматизации стимулирует рост производительности труда, что вызывает понижение доли заработной платы и повышение доли материальных затрат;
- б) уровня специализации и типа производства (единичное, мелкосерийное, массовое и др.);
- в) уровня кооперирования предприятий;
- г) номенклатурных и ассортиментных сдвигов;

д) географического размещения предприятия и многих других факторов.

В соответствии со структурой себестоимости отрасли промышленности подразделяются на [2]:

– материалоемкие, в себестоимости этих отраслей преобладают затраты на сырье и материалы (например, легкая, пищевая промышленность);

– трудоемкие, если в себестоимости преобладает заработная плата (например, угольная промышленность, некоторые отрасли машиностроения, например приборостроение);

– энергоемкие, если преобладают затраты на энергию (например, алюминиевая промышленность);

– фондоемкие, если в себестоимости высок удельный вес амортизации (например, нефтедобывающая промышленность).

Учет всех расходов, связанных с производством и реализацией продукции, ведется в разрезе элементов затрат:

- материальные расходы;
- расходы по оплате труда;
- суммы начисленной амортизации;
- прочие расходы.

Можно заметить некоторые трудности в управлении затратами. Во-первых, необходимо хорошо представлять особенности и закономерности поведения затрат, так как затраты характеризуются своим многообразием. Во-вторых, обладание знаниями и опытом в области планирования, анализа, управления производством и т.д., влияет на успешное управление затратами. То есть управление затратами должно быть комплексным и объединять усилия всех подразделений организации. В третьих, чтобы создать систему управления затратами требуется творческий подход, то есть требует высокий профессиональный потенциал управленческих кадров.

В любом производственном предприятии должны быть созданы условия формирования и функционирования комплексной системы управления затратами на производство и реализацию продукции, работ и услуг – КСУЗ. Комплексная система управления затратами определяет порядок, последовательность и регламентацию деятельности по организации, планированию, регулированию, мотивации, учету, контролю и анализу затрат.

Необходимость управления затратами организации вытекает непосредственно из той роли, которую они играют в экономике предприятия, а именно из их прямого участия в формировании прибыли организации. Именно прибыль в конечном итоге, выступает основным условием конкурентоспособности предприятия, позволяет организации осуществлять расширенное воспроизводство и реализовывать свою социальную функцию. Именно потенциал прибыльности, определенной не в малой мере способностью предприятия контролировать свои затраты, характеризует ценность организации, эффективность его текущего управления.

Комплексность системы управления затратами обеспечивается тем, что она охватывает все этапы формирования себестоимости продукции – от момента проектирования нового товара, включая все бизнес-процессы производства, реализации и до послепродажного обслуживания, где оно необходимо; система предусматривает все методы воздействия на уровень и динамику затрат – организационные, технические, экономические и прочие, охватывает все уровни управления деятельности коммерческой организации, все подразделения и службы, все этапы формирования бюджетов затрат, контроля за их соблюдением, анализа выполнения бюджетов, выявления и оценки причин отклонений.

Выводы. Таким образом, система управления затратами предполагает сочетание, взаимосвязь различных методов – прежде всего нормирования, бюджетирования и управленческого учета при ведущей роли нормативного метода управления затратами. При отсутствии на предприятии системы норм и нормативов, четкого порядка их разработки, контроля за соблюдением и анализа отклонений от норм управление затратами, в том числе бюджетирование затрат, носит декларативный характер и не оказывает существенного влияния на эффективность использования материальных, энергетических и иных ресурсов.

Список литературы

1. Архиреев С. И. Трансакционные издержки и неравенство в условиях рыночной информации : монография / Архиреев С.И. – Харьков : БизнесИнформ, 2009. – 288 с.

2. Мурадян Л. Э. Инновационные аспекты системы управления затратами / Л. Э. Мурадян // Качество, Инновации, Образование. – 2010. – № 5. – С. 135–141.

3. Управление затратами на предприятии : учеб. пособие / В. Г. Лебедев, Т. Г. Дроздова, В. П. Кустарев ; под общ. ред. Г. А. Краюхина. – 2-е изд., перераб и доп. – СПб. : Издательский дом «Бизнес-пресса», 2003. – 256с.

4. Решетняк О. І. Аналіз концепцій управління витратами / О. І. Решетняк // Вчені зап. Харків. гуманітар. ун-ту “Нар. укр. акад.”. – Харків, 2014. – Т. 20. – С. 325–331.

УДК 658

Я. В. Лежибокова

*Науковий керівник: канд. екон. наук,
доц. О. П. Миколенко*

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті здійснено дослідження поняття конкурентоспроможності підприємства. Зазначено основні сутнісні характеристики та етапи формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, стратегія конкурентоспроможності.

Annotation. The article reveals the concept of enterprise competitiveness. The main characteristics and stages of developing the strategy for the increase of enterprise competitiveness are considered.

Key words: enterprise competitiveness, competitive advantages, competitiveness strategy.

Вступ. В сучасних умовах становлення і розвитку ринкових відносин перед кожним підприємством постала проблема оцінки рівня конкурентоспроможності з тим, щоб посилити конкурентну позицію та запропонувати ефективні напрями її підвищення. Оцінка конкурентоспроможності є вихідним етапом для розробки стратегічних альтернатив щодо підвищення конкурентних позицій

підприємства. Сьогодні для успішного функціонування промислового підприємства на ринку оцінка його конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю. Як процес виявлення сильних і слабких місць підприємства вона дає можливість максимального удосконалення його діяльності та виявлення його прихованих потенційних можливостей.

В конкурентних умовах будь-який господарюючий суб'єкт для ефективного функціонування та оцінки своїх перспектив на майбутнє повинен оцінювати рівень власної конкурентоспроможності. Володіючи інформацією про власні конкурентні позиції, промислові підприємства отримують можливість визначити свої переваги, обрати правильну стратегію і тактику поведінки, адекватну реаліям сучасних ринкових процесів.

В умовах процесу глобалізації та інтернаціоналізації економічної системи проблеми забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства виходять на перший план, оскільки лише конкурентоспроможність гарантує виживання товаровиробника як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, а засобом досягнення цієї мети є розроблення відповідної конкурентної стратегії. Для забезпечення стабільного розвитку підприємство перш за все повинне досягти певного рівня ефективності своєї роботи, а для цього необхідно впровадити і постійно вдосконалювати систему управління конкурентоспроможністю, що надасть можливість спрямовувати основні зусилля на розв'язання таких завдань, як підвищення якості продукції, зниження витрат виробництва, підвищення економічності та рівня обслуговування.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. Питання соціально-економічного розвитку підприємств та формування їх конкурентоспроможності знайшли широке відображення в роботах українських і закордонних учених, таких як Л. Балабанова, Є. Бельтюков [2], І. Должанський [7], В. Дикань, Т. Васильців [4], Р. Фатхутдінов тощо. Дослідженням питань побудови стратегії підприємства присвячені праці М. Портера, В. Диканя, М. Саєнко. Але, незважаючи на наявність достатньої кількості наукових праць, що досліджують цю проблематику, багато теоретичних і прикладних питань з оцінювання конкурентоспроможності та побудови стратегії її підвищення через їх багатогранність і складність залишаються невирішеними, тому

потребують подальшого дослідження та науково-методичного обґрунтування, що й обумовлює актуальність цієї роботи.

Мета статті. Розробка практичних рекомендацій, спрямованих на визначення етапів формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Оцінка конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю та як процес виявлення сильних і слабких місць підприємства дає можливість максимального удосконалення його діяльності та виявлення його прихованих потенційних можливостей.

На даному етапі розвитку економіки актуальним є завоювання й утримання конкурентних переваг. Саме це є ключовим фактором успіху підприємства в конкурентній боротьбі. Виробники постійно повинні відслідковувати зміну попиту, вартості сировинних ресурсів, вони повинні використовувати новітні підходи у сфері стратегічного маркетингу для підвищення рентабельності активів.

При розробленні конкурентної стратегії підприємство перш за все має проаналізувати конкурентне середовище, виявити конкурентну силу і конкурентну позицію, що визначають конкурентну перевагу підприємства на ринку за різними групами продукції. Індикаторами (показниками) конкурентної сили, а значить, і конкурентної переваги виступають: велика частка ринку; зростаюча кількість покупців; лідируюча стратегія; швидке реагування підприємством на ринкові зміни порівняно з конкурентами; вдале положення підприємства на ринку; диференціація товарів підприємства; концентрація підприємства на швидко зростаючих сегментах ринку; нижчий рівень витрат порівняно з конкурентами; високий рівень прибутку; високі технологічні та інноваційні переваги підприємства; високий рівень менеджменту і маркетингу тощо [6].

Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства – це засіб реалізації місії підприємства, що являє собою сукупність методів, способів, важелів та алгоритмів для встановлення довготермінових цілей, які комплексно охоплюють усі сфери діяльності підприємства, враховують можливі майбутні зміни зовнішнього середовища, циклічність розвитку національної та світової економік.

Основне призначення стратегії управління конкурентоспроможністю - взаємоузгодження маркетингових цілей підприємства з їх можливостями, вимогами споживачів, використовуючи при цьому слабкі сторони конкурентів та свої конкурентні переваги.

На підставі аналізу наукових розробок учених автори пропонують таку послідовність основних етапів формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства:

I етап – визначення місії, цілей підприємства та умов їх досягнення за певний період часу. Цей етап повинен відображати: завдання підприємства з розвитку основної продукції або послуг, його основних ринків і технологій; зовнішнє середовище підприємства; бачення того, яким підприємство хоче стати.

II етап – діагностика зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємства, що передбачає аналіз стану підприємства, динаміки його основних економічних показників, порівняння показників із запланованими, визначення причин відхилення від плану, визначення ефективності технологій, що використовуються, впізнавання бренду, державного регулювання, демографічних тенденцій, культурного середовища, визначення параметрів ринку, потреб споживачів, їхніх переваг, порівняння ресурсів та ефективності їх використання з іншими підприємствами галузі (регіону) для вибору оптимального конкурентного розвитку. Також необхідні дослідження основних факторів зовнішнього ринку для визначення можливостей і загроз підприємства, інтенсивності конкуренції та контрольних показників міжнародної конкурентоспроможності.

На цьому етапі визначаються ключові фактори успіху для підприємства, використовуючи підхід Р. Гранта, який базується на пошуку відповіді на два питання: «що бажають споживачі?» та «що необхідно фірмі для виживання у конкурентній боротьбі (використовуючи модель Портера)?». Особливу увагу необхідно приділити методам отримання інформації, яка відіграє важливу роль під час проведення дослідження, а саме її актуальності, своєчасності, достовірності та повноті [1].

III етап – аналіз альтернатив і вибір конкурентної стратегії. Після проведення двох попередніх стадій отримана інформація про внутрішні можливості та ресурси підприємства, а також про дію факторів зовнішнього середовища, їх силу, масштабність

і значущість стає передумовою оцінювання та вибору стратегічних зон господарювання.

Найбільш зручним інструментом для цієї роботи є SWOT-аналіз. Такий аналіз необхідно проводити для того, щоб, виявляючи та ліквідовуючи наявні слабкі місця, нарощувати потужність та уникати можливих загроз. Далі треба визначитись із стратегією управління конкурентоспроможністю підприємства, що полягає у розробленні і прийнятті рішення відповідно до засобів досягнення, поставлених запропонованою стратегією (рис.) [2].

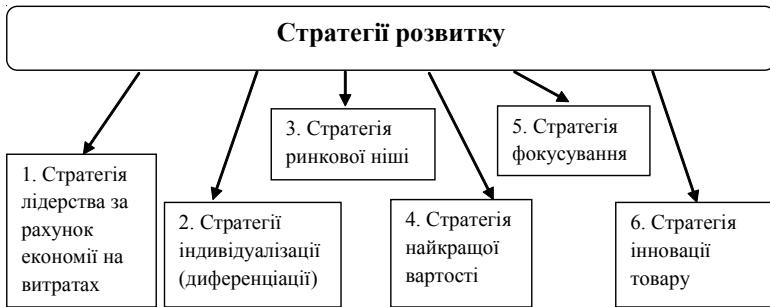


Рис. Стратегії розвитку промислового підприємства

IV етап – реалізація стратегії. Вона здійснюється за допомогою використання адміністративних або економічних важелів шляхом формування бюджету, застосування системи показників та управління за цілями. Важливо, щоб усі стратегічні рішення були доведені до конкретних виконавців у вигляді затверджених планів, наказів, розпоряджень і інших організаційних документів.

V етап – аналіз ефективності обраної стратегії. Ефективність стратегії визначається на основі комплексної оцінки кінцевих результатів використання основних і оборотних фондів, трудових і фінансових ресурсів та нематеріальних активів. Система показників для аналізу ефективності конкурентної стратегії підприємства повинна: відображати витрати всіх видів ресурсів, що споживаються на підприємстві; створювати передумови для виявлення резервів підвищення ефективності виробництва, стимулювати використання всіх резервів, наявних на підприємстві,

забезпечувати інформацією стосовно ефективності виробництва; виконувати критеріальну функцію [5].

Висновки. Незважаючи на особливості процесу формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства, більшість підходів об'єднує спільна мета – підвищення ефективності діяльності суб'єкта господарювання в умовах конкурентного середовища. Розроблення ефективної стратегії є складним і багатограним процесом, необхідною передумовою досягнення стійкого функціонування підприємства і має безперечну практичну цінність. Реалізація конкурентної стратегії за умови своєчасного аналізу та реагування на відхилення від цільових орієнтирів, а також адекватної реакції на зовнішні й внутрішні зміни дозволить підприємству сформувати та зміцнити свої конкурентні переваги.

Фахівці вважають, що жодне підприємство не може досягти переваги над конкурентами абсолютно за всіма характеристиками конкурентоспроможності. Необхідний вибір пріоритетів і вироблення стратегій, що найбільшою мірою відповідають тенденціям розвитку ринкової ситуації і найкращим способом використовують сильні сторони підприємства.

Список літератури

1. Адамик В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В. Адамик, Г. Вербицька // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2008. – Вип. 1. – С. 69–78.
2. Бельтюков Є. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності / Є. А. Бельтюков, Л. А. Некрасов. // Економіка: реалії часу. – 2014. – С. 6–13.
3. Болховітіна І. Е. Сутність стратегічного планування діяльності підприємства в сучасних умовах / І. Е. Болховітіна. // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2008. – №4. – С. 111–119.
4. Васильців Т. Г. Конкурентні переваги підприємства та обґрунтування стратегії їх забезпечення / Т. Г. Васильців, Н. Я. Кравчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – № 23. – С. 208–213.
5. Горбаль Н. І. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / Н. І. Горбаль, С. Б. Романишин. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20. – С. 112–117.
6. Гриценко Л. Л. Збалансована система показників як інструмент

оцінювання стратегії підприємства / Л. Л. Гриценко, А. В. Височина // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 3. – С. 161–167.

7. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посіб. для вищ. навч. закладів] / І. З. Должанський, Т. О. Загородна. – Київ: Центр навч. літ., 2012. – 384 с.

УДК 656:624

Я. А. Малахова

*Научний керівитель: канд. техн. наук, д-р екон. наук,
доцент А. М. Сумець*

ЛОГИСТИКА СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Анотація. У даній статті розглянуті і проаналізовані основні положення логістичних процесів в будівельній галузі. У статті наведено поняття логістична система, дана характеристика будівельної галузі. Також в статті наведені основні завдання підсистем матеріально-виробничого забезпечення будівельних організацій, розкрито суть впровадження логістичних концепцій по окремих етапах процесу будівництва. Показано вплив управління логістикою на фінансовий стан підприємства.

Ключові слова: Логістична система, логістичні процеси, управління логістикою, будівельна галузь, ефективне управління логістикою.

Annotation. In this article the main provisions of logistical processes in the construction industry are reviewed and analyzed. The article gives the concept of a logistical system, describes the construction industry. Also in the article the main tasks of subsystems of material and production support of construction organizations are presented, the essence of introduction of logistical concepts on separate stages of the construction process is revealed. The influence of effective logistics management on the financial state of the enterprise is explicated.

Key words: Logistic system, logistic processes, logistics management, construction industry, efficient logistics management.

Постановка проблемы. Применение логистики на сегодняшний день актуально во многих секторах экономики. Многие исследователи интересуются проблемами логистики. Ряд различных предприятий, компаний и даже государств вот

уже на протяжении многих лет занимаются применением логистики к сфере своей деятельности. Особенно немаловажна роль логистики в строительстве. Даже перерыв на короткое время в любой стройке ввиду сбоя в снабжении материалом зачастую приводит к экономическим потерям и большим проблемам. Чтобы прийти к идеальному уровню снабжения и бесперебойной и отлаженной поставке материалов необходимо использовать логистику.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопрос логистизации строительного производства в условиях трансформационной экономики рассматривались такими авторами: Стахановым В. М. и Ивакиным Е. К. [9], Жаворонковым Е. П. [6] и др. Особое внимание уделено управлению цепями поставок в сфере строительства в работах С. М. Цветковой [11], В. А. Елина [5], М. С. Ликсутова [8], В. И. Воронов [1–4], ибо, как известно, данная сфера в значительной мере проектно-ориентирована.

Постановка задачи. Целью статьи является анализ влияния уровня логистики на строительную отрасль.

Изложение основного материала исследования. Современная логистика – молодая, но бурно развивающаяся наука. В своем развитии она пережила уже несколько парадигм: от функциональной к инновационной. В начальной парадигме, когда логистика была впервые применена к деятельности предприятий, эта наука рассматривала отдельные функциональные области, такие как закупка, доставка, погрузка, выгрузка, хранение. При этом влияние одной области на другую как частей одной системы не рассматривалось, что, как оказалось, негативно повлияло на деятельность предприятий и привело к повышенным издержкам. Из-за этого в дальнейшем все элементы логистической деятельности предприятия стали рассматриваться в совокупности, что привело к введению принципа общих затрат на логистику. Также на этот процесс повлияли возникшие концепции маркетинга и всеобщего управления качеством. В текущей парадигме логистикой рассматривается уже не отдельные предприятия, а их совокупности, участвующие в изготовлении конечного продукта на разных стадиях.

Задачей логистики является осуществление управленческих мероприятий по регулированию объемов расходов, связанных

с поступлением товарного потока от исходного материального источника в виде сырьевых ресурсов, его последующей переработкой и получением клиентом готовой продукции. В то же время эффективное управление уровнем издержек возможно только в случае, если данные величины подлежат достоверной количественной оценке.

Строительную отрасль как самостоятельную единицу хозяйственной деятельности можно рассматривать через материально-техническое обеспечение стройки, поскольку для возведения строительных объектов необходимы материальные запасы, машины и механизмы, материально-техническое оснащение, предусмотренные строительным расчетом на строительно-монтажные работы в требуемом объеме.

Как известно, процедура строительного производства предполагает снабжение стройки материальными резервами в нужном размере, в обозначенные промежутки времени и надлежащего качества.

Любой процесс строительства можно подразделить на отдельные звенья, каждое из которых объединяет различные виды потоков, взаимозависимые между собой. Иными словами, любая составляющая строительного процесса включает одни и те же виды потоков, как-то: материальные, финансовые, трудовые, информационные и другие виды.

Поэтому можно утверждать, что логистическая система формирует перемещение материальных потоков в строительной отрасли и охватывает процессы от поступления материалов до сдачи строительных объектов.

В этой связи перед логистикой ставится ряд задач, к которым, например, относятся планирование и прогнозирование потребности в строительных ресурсах, контроллинг за наличием товарно-материальных ценностей, подготовка и переработка заказов, установление порядка протекания товарного потока в пределах логистической системы и ряд других аналогичных задач.

Разграничение методологии логистики по отдельным этапам процесса строительства допускает внедрение следующих логистических процессов:

- логистика закупок, определяющая траекторию переме-

щения материальных потоков на стадии проведения закупочной деятельности, например, производственно-технологической комплектации построек, и сопутствующие им финансовые и информационные потоковые процессы;

– производственная логистика, задачей которой является рациональное распределение потоковых процессов строительных организаций, например, в период изготовления строительных устройств и механизмов, а также иных материально-производственных ценностей, проектно-конструкторских, строительномонтажных и пусконаладочных работ;

– сбытовая логистика, создающая систему движения материальных потоков в строительной организации, а также выполняемых работ и услуг, оказываемых клиентам, направляя сопутствующие им финансовые, информационные и иные потоки в нужное русло;

– транспортная логистика, определяющая пути перемещения строительных материалов в виде потоковых процессов;

– складская логистика, специализирующаяся на перемещении и распределении товарно-материальных запасов в пределах складского комплекса. Объем сырьевых ресурсов должен соответствовать решаемым задачам.

Негативно повлиять на процесс строительства могут две ситуации:

1) когда недостает в нужном объеме строительных материалов;

2) когда строительные материалы находятся в избытке.

Последняя ситуация особенно нежелательна в случае, если строительство осуществляется один раз.

В связи с этим главная задача логистической системы в сфере строительства состоит в систематическом руководстве всеми видами товарных потоков в хозяйственных системах.

Таким образом, свойства логистического строительного комплекса можно различать и по иным параметрам, таким как периоды инвестиционного развития, фазы жизненного цикла строительных изделий.

Эффективное управление логистикой положительно отражается на финансовом состоянии предприятия. Итак, оно решает сразу четыре проблемы (рис.).

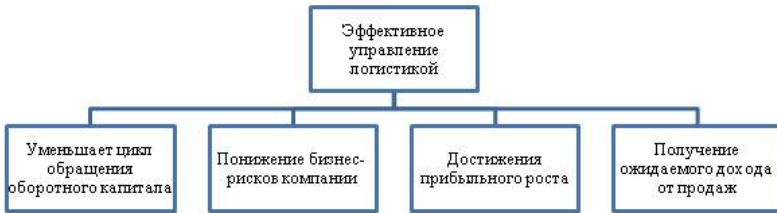


Рис. Эффективное управление логистикой

1. Уменьшает цикл обращения оборотного капитала. На основе идеальных систем заказа и регулярного выставления счетов клиентам компания может значительно оптимизировать сбор денежных средств и сократить цикл обращения рабочего капитала со стороны дебиторской задолженности. С другой стороны, проактивное управление счетами к оплате помогает минимизировать рост времени обращения рабочего капитала.

2. Понижение бизнес-рисков компании. Эффективная оптимизация общих понесенных затрат на логистику, несмотря на некоторую неопределенность логистических процессов в глобальных масштабах, помогает управлять и предотвращать вымывание корпоративного бюджета и валовой прибыли. Зачастую компании при выборе поставщика ищут только наиболее низкую цену за единицу поставляемого сырья, но забывают принимать во внимание риски, присущие мировой системе логистических цепочек поставок. На итоговые понесенные затраты влияет несколько факторов, среди них:

- повышенные транспортные расходы, возникающие из-за увеличения цен на бензин, или необходимости привлечения дополнительных экспедиторов, которые должны понижать задержки в поставках по причине низкоэффективной работы транспортных компаний на аутсорсинге;

- возрастающее время выполнения заказа, которое требует большего уровня минимального запаса сырья на складе и в пути, вследствие чего понижается способность быстро реагировать на изменения;

- потери бизнес-выгод по причине задержек в процессе длительных процедур при таможенном оформлении;

– повышение затрат на хранение запасов из-за необходимости поддерживать больший уровень минимального резерва.

3. Достижения прибыльного роста. Так как влияние на стратегическое управление службой логистики изменяет финансовые результаты, он фокусируется не только на уменьшении затрат, но и на росте выручки и доли рынка. Многие организации, управляющие цепочкой поставок, могут измерить и смоделировать понижение затрат, но только некоторые из них могут определить, как система управления логистикой влияет на продажи.

4. Получение ожидаемого дохода от продаж. Акционеры компании ожидают получение прогнозируемых продаж на постоянной основе. Большая часть будущей информации о спросе и предложении необходима, чтобы определить риски, связанные с системой логистики и поставок, влияющие на получение дохода.

Выводы. На основании вышеприведенного можно сделать вывод, что логистика – это система, состоящая из различных подсистем, к которым относят логистику распределения, снабжения, производственную, сбытовую, транспортную, финансовую логистику и иные виды логистики. Поэтому логистика в строительстве может подразделяться на несколько направлений. Финансовая логистика в строительной сфере регулирует перемещение денежных средств, предназначенных для решения задач, связанных с приобретением, изготовлением и продажей строительных изделий, тогда как информационная логистическая служба позволяет осуществлять передачу и распространение информационных сведений в строительной сфере.

За последние несколько лет логистике в большинстве компаний стали уделять значительно больше времени, нежели раньше. И это неудивительно, ведь от стабильности поставок, оптимальности маршрутов зависит прибыль бизнеса. Все чаще за логистику стали отвечать финансовые директора – именно они обладают способностями, которые помогут бизнесу обрести в сфере логистики конкурентное преимущество. При этом планирование становится более понятным и позволяет предприятию оставаться в выигрыше за счет ускоренной оборачиваемости товара, снижения таможенных издержек и оперативного реагирования на запросы потребителей.

Конкуренция во всех ведущих отраслях в наши дни достигает глобальных масштабов, и потому менеджмент организаций стремится вперед, превращая простые логистические цепочки поставок из обычных обслуживающих инструментов в стратегические активы бизнеса. Такая функциональная часть компании позитивно влияет на конечный результат, в том числе на ее капитализацию.

Список литературы

1. Соколов П. А. Учет, анализ и аудит в строительстве / Соколов П. А., Адамов Н. А., Войко А. В. – М. : Финансы и статистика, 2012. – 213 с.
2. Бродецкая Н. Эталонное представление денежных потоков для анализа инвестиционных проектов логистических систем (часть 2) / Н. Бродецкая. – 2013. – С. 111–112.
3. Ивакин Е. К Договор строительного подряда и иные договоры в сфере строительства / Ивакин Е. К. // Приложение к журналу “Хозяйство и право”. – 2015. – 13 с.
4. Войко А. В. Анализ финансового состояния строительной организации / Войко А.В., Слуцкер А.И. // Бухучет в строительных организациях. – 2014. – С. 64–65.
5. Елина Л. А. Застройщик, генподрядчик и инвестор – три в одном / Елина Л. А., Ахмедова Е. А. // Главная книга. – 2014. – С. 49–50.
6. Кеменев А.В. Особенности формирования и управления денежными потоками в строительстве / Кеменев А. В., Козуб Д. В., Стаханов В. Н. // Бухучет в строительных организациях. – 2013. – С. 237–239.

УДК 658.1

А. А. Науменко

*Научный руководитель: д-р экон. наук,
профессор О. Л. Яременко*

ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Анотація. Досліджуються підходи щодо визначення ділової репутації. Дається визначення ділової репутації з позицій системного підходу. Розглядаються компоненти ділової репутації.

Ключові слова: ділова репутація, вартість ділової репутації, оцінка, вартість, невизначеність, модель реальних опціонів.

Annotation. Approaches to the determination of business reputation are investigated. The definition of business reputation of the enterprise with the system approach is given. Components of business reputation are considered.

Key words: business reputation, goodwill, estimation, value, uncertainty, real options model.

Постановка проблеми. Одним из важнейших факторов успешности предприятий является высокая деловая репутация, которая при прочих равных условиях позволяет выступать им в качестве ведущих игроков на рынке. Деловую репутацию невозможно увидеть или прощупать, ибо это неосязаемый актив, но благодаря ей у предприятия возникают существенные возможности зарабатывать на рынке, привлекая все больше и больше потребителей своей продукции. Деловая репутация включает такие нематериальные составляющие, как удачное местоположение, взаимоотношения с потребителями, поставщиками и государством, историю создания и развития, опыт сотрудников, клиентскую базу и т.д. В связи с этим исследование сущности, а также компонентов деловой репутации предприятия является актуальной.

Анализ последних достижений и публикаций. Понятие деловой репутации сложное и неоднозначное в трактовке, оно рассматривалось в работах Е. Ю. Беляевой, Г. М. Десмонда, Р. Э. Келли, Ю. В. Козыря, А. Б. Лапшова, Л. П. Мокровой, И. В. Олейника, Д. Р. Хитчнера, Н. Ф. Чеботарева, Ф. И. Шаркова и др. Содержащиеся в работах дефиниции сводятся к констатации, что у любого более или менее успешного предприятия деловая репутация всегда существует и представляет собой ту совокупность нематериальных активов, которые сложно в силу тех или иных причин идентифицировать.

Нерешенные ранее части общей проблемы. Исторически сложилось два подхода к определению понятия «деловая репутация». Сторонники первого подхода (Р. П. Булыга, М. Ф. Ван Бреда, В. Г. Гетьман, В. М. Елисеев, Н. П. Козлова, П. А. Кохно, И. И. Просвирина, Э. С. Хендриксен, Е. В. Чигири-

нова) учитывают деловую репутацию лишь в момент продажи предприятия как разницу, которая представляет собой маржу между ценой покупки предприятия и балансовой стоимостью его чистых материальных активов. Сторонник второго подхода (Г. Г. Азгальдов, С. В. Валдайцев, А. Г. Грязнов, Н. Н. Карпова, А. Н. Козырева, Ю. В. Козырь, В. Л. Макаров, М. В. Мельник, Л. П. Мокрова, Дж. Рош, Й. Руус, С. Пайк., С. В. Понуров, Г. И. Просветов, М. А. Федотова, Л. Фернстрем) связывают деловую репутацию предприятия с нематериальными активами. При этом они оперируют понятием «гудвилл». Сложность и уникальность понятия деловой репутации порождает много дискуссий по этому поводу. отождествление нематериальных активов с деловой репутацией не совсем корректно, так как деловая репутация является чем-то большим, чем совокупность нематериальных активов, которыми владеет предприятие. В связи с вышесказанным необходимы дополнительные исследования по выявлению сущности и компонент деловой репутации.

Цель исследования заключается в системном структурировании состава и содержания деловой репутации предприятия.

Изложение основного материала. В научной литературе нет единства не только касательно определения деловой репутации, но и в отношении общего направления ее изучения. Это объясняется тем, что в разных областях экономики по-своему подходят к определению данного понятия. Существуют принципиальные различия между подходами к определению деловой репутации с точки зрения бухгалтерского учета и оценки бизнеса:

- стандарты бухгалтерского учета признают возможность оценки деловой репутации только приобретенного предприятия, оценщики допускают возможность расчета стоимости деловой репутации действующего предприятия;

- перечень идентифицируемых в оценочной деятельности активов существенно шире, чем в бухгалтерском учете, и постоянно стремится к расширению, что ведет к постепенному сужению зоны неопределенности гудвилла;

- в оценочной деятельности под деловой репутацией понимаются некоторые активы, отличающиеся от обычных активов тем, что до настоящего времени не разработаны приемлемые и достоверные способы их идентификации. Термином «деловая

репутация» эти разнообразные активы объединяются в одну группу. В бухгалтерском учете под деловой репутацией понимается не актив, а превышение цены продажи бизнеса над рыночной стоимостью его чистых активов. Стоимостная оценка этого превышения является гудвиллом. Различные трактовки понятия гудвилл приведены в табл.

Данные определения стоимости деловой репутации имеют право на жизнь, но они не раскрывают механизм ее формирования. В решении данной проблемы поможет исследование

Таблица 1

Трактовки понятия гудвилл

Автор, источник	Определение
1	2
Гленн М. Десмонд и Ричард Э. Келли [1, с. 20].	«Гудвилл – это совокупность тех элементов бизнеса, которые стимулируют клиентов продолжать пользоваться услугами данного предприятия и приносят прибыль сверх той, что требуется для получения разумного дохода на все остальные активы предприятия, включая доход на все прочие нематериальные активы, которые могут быть идентифицированы и отдельно оценены» [1, с. 20].
Приложение к МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнеса» [2]	Гудвилл – это актив, представляющий собой будущие экономические выгоды, являющиеся результатом других активов, приобретенных при объединении бизнеса, которые не идентифицируются и не признаются по отдельности
Стандарты BVS-I [3]	Гудвилл определяется как «доброе имя» фирмы и включает нематериальные активы компании, которые складываются из престижа предприятия, его деловой репутации, взаимоотношений с клиентами, местонахождения, номенклатуры производимой продукции.
МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы»[4]	Гудвилл, признанный при объединении бизнеса, является активом, представляющим будущие экономические выгоды от приобретаемых при объединении бизнеса активов, которые не поддаются индивидуальной идентификации и отдельному признанию. Будущие экономические выгоды могут возникнуть в результате синергии между приобретенными идентифицируемыми активами или проистекать от активов, которые по отдельности не удовлетворяют критериям для признания в финансовой отчетности

понятия деловой репутации предприятия с позиций системного подхода.

Данные определения стоимости деловой репутации имеют право на жизнь, но они не раскрывают механизм ее формирования. В решении данной проблемы поможет исследование понятия деловой репутации предприятия с позиций системного подхода.

Предприятие, как и всякая система, представляет собой множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которые образуют определенную целостность или единство. В системе «предприятие» можно выделить два блока элементов: материальный комплекс и нематериальный комплекс, между этими блоками возникает множество видов синергии. Синергия играет наиважнейшую роль в формировании деловой репутации предприятия. Синергия человеческого капитала позволяет совместно использовать достижения и возможности при управлении знаниями, передавая успешный опыт качественного выполнения процессов всем подразделениям предприятия. Синергия клиентского капитала позволяет использовать общую клиентскую базу, комбинируя продукты и/или услуги от многих бизнес-единиц, чтобы обеспечить конкурентные преимущества: низкую цену, удобство и качество продукции. Синергия организационного капитала позволяет использовать ключевые компетенции для усовершенствования технологических процессов на предприятии.

Аналитики обычно выделяют следующие группы компонентов, формирующих деловую репутацию: финансовая, рыночная, корпоративная и социальная. Так, показатели финансовой группы интересны для инвесторов, рыночные – для клиентов и партнеров, корпоративные – для сотрудников, социальные – для общест-венности.

Вывод. Таким образом, деловая репутация предприятия – это следствие эмерджентности и синергии человеческого, клиентского и организационного капитала предприятия как экономической системы, проявляющихся в конкурентных преимуществах и росте капитализации его стоимости. Путями повышения деловой репутации предприятия является развитие его человеческого, клиентского и организационного капитала.

Список литературы

1. Дэсмонд Г. Руководство по оценке бизнеса/ Г. Дэсмонд, Р. Келли. – М.: РОО, 1996. – 324 с.
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнеса» (ред. от 26.08.2015). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124548/ (дата обращения 04.05.2018).
3. Американское общество оценщиков (ASA). Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.appraisers.org/docs/default-source/discipline_bv/bv-standards.pdf?sfvrsn=0 (дата обращения 04.05.2018).
4. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы» (ред. от 17.12.2014). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124016/ (дата обращения 04.05.2018).

УДК 658.152 (477)

М. Г. Оганесян

*Научный руководитель: канд. экон. наук,
доцент О. А. Иванова*

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Анотація. В статті розглянуті основні методи оцінки інвестиційних проєктів, межі їх використання, переваги та недоліки. Зроблено висновок про необхідність використання методів з урахуванням чистої приведеної вартості та показників, які враховують фактор часу при оцінці ефективності інвестиційних проєктів.

Ключові слова: ефективність проєкту, ефект, інвестиції, інвестиційний проєкт, методи оцінки ефективності, показники, чиста приведена вартість, внутрішня норма доходу.

Annotation. The article deals with the main methods of evaluating investment projects, their limits usage, it's advantages and disadvantages. The conclusion is made concerning the necessity for using given methods, including the net present value as well as the indices, which consider the factor of timing while evaluating the efficiency of the investment projects.

Key words: project efficiency, investments, investment project, methods of efficiency evaluation, investment activities, net present value, internal rate of return.

Инвестиционная деятельность представляет собой один из наиболее важных аспектов функционирования любой коммерческой организации. Причинами, обуславливающими необходимость осуществления инвестиционной деятельности предприятия, являются обновление имеющейся материально-технической базы, наращивание объемов производства, освоение новых видов деятельности. Часто предприятие сталкивается с ситуацией, когда имеется ряд альтернативных инвестиционных проектов. В связи с этим, возникает необходимость в сравнении этих проектов и выборе наиболее привлекательных из них по критериям эффективности инвестиционного проекта. В условиях рыночной экономики возможностей для инвестирования довольно много. Вместе с тем объем финансовых ресурсов, доступных для инвестирования, у любого предприятия ограничен. Поэтому особую актуальность приобретает задача оптимизации бюджета капитальных инвестиций [2, с. 65]. В этой связи необходима объективная оценка эффективности инвестиционного проекта.

Для планирования и осуществления инвестиционной деятельности, перед принятием инвестиционного решения следует провести комплексный экономический анализ. При этом особую важность имеет предварительный анализ, который проводится на стадии разработки инвестиционных проектов и способствует принятию эффективных и обоснованных управленческих решений. Главным направлением предварительного анализа является определение показателей возможной экономической эффективности инвестиций, т.е. отдачи от капитальных вложений, которые предусмотрены по проекту [5, с. 28]. Как правило, в расчетах принимается во внимание временной аспект стоимости денег.

Оценка экономической эффективности проектов является одной из наиболее трудоемких и ответственных аспектов экономического анализа инвестиционной деятельности предприятия. Следовательно, особое внимание необходимо уделить не только правильности и точности выполнения расчетов показателей эффективности инвестиционного проекта, но и адекватности методов и критериям их оценки.

Проблема оценки привлекательности инвестиционного проекта заключается в определении уровня его доходности (нормы прибыли). Различают множество подходов к решению данной проблемы, в соответствии с которыми методы оценки эффективности инвестиций предлагается разделить на две группы: простые (статические) методы и методы дисконтирования, с учетом фактора времени [1, с. 12]. Статические показатели, используемые в первой группе методов, достаточно просты для понимания и использования, но они не учитывают фактор времени, что является отрицательным фактором при оценке эффективности проектов. Статические методы как правило применяются в условиях равных доходов в течение рассматриваемого периода оценки, что само по себе является не типовым условием осуществления инвестиционной деятельности и реализацией инвестиционного проекта. В свою очередь динамические показатели учитывают переменную стоимость денежных средств, полученных и израсходованных в разные годы.

На практике проблема оценки эффективности инвестиционных проектов освещена в работах П. Орлова, Е. Пелихова, Е. Читыркина, Э. Хлынина и др. [5–6; 8–9]. Следует отметить, что авторы работ пришли к выводу, что наиболее точными и эффективными показателями оценки эффективности инвестиционных проектов являются – NPV (чистая приведенная стоимость) и IRR (внутренняя норма доходности). Поэтому целесообразно рассмотреть более детально основные методы и показатели оценки эффективности инвестиционных проектов, а также выявить их преимущества и недостатки.

Анализируя литературные источники по данной проблематике, можно сделать вывод, что при оценке альтернативных проектов, возможны ситуации, когда показатели NPV и IRR противоречат друг другу.

IRR является относительным показателем, и на его основе невозможно сделать правильные выводы об альтернативных проектах с позиции их возможного вклада в увеличение капитала предприятия. Этот недостаток особенно четко проявляется, если проекты существенно различаются по величине денежных потоков.

Анализируя показатель чистой приведенной стоимости (NPV) можно отметить, что основной недостаток данного критерия состоит в том, что это абсолютный показатель, а потому он не дает представления о так называемом «резерве безопасности проекта». Имеется в виду то, что если допущены ошибки в прогнозах денежного потока или коэффициента дисконтирования, изначально прибыльный проект может оказаться убыточным [3, с. 47]. Поскольку зависимость NPV от ставки дисконтирования не линейна, значение NPV может существенно зависеть от ставки дисконтирования, причем степень этой зависимости различна и определяется динамикой элементов денежного потока. Для проектов классического характера критерий IRR показывает лишь максимальный уровень затрат по проекту. В частности, если цена инвестиций в оба альтернативных проекта меньше, чем значения IRR для них, выбор может быть сделан, лишь с помощью дополнительных критериев. Более того, критерий IRR не позволяет различать ситуации, когда цена капитала меняется. Сравнительную оценку NPV и IRR представим в табл.

Таблица

Преимущества и недостатки NPV и IRR

Метод	Преимущества	Недостатки
NPV	<ul style="list-style-type: none"> – имеет понятное экономическое определение; – учитывает стоимость денег во времени; – ставка реинвестирования, как правило, не высока, и расчет не приводит к большим погрешностям; – позволяет учесть изменение ставок дисконтирования во времени. 	<ul style="list-style-type: none"> – NPV – абсолютный показатель, поэтому метод не позволяет сделать выбор между проектами с разным объемом инвестиций, – показывает абсолютную величину прибыли.
IRR	<ul style="list-style-type: none"> – является относительным показателем; – сопоставим с доходностью ценных бумаг; – не зависит от ставки дисконтирования; – учитывает стоимость денег во времени. 	<ul style="list-style-type: none"> – формула расчета IRR не имеет четкого определения; – NPV и IRR могут показывать противоположные результаты во взаимоисключающих проектах даже при одинаковых объемах инвестиций.

Главным направлением предварительного анализа инвестиционного проекта является определение показателей возможной экономической эффективности инвестиций, т.е. отдачи от капитальных вложений, которые предусматриваются проектом. Оценка эффективности инвестиций является наиболее ответственным этапом принятия инвестиционного решения, от результатов которого в значительной мере зависит степень реализации цели инвестирования. Оценка эффективности каждого инвестиционного проекта осуществляется на основе учета преимуществ и недостатков от внедрения тех или иных мероприятий [4, с. 115].

Некоторое исключение составляют финансовые проекты, эффективность реализации которых зависит от рациональности принятой схемы финансирования. Для анализа эффективности инвестиционных проектов используют широкий арсенал средств, обеспечивающий не только достоверность необходимой информации, но оценку эффективности проекта. В настоящее время большинство предприятий не имеют собственных источников финансирования капитальных вложений. В этих условиях все большее значение приобретают научно обоснованные расчеты по оценке экономической эффективности инвестиционных проектов и отбор их для финансирования.

Список литературы

1. Байдык О. Инвестиции: методы оценки эффективности / О. Байдык // Справочник экономиста. – 2007. – № 2. – С. 3–10.
2. Довбня С. Б. Новий підхід до оцінки економічної ефективності інвестиційних проєктів / С. Б. Довбня, К. А. Ковзель // Фінанси України. – 2017. – № 7. – С. 62–71.
3. Кишеня В. И. Методы оценки эффективности инвестиционных проектов / В. И. Кишеня // Управление персоналом. – 2009. – № 20. – С. 46–49.
4. Любушин Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / Н. П. Любушин. – М. : Юнити-Дана, 2006. – С. 112–118.
5. Орлов П. Сравнительная оценка эффективности капитальных вложений / П. Орлов // Экономика Украины. – 2004. – № 1. – С. 27–32.
6. Пелихов Е. Ф. Экономическая эффективность инноваций: монография / Е. Ф. Пелихов ; Нар. укр. акад. – Харьков : Изд-во НУА, 2004. – 162 с.

7. Пересада А. А. Основы инвестиционной деятельности / А. А. Пересада // Київ : Основа. – 2014. – 189 с.
8. Четыркин Е. М. Финансовый анализ инвестиционных проектов / Е. М. Четыркин. – М : Дело, 2001. – 115 с.
9. Хлынин Э. В. Современные подходы к оценке эффективности инвестиционных вложений в основной капитал / Э. В. Хлынин, Е. И. Хорошилова // Фундаментальные исследования. – 2011. – № 8. – С. 239–243.

УДК 330.35

Н. Ю. Осауленко

*Научный руководитель: канд. экон. наук,
доцент Э. И. Цыбульская*

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотація. В статті виконано аналіз категорії «економічний потенціал підприємства». Досліджено склад та структуру економічного потенціалу з позицій ресурсного, функціонального та змішаного підходів. Обґрунтовано авторське визначення економічного потенціалу підприємства

Ключові слова: економічний потенціал підприємства, ресурси, можливості, підприємницька діяльність, модель, структура.

Annotation. The category «economic potential of an enterprise» is analyzed in the article. The composition and structure of economic potential from the perspective of resource, functional and mixed approaches are investigated. The author's definition of economic potential of an enterprise is substantiated.

Key words: economic potential of an enterprise, resources, opportunities, entrepreneurship, model, structure.

Постановка проблеми. Важную составную часть макроэкономических преобразований в Украине составляет проблема достижения экономической стабилизации и перехода к развитию всех отраслей экономики. В условиях усиливающихся сложностей развития украинской экономики определение ресурсных возможностей должно стать приоритетным направлением стра-

тегии любого хозяйствующего субъекта. Тенденция зависимости экономического роста от состояния потенциала очевидна, всегда отмечалось создателями теории экономического роста, подтверждается практикой хозяйствования.

Экономический потенциал предприятия (ЭПП) определяет имеющиеся и скрытые возможности, количественный и качественный состав ресурсов, состояние предприятия в перспективе, путь дальнейшего развития.

Сложная ситуация на отечественных предприятиях в период кризиса, отсутствие необходимого развития и даже стабильности отражает недостаточно учтенные возможности или нерационально использованные ресурсы, а в итоге – неиспользованный потенциал. Это предопределяет необходимость исследования ЭПП, его сущности и структуры для обеспечения устойчивых позиций предприятия на рынке, завоевания хорошей репутации, выявления возможностей повышения конкурентоспособности с учетом перспектив прибыльности и роста.

Анализ последних достижений и публикаций. Вопросы исследования сущности категории «экономический потенциал», проблемы его формирования, оценки и управления рассматриваются в работах отечественных ученых, как А. Ф. Балацкий, Б. Е. Бачевский, В. Быкова, Л. Головкова, Т. В. Калинеску, Н. С. Краснокутская, И. В. Заблудская, Е. В. Лапин, Б. Мизюк, А. И. Олексюк, И. П. Отенко, А. А. Решетняк, И. М. Репина, В. В. Россоха, В. Ф. Савченко, М. В. Савченко, Л. В. Скоробогата, О. С. Федонин и др. Исследованию структуры потенциала уделяют внимание и полное освещают его в своих работах ученые А. В. Арефьева, Н. С. Краснокутская, Е. В. Лапин, А. И. Олексюк, И. М. Репина, А. С. Федонин и др. Анализ литературы свидетельствует о постоянном интересе ученых-экономистов этой категории, рассмотрению сущности и структуры, а также проблем оценки и управления.

Нерешенные ранее части общей проблемы. При этом выявляются различия и до сих пор нет единого подхода в трактовке, структурировании, определении механизма формирования и оценки экономического потенциала. Это предопределяет необходимость и актуальность дальнейших достижений в этом направлении.

Цель статьи – анализ теоретических подходов к определению категории «экономический потенциал предприятия», уточнение ее сущности и описание основных структурных элементов.

Изложение основного материала. Экономический потенциал как категория исследуется на макро- и микроуровне. Большинство ученых изучают экономический потенциал на уровне государства [1; 2], хотя некоторые ученые рассматривают экономический потенциал предприятия, трактуя его как отдельную систему [3; 4], или как один из видов или элементов структуры потенциала [5]. Также обзор литературы показал, что между терминами ЭПП и «потенциал предприятия» часто не видят разницы, понимая при этом одно и то же. ЭПП и его структура требуют комплексного исследования с учетом всех научных мыслей и идей.

По исследованиям Л. В. Скоробогатой, экономический потенциал предприятия – это совокупность органически взаимосвязанных ресурсов и их способность обеспечивать основные бизнес-процессы в заданных пределах риска с целью получения экономических выгод [6].

По мнению Лапина Е. В. экономический потенциал относительно отдельного предприятия характеризует не столько производственные возможности (производственную мощность), сколько интегральные способности предприятия максимально удовлетворять потребности потребителей и учитывать интересы государства, оптимально используя имеющиеся экономические ресурсы [4]. Предприятие рассматривается как открытая система, а экономическая составляющая его деятельности является основной и выступает главным объектом управления и анализа, поэтому категория ЭПП считается тождественной к категории «потенциал предприятия».

В исследовании О. Ф. Балацкого ЭПП представляет собой совокупность трудовых, производственных, природных, инновационных, инвестиционных ресурсов предприятия [1].

Таким образом, можно сделать взвод о том, что во всех трактовках ЭПП его сущность неразрывно связана с ресурсами и возможностями. Воплощение предприятием возможностей в действительность с использованием ресурсов превращается на приобретение экономических выгод.

Исследование потенциала предприятия как сложного экономического явления невозможно без изучения его внутреннего строения. Для характеристики внутреннего строения, отражение определенной взаимосвязи составных частей целого используется понятие структуры, поэтому почти каждое исследование потенциала предприятия касается его структуризации.

Формируя общую структуру ЭПП, нужно учесть такие классификационные признаки, как элементный состав, функциональная сфера возникновения, спектр учтенных возможностей и направленность деятельности предприятия, а также степень реализации потенциала.

Основными подходами к определению структуры экономического потенциала предприятия является ресурсный, функциональный и смешанный.

Ресурсный подход предполагает выделение структурных элементов по видам и характеру ресурсов. По такому подходу в структуре может выделяться большое количество составляющих: средства труда, предметы труда, рабочая сила и природные ресурсы [4]. Различные исследователи рассматривают разное количество составляющих. В одном случае в его состав рекомендуется включать только средства труда, в другом – средства труда и рабочую силу, в третьем – средства труда, рабочую силу и природные ресурсы, применяемые в процессе производства, в четвертом – средства труда, рабочую силу и предметы труда. Составными элементами низшего уровня является трудовой, природный, инвестиционный и инновационный потенциалы.

По функциональному подходу разделение на структурообразующие элементы осуществляется по видам деятельности предприятия: основные (снабжение, производство, сбыт) и вспомогательные (составление отчетности, хранения продукции, обслуживания производственных фондов и т. д.). Используя такой подход, выделяют элементы: производственный, логистический, маркетинговый, управленческий и другие потенциалы.

По смешанному подходу различают несколько критериев разделения структуры на составляющие элементы. Самым распространенным является сочетание ресурсного и функционального подходов, элементами выделяют ресурсы предприятия

и функции. К элементам потенциала предприятия принадлежит все, что связано с функционированием и развитием предприятия. В частности, выделяют объектные и субъектные составляющие. Объектные составляющие связаны с материально-вещественной и личным формой потенциала предприятия. Они потребляются и воспроизводятся в той или иной форме в процессе функционирования. К ним относятся: инновационный, производственный, финансовый и воспроизводственный потенциал. Субъектные составляющие связаны с общественной формой их обнаружения. Они не потребляются, а являются общеэкономическим, общехозяйственным фактором рационального потребления объектных составляющих. К ним относятся: научно-технический, управленческий, маркетинговый потенциал и потенциал организационной структуры управления.

Предлагается выделить такие элементы ЭПП (рис.): трудовой, производственный, финансовый, инновационный и информационный потенциалы. Управление потенциалом предприятия осуществляет персоналом посредством разных видов деятельности (А – аналитическая, Б – производственная, В – коммуникационная). Управление осуществляется путем планирования (П), реализации стратегии (Р) и контроля за выполнением (К).

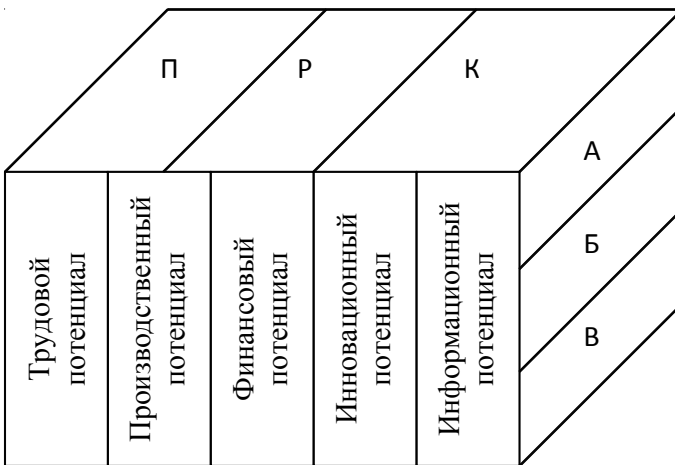


Рис. 1. Модель структуры экономического потенциала предприятия

Такое видение структуры экономического потенциала предприятия будет удобным в практическом применении при оценке, позволит проанализировать его элементы на каждом этапе, как во время формирования, так и в ходе функционирования предприятия.

Вывод. Обобщая анализ литературных источников, под экономическим потенциалом предприятия целесообразно понимать совокупность имеющихся ресурсов и возможностей их трансформировать, чтобы достичь экономических выгод. Дальнейшие исследования направлены на разработку комплексной методики оценки экономического потенциала предприятия с позиций стоимостного подхода.

Список литературы

1. Экономический потенциал административных и производственных систем : монография / под общ. ред. О. Ф. Балацкий. – Сумы : Университетская книга, 2006. – 972 с.
2. Савченко В.Ф. Потенціал національної економіки України : моногр. / В. Ф. Савченко ; Міністерство освіти і науки України, Чернігівський державний інститут економіки і управління. – Чернігів : ЧДІЕУ, 2009. – 273 с.
3. Калінеску Т. В. Стратегічний потенціал підприємства: формування та розвиток : моногр. / Т. В. Калінеску, Ю. А. Романовська, О. Д. Кирилов. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2007. – 272 с.
4. Лапин Е. В. Экономический потенциал предприятий промышленности: формирование, оценка, управление : дис. ... д-ра экон. наук : 08.07.01 / Лапин Евгений Васильевич. – Сумы, 2006. – 432 с.
5. Мізюк Б. М. Системні основи теорії та інструментарій менеджменту підприємства: монографія / Б. М. Мізюк. – Львів : Коопосвіта, 2000. – 418 с.
6. Скоробогата Л. В. Оцінка та технології обліку економічного потенціалу діяльності підприємств : дис. ... канд. экон. наук : 08.06.04 / Скоробогата Лариса Вікторівна ; Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. – Київ, 2005. – 220 с.

УДК 658.114

*Н. А. Перерва**Научный руководитель: доц. Ю. С. Потемкин*

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ АКЦИОНЕРНЫМ КАПИТАЛОМ В УКРАИНЕ

Аннотація. Досліджуються проблеми управління акціонерним капіталом українських підприємств. Обґрунтовується важливість створення гарантій забезпечення прав усіх учасників корпоративних відносин з боку держави. Показано, що для інсайдерів такими гарантіями має бути ефективне управління і стабільний внутрішній контроль над акціонерним товариством, для аутсайдерів – наявність розвиненого фондового ринку з достатніми можливостями передачі корпоративного контролю і дієвими механізмами захисту прав інвесторів.

Ключові слова: управління, акціонерний капітал, приватизація, фінансовий ринок, корпоративне управління, гарантії, внутрішній контроль.

Annotation. Problems of managing the share capital of the Ukrainian enterprises are investigated. The importance of creating guarantees for ensuring the rights of all parties to corporate relations on the part of the state is substantiated. It is shown effective management and stable internal control over the joint-stock company should be for insiders and the presence of a developed stock market with sufficient opportunities for the transfer of corporate control and effective mechanisms for protecting investors' rights should be for outsiders.

Key words: management, share capital, privatization, financial market, corporate governance, guarantees, internal control.

Постановка проблеми. В современной ситуации большинство украинских публичных акционерных функционируют в изоляции от фондового рынка, что выражается в заниженной рыночной стоимости и ликвидности их акций, недоиспользовании механизма финансирования за счет эмиссий ценных бумаг. Данная ситуация наносит ущерб интересам как самих компаний, так и их собственников. Акционеры теряют возможность реализовать важнейшую составляющую своего дохода – рост курсовой стоимости акций, а сами предприятия, несмотря на весьма значительную потребность в средствах, практически не

используют огромные ресурсы фондового рынка в плане финансирования инвестиционных программ. Сложившаяся ситуация обусловлена целым рядом причин и проблем, требующих дополнительного исследования.

Анализ последних достижений и публикаций. Методологическую и теоретическую основу исследования вопросов управления акционерным капиталом составили научные труды отечественных и зарубежных авторов в области финансового менеджмента и финансов предприятия (Р. Н. Холта, Дж. К. Ван Хорна, Юджина Бриггема, Луиса Гапенски, В. В. Ковалева, Л. Н. Павловой, И. А. Бланка, Е. Стояновой), инвестиций на фондовом рынке (Уильяма Ф. Шарпа, Гордона Дж. Александра, Джеффри В. Бэйли, Я. М. Миркина), эмиссионной деятельности компаний (Пола Маршала, Питера Фроста).

Нерешенные ранее части общей проблемы. В ходе трансформации национальной экономики Украины приватизация проявилась как основной фактор внедрения акционерной формы собственности и формирования корпоративных отношений. Следует отметить, что главной целью приватизации было быстрое и справедливое перераспределение государственной собственности для перехода на рыночные рельсы развития национальной экономики. Однако на формирование акционерного капитала отечественных акционерных обществ существенно повлияли все недостатки процесса приватизации. В ходе корпоратизации и приватизации государственного сектора экономики Украины проявились позитивные и негативные аспекты, присущие процессу разгосударствления, а, следовательно, они обусловили процесс становления и развития национальной системы корпоративного управления. Несмотря на множество трудов, посвященных вопросам управления акционерным капиталом, в научной литературе практически отсутствуют исследования, касающиеся особенностей управления данным капиталом в украинских реалиях.

Цель исследования – выявление факторов, оказывающих влияние на процесс становления корпоративных отношений в Украине и обуславливающих особенности управления акционерным капиталом отечественных промышленных предприятий.

Изложение основного материала. Разгосударствление больших предприятий промышленности, транспорта, инфраструктуры в основном происходило путем корпоратизации с последующей открытой продажей акций (59,8 % от общего объема продаж), выкупом государственного имущества, находящегося в аренде (19,1 %), продажей через аукционные торги (14,9 %) [1–6]. В результате развертывания трансформации отношений собственности в течение 90-х годов в национальной экономике было сформировано более 35 тыс. акционерных обществ открытого и закрытого типа.

Сейчас большинство операций по купле-продаже ценных бумаг в Украине осуществляются без привлечения организаторов торгов [7]. Большинство рыночных операций с ценными бумагами происходят на вторичном (закрытом) рынке в достаточно небольших объемах. Такое положение существенно усложняет осуществление любых свободных операций купли-продажи акций по реальной стоимости, а тем более не дает возможности получения доходов за счет роста рыночной стоимости акций. Отмеченная стагнация рынка акций в первую очередь обуславливается приватизационной природой происхождения большинства корпоративных прав, которые эмитированы отечественными акционерными обществами. Еще одним важным аспектом формирования отечественной системы корпоративного управления стала активизация корпоративных интеграционных процессов формирования объединений предприятий. Доля операций по приобретению акций, в общем объеме операций по экономической концентрации, в Украине за период 2002–2015 гг. выросла с 14,83 % до 64,51 % [7]. Следует при этом отметить, что на практике масштабы осуществления корпоративных интеграционных процессов были намного больше, поскольку случаи использования рейдерских инструментов аккумуляции корпоративного контроля практически не фиксировались антимонопольными органами.

Отечественные корпорации в ходе акционирования на пути привлечения финансово-инвестиционных ресурсов из эмиссионных источников столкнулись с рядом трудностей. С одной стороны, объемы потенциальных источников привлечения средств в Украине являются достаточно ограниченными, а портфельное

инвестирование становится возможным лишь при условии сверхвысокой надежности и прибыльности эмитента. Текущая ситуация фондовом рынке также не является достаточно благоприятной относительно масштабного привлечения средств, поскольку эмиссионная деятельность требует от эмитента значительных расходов средств. Второй причиной является стремление владельцев корпоративного контроля к сохранению существующей структуры акционерного капитала. В таких условиях корпорация становится лишь формальной оболочкой полностью частного предприятия без возможности реализации корпоративных отношений. Эта ситуация в одинаковой мере вредит инсайдерам и аутсайдерам: инсайдеры лишены источников финансирования, а аутсайдеры – объектов для прибыльного вложения средств. Для взаимовыгодного сотрудничества необходимо создание гарантий обеспечения прав всех участников корпоративных отношений. Для инсайдеров такими гарантиями должно быть эффективное управление и стабильный внутренний контроль над акционерным обществом, для аутсайдеров – наличие развитого фондового рынка с достаточными возможностями передачи корпоративного контроля и действенными механизмами защиты прав инвесторов.

Вывод. Таким образом, в современных условиях осуществления корпоративных отношений, сложившихся в акционерных обществах Украины, подавляющее большинство участников – инсайдеров и аутсайдеров – имеют ограниченные возможности относительно использования преимуществ акционерной формы ведения хозяйства. Более того, в результате низкого уровня действенности рыночного механизма в сфере регуляции корпоративных отношений, их участники вынуждены использовать сугубо административные или даже силовые методы влияния на оппонентов, прибегать к перераспределению корпоративного контроля через процедуру банкротства. Приватизация и производная от ее условий система корпоративного управления, которая сформирована сегодня в стране, не способны решить основные проблемы рыночного реформирования и структурно-инновационной трансформации, для решения которых крайне необходимо коренное усовершенствование управления

отечественными предприятиями и привлечение масштабных инвестиций в экономику Украины.

Список литературы

1. Державна програма приватизації (1992 рік) : затверджена Постановою Верховної Ради України від 7 липня 1992 року № 2545-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/> – Заголовок з екрану.
2. Державна програма приватизації на 1997 рік : затверджена Законом України від 3 червня 1997 року №294/97-ВР [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/> – Заголовок з екрану.
3. Державна програма приватизації на 1998 рік, затверджена Законом України від 12 лютого 1998 року №124/98-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/> – Заголовок з екрану.
4. Державна програма приватизації на 1999 рік, затверджена Указом Президента України від 24 лютого 1999 року №209/99.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/> – Заголовок з екрану.
5. Державна програма приватизації на 2000–2003 роки, затверджена Законом України від 18 травня 2000 року №1723-ІІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/> – Заголовок з екрану.
6. Метеленко Н. Г. Проблемы управления акционерным капиталом промышленных предприятий в Украине/ Н. Г. Метеленко // Проблемы економіки. – 2016. – № 1. – С.73–77.

УДК 331.101.38

К. Р. Пятковская

*Научный руководитель: канд. экон. наук,
доцент Е. И. Решетняк*

МОТИВАЦІЯ І СТИМУЛЮВАННЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Анотація. У статті розглядаються такі категорії в управлінні персоналом, як «мотивація» і «стимулювання трудової діяльності». Наведено поняття, основні концепції, обґрунтовується мета діяльності по мотивації і стимулюванню, механізми формування мотивації, типи працівників, роль керівника в управлінні мотивацією і стимулюванням.

Ключові слова: мотивація, персонал, чинники.

Annotation. In the article such categories in personnel management as motivation and stimulation of labour activity are viewed. Concepts, the basic conceptions are given, the aim of activity on motivation and stimulation is grounded, the mechanisms of formation of motivation, the types of workers, the role of managers in managing motivation and stimulation are also grounded.

Key words: motivation, staff, factors.

Постановка проблеми. У сучасних умовах ринкової економіки головним завданням керівників на підприємстві є процес управління в цілому: координація різних функцій, їхнє узгодження; підбір керівників відповідних служб і підрозділів; організація ієрархії управляючої системи в цілому. Вважається, що керівник на підприємстві повинен не наказувати своїм підлеглим, а навпаки направляти їхні зусилля, допомагати розкриттю їхніх здібностей.

Мотивація є важливим елементом в управлінні персоналом, так як спонукає персонал до праці і тим самим веде до задоволення потреб працівників. Мотивація – це процес заохочення людей до праці, який передбачає використання мотивів поведінки людини для досягнення особистих цілей або цілей організації. Поведінка людини визначається мотивами. Мотив – це внутрішня спонукальна сила, яка примушує людину до здійснення певних дій. Адже, саме мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації кадрового потенціалу тощо. Саме цей факт обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз основних досліджень і публікацій в яких започатковано розв’язання даної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Проблеми пов’язані з мотивацією персоналу висвітлені в наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: Л. Безчасного, Д. Богині, П. Журавльової, Н. Лук’яненко, А. Садекова, О. Крушельницької, С. Вовканича, В. Нестерчука, Л. Полянської, М. Долішнього, Е. Лібанової, І. Лукінова та інших.

Однак, спроби пристосувати класичні теорії мотивації до сучасності багато в чому не систематизовані, що утруднює практичне використання методів мотивації. Складність практичної організації системи мотивації персоналу пояснюється також слабкою вивченістю особливостей мотивації персоналу,

зайнятого в окремих галузях економіки. Завдання удосконалення системи мотивації персоналу та підвищення задоволеності їх працею вимагає подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті. Основною метою статті є вивчення сутності мотивації персоналу та її особливостей в сучасних умовах, її ролі у підвищенні ефективності діяльності персоналу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Персонал для керівництва підприємства є найбільш цінним ресурсом – саме персонал може постійно удосконалюватись. Мотивація персоналу є одним з найважливіших факторів, що впливають на розвиток підприємства в цілому. Високий ступінь вмотивованості підлеглих, нинішні керівники ставлять на перше місце в ряді внутрішніх факторів підвищення конкурентоздатності своєї діяльності.

Проте, варто відмітити, що мотивація персоналу на підприємстві, у сучасних умовах зазнала істотні зміни: істотне значення набули соціально-економічні і соціально-психологічні методи управління персоналом над адміністративними; управління тепер спрямоване на здійснення співробітництва персоналу та адміністрації для досягнення намічених цілей.

В загальному розумінні, мотивація людини до діяльності – це сукупність зовнішніх і внутрішніх сил, що спонукають людину до активної діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації. Зв'язок між окремими силами і діями людини опосередковано дуже складною системою взаємодій, у результаті чого різні люди можуть по-різному реагувати на однаковий вплив однакових сил. Більше того, поведінка людини та здійснені нею дії, в свою чергу, також можуть вплинути на її реакцію, в результаті чого може змінюватися як ступінь впливу, так і спрямованість поведінки, що викликана цим впливом.

Варто відмітити відмінність понять “мотивація праці” і “мотивація трудової діяльності”, останнє має ширший зміст. Праця – це цілеспрямована діяльність людини з видозміни і пристосування предметів природи для задоволення своїх потреб. Процес праці містить три моменти: власне працю, предмети праці й засоби праці. Але трудова діяльність не обмежується тільки процесом праці. Діяльність – це специфічна форма ставлення до навколиш-

нього світу, змістом якої є його доцільна зміна і перетворення в інтересах людей, зміна, яка включає мету, засоби, результат і сам процес [1, с. 111–112].

Сучасні теорії мотивації, що базуються на результатах психологічних досліджень, доводять, що справжні причини, що націлюють людину віддавати роботі свої сили, надзвичайно складні. На думку одних вчених, поведінка людини пояснюється її потребами. На думку інших, поведінка людини є також і функцією її сприйняття і очікувань. Систематичне вивчення мотивації з психологічної точки зору не дає змоги виявити, що саме пробуджує людину до праці. В сучасних наукових дослідженнях виокремлюють [2, с. 69-70]:

– змістові теорії мотивації – основна увага зосереджена на аналізі факторів, які лежать в основі мотивації, а не власне на процесі мотивації (теорія ієрархії потреб А. Маслоу, теорія Альдерфера, теорія двох факторів Герцберга, теорія придбаних потреб Д. Мак-Клелланда та інші);

– процесійні теорії мотивації – все зводять до процесу мотивації, опису і передбаченню результатів мотиваційного процесу, але не висвітлюють зміст мотивів (теорія очікування, теорія справедливості, модель вибору ризику, теорія X та Y Дугласа Мак-Грегора).

Різні теорії мотивації не суперечать одна одній, а взаємодоповнюються, відображаючи багатогранність і нестандартність процесу мотивації та визначають необхідність комплексного підходу до вирішення цієї складної проблеми.

Відсутність чіткого розмежування внутрішньої і зовнішньої мотивації не знижує, а, навпаки, підвищує значення їх аналізу. Якщо мотивацію розглядати як процес впливу на поведінку людини факторів-мотиваторів, то теоретично її можна розподілити на шість стадій, що наступають одна за одною, а саме [3, с. 19]:

I стадія – потреба виявляється як відчуття людиною нестачі чогось. Ця нестача дає про себе знати і “вимагає” свого задоволення.

II стадія – наявність потреби вимагає від людини певної реакції. Люди по-різному можуть домагатись усунення потреби: задовольнити, притлумити, не помічати. Але в більшості випадків

виникає необхідність щось зробити, здійснити, вжити певних заходів.

III стадія – людина визначає, що їй треба конкретно отримати та зробити для задоволення потреб.

IV стадія – на цій стадії людина докладає зусиль для того, щоб досягти поставлених цілей.

V стадія – зробивши певні зусилля, людина отримує те, що має задовольнити потребу або те, що вона може обміняти на бажаний об'єкт. На цій стадії з'ясовується, наскільки здійснення людиною збігається з очікуваним результатом. Залежно від цього відбувається послаблення, збереження або посилення мотивації.

VI стадія – залежно від рівня задоволення потреби, величина винагороди і її адекватності зробленим зусиллям людина припиняє діяльність до виникнення нової потреби або продовжує пошуки заходів для задоволення потреби наявної.

Мотивація працівників має здійснюватись комплексно та системно. Мотивацію персоналу слід розглядати не просто як окрему функцію управління, а як складову, як підсистему корпоративної культури підприємства. Ефективність трудової діяльності залежить від мотивації. Проте ця залежність досить складна і неоднозначна. Буває так, що людина, яка під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників-мотиваторів дуже зацікавлена у досягненні високих кінцевих результатів, на практиці матиме гірші результати, ніж людина, яка значно менше змотивована до ефективної праці.

Відсутність однозначного взаємозв'язку між мотивацією і кінцевими результатами діяльності зумовлена тим, що на результати праці впливає безліч інших чинників, як, наприклад, кваліфікація працівника, його професійні здібності та навички, правильне розуміння поставлених завдань, зовнішнє середовище тощо. Неоднозначність даного взаємозв'язку породжує вагому проблему для керівництва: як оцінювати результати роботи окремого працівника і як його винагороджувати? Якщо рівень винагороди зв'язувати тільки з результатами праці, то це буде демотивувати працівника, що отримав дещо нижчий результат, але виявляв ретельність, доклав більше зусиль. З іншого боку, якщо винагороджувати працівника тільки “за добрі наміри”, без повного врахування реальних результатів його праці – це може

бути несправедливим щодо інших працівників, продуктивність праці яких вища [4, с. 340].

Однак, при розробленні системи мотивації найбільш поширеною помилкою є її розроблення на тривалий термін. У цьому випадку з часом вона перетворюється на систему заохочень, яка передбачає винагороду за вже досягнуті результати, водночас як система мотивації покликана мотивувати персонал до досягнення цілей, визначених завдань, подолання труднощів. Тому необхідно періодично переглядати системи мотивації. При розробленні нової програми повинні ураховуватись недоліки, помилки, зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, визначатися нові цілі та завдання.

Висновки. На підставі вивчення теоретичних основ та сучасних тенденцій мотивації праці слід відзначити той факт, що які б не були геніальні ідеї, новітні технології, сприятливі зовнішньоекономічні умови, якщо на підприємстві не сформована мотивація персоналу, високоефективної роботи домогтися майже неможливо. Стабільний економічний розвиток підприємства значною мірою залежить від зацікавленості персоналу в ефективній діяльності, коли людина є найважливішим елементом виробничого процесу і тією основою, за якої можливе досягнення ринкового успіху. Таким чином, чим краще узгоджена система мотивації персоналу, тим активніше працівники досягатимуть результатів, направлених на реалізацію потреб підприємства. На сьогодні очевидно, що потрібні нові механізми і інструменти, які б створили могутні стимули для продуктивної, якісної праці і максимальної реалізації потенційних здібностей людини. Тому подальша робота в даному напрямі дасть змогу пов'язати очікування та поведінку персоналу з ефективною роботою підприємств.

Список літератури

1. Плужніков В. О. Вплив мотивації праці на підвищення ефективності виробництва / В. О. Плужніков // Економіка АПК. – 2008. – № 4. – С. 110–118.
2. Гончаров В.Н. Роль мотивації в системі управління персоналом / В. Н. Гончаров, А. В. Черкасов // Економіка. – 2008. – № 4 (88). – С. 68–71.
3. Бондаренко С.С. Внесення змін до мотивації персоналу як головна умова застосування концепції постійного вдосконалення на українських

підприємствах/ С. С. Бондаренко // Гуманізація соціального управління : тези доповідей Всеукр. наук.-практ. конф. (29 квітня 2008 р.). – Харків, 2008. – С. 18–22.

4. Корчун М.О. Регулювання зайнятості та мотивації праці в умовах ринкової економіки / М. О. Корчун // Социально-экономические аспекты промышленной политики. Актуальные проблемы управления человеческими ресурсами и маркетинга в контексте стратегии развития Украины : сб. науч. тр. : в 3 т. / НАН України. Ін-т економіки пром-ти. – Донецьк, 2007. – Т. 1. – С. 339–344.

УДК 336.5

А. П. Ситнікова

*Науковий керівник: канд. екон. наук,
доцент Л. І. Комір*

НЕОБХІДНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. У даній статті розглядаються різні фактори, які мають безпосередній вплив на управління витратами. Метою статті є доказ необхідності детального вивчення та вдосконалення методів управління витратами в умовах сучасної економіки, та виявлення найбільш ефективного методу управління витратами. Актуальність обумовлюється тим, що досягнення високих результатів діяльності підприємства, максимізація прибутку і підвищення ефективності виробництва неможливо досягти без ефективного управління витратами.

Ключові слова: управління витратами, витрати, собівартість, прибуток, чинники, методи, оптимізація,

Annotation. The article deals with different factors, that have a great effect on cost management. Evidence of importance of cost management method's in-depth study is shown. Special attention is given to the fact, that for success existence in a modern economy system, enterprise must constantly improve methods of its cost management. In conclusion it is stated, that achievement of high results and profit maximization is impossible without effective cost management.

Key words: cost management, costs, profit, profitability, optimization, factors, methods.

Постанова проблеми. В економічному середовищі існують такі процеси і явища, які на перший погляд здаються досить простими, але в дійсності містять в собі складні відносини. Саме до низки таких явищ можна віднести витрати виробництва.

Нажаль сьогодні економічна ситуація в Україні не спрямована на оптимальне використання виробничих ресурсів. До того ж національна економіка знаходиться у досить важкому стані, тому дослідження шляхів зниження витрат на вітчизняних підприємствах та вивчення питань ефективного управління витратами набуває дуже важливого значення [5].

На сьогоднішній день, витрати на виробництві впливають не тільки на розмір прибутку, але й на вирішення питання про те, чи залишиться фірма на ринку або ж покине його. Тобто головною метою управління витратами є їх аналіз та максимізація і оптимізація прибутковості організації.

В умовах сучасної економіки підприємства змушені максимально ефективно реалізовувати управління витратами. Через те, що конкуренція має тенденцію швидкого зростання, на цільових ринках відбувається зниження норми прибутку. А саме через це, компанії, які мають перспективи розвитку починають прямо залежати від поведінки витрат і рівня їх керованості. Професійний підхід до управління витратами дає можливість уникнути зайвих витрат і зробить компанію більш конкурентною на ринку.

Але через те, що в сучасному економічному світі дуже багато різних методів та підходів до управління витратами, для правильного та прибуткового ведення бізнесу ми маємо досконально вивчити їх сутність, переваги та недоліки.

Певний внесок у вивчення цієї проблеми зробили такі видатні зарубіжні економісти, як А. Апчерч, Р. Гаррисон, К. Друрі, та деякі вітчизняні вчені: Ф. Бутинець, А. Гальчинський, О. Орлов, та ін.

Вчені виділяють різні аспекти оптимізації витрат, а саме:

- зниження матеріаломісткості й трудомісткості продукції;
- поліпшення використання виробничих ресурсів,
- застосування більш дешевих матеріалів, їх повторне використання,
- впровадження безвідходних, ресурсозберігаючих технологій,

- зниження витрат на оплату праці на одиницю продукції;
- скорочення адміністративно-управлінських витрат;
- ефективне управління інвестиціями,
- застосування технології «ощадливого виробництва» [3].

Та незважаючи на те, що даною проблематикою займається багато вчених, проблема управління витратами залишається актуальною і неповністю розкритою.

Метою статті є доказ необхідності детального вивчення та вдосконалення методів управління витратами в умовах сучасної економіки.

Основний матеріал. Витрати виробництва мали місце на всіх етапах розвитку людського суспільства, адже вони в повній мірі відображали процеси господарської діяльності людей. А рівень витрат на підприємстві є одним з найбільш істотних факторів, що впливає на поточний стан і перспективи розвитку компанії, а також відображає ефективність використання підприємством економічних ресурсів.

Саме через це дослідження системи управління витратами варто віднести до найважливішого елемента управління ефективністю і конкурентоспроможністю підприємства.

Дослідження обсягу витрат та їх структури – можна вважати одними з найбільш актуальних на сьогоднішній день. Оскільки витрати – це основний обмежувач прибутку і одночасно головний фактор, що впливає на обсяг виробленої продукції, а отже, прийняття рішень керівництвом фірми неможливо без аналізу вже наявних витрат виробництва та перспективи їх зростання [3]. Також актуальність теми полягає у необхідності в управлінні витратами в глобальному сенсі, оскільки підприємство, незалежно від роду діяльності, зіштовхується з витратами, а витрати, у свою чергу, є основним ціноутворюючим фактором виробництва, що робить їх планування основним елементом в ході управління виробництвом.

Усім відомо, що головною метою діяльності будь-якої фірми в ринкових умовах є максимізація прибутку, але треба пам'ятати, що реальні можливості реалізації цієї стратегічної мети у всіх випадках обмежені витратами виробництва.

Тобто досить важливим пунктом для максимізації прибутку на підприємстві є мінімізація його витрат. У наш час, вдало

організована система управління витратами дозволяє не лише зменшити витрати компанії, але й підвищує здатність оперативного управління витратами та прибутковістю організації, що, в решті решт, підвищує ефективність її діяльності.

Також необхідність дослідження системи управління витратами у сучасній економіці демонструє і те, що було винайдено багато різноманітних методів управління витратами, а саме: директ-костинг, таргет-костинг, кайзен-костинг, CVP-аналіз, кост-кілінг, стандарт-кост, бенчмаркінг витрат та багато інших [1].

Можна назвати досить багато чинників, що призвели до створення та поширення такої великої кількості методів управління витратами, але на мій погляд найбільш об'єктивними можна вважати такі:

- розробка теорії нормування витрат праці й матеріальних ресурсів,
- гостра необхідність оперативного контролю витрат і регулювання собівартості,
- розвиток різних методів оперативного управління виробництвом [4].

На мою думку, найбільш ефективним методом управління витратами є “Стандарт-кост”, Засновником системи якої був Ф. Тейлор, але варто відмітити, що діючу систему цього методу розробив і впровадив Дж. Чартер Гаррісон у 1911 р. [4]. Він досить ефективний через те, що користуючись ним, підприємство розробляє норми, до яких воно повинно прагнути, тобто можна заздалегідь визначити суму очікуваних витрат на виробництво і реалізацію виробів, обчислити собівартість одиниці виробу для визначення цін, а також скласти звіт про доходи. Отже, при застосуванні даної системи, керівництво фірми має можливість не лише передбачити величину відхилень від нормативів, а й може навіть виявити причини їх виникнення, що дозволить надалі оперативно прийняти управлінське рішення.

Висновки. Таким чином, ми виявили, що метою сучасних підприємств є забезпечення сталого розвитку і зміцнення лідируючих позицій на ринку, а досягнуті поставлену мету можливо шляхом забезпечення необхідної якості і конкурентоспроможності продукції, що випускається за рахунок підвищення ефективності виробничих процесів. Саме тому необхідно вбудувати

процес управління витратами в загальну систему управління промисловим підприємством.

Тобто однією з найважливіших задач розвитку бізнесу є необхідність дослідження системи управління витратами, їх оптимізація або досягнення такого їх рівня, який забезпечить необхідний фінансовий результат за умови виконання виробничих планів підприємства, адже для підприємства важлива не стільки собівартість продукції, скільки запобігання невиправданих витрат, а вирішенням цього завдання стала поява саме системи порівняння фактичних витрат з нормованими – «стандарт-кост».

Також в ході вивчення та аналізу сучасної зарубіжної та вітчизняної економічної літератури можна зробити висновок, що витрати та управління ними займають далеко не останнє місце при розгляді питань управління підприємств в сучасних умовах.

Список літератури

1. Мурадян Л. Э. Инновационные аспекты системы управления затратами / Л. Э. Мурадян. // Качество, Инновации, Образование. – 2010. – № 5. – С. 135–141
2. Управление затратами на предприятии : учеб. пособие // В. Г. Лебедев, Т. Г. Дроздова, В. П. Кустарев ; под общ. ред. Г. А. Краюхина. – 2-е изд., перераб и доп. – Санкт-Петербург : Издательский дом «Бизнес-пресса», 2003. – 256с.
3. Решетняк О. І. Аналіз концепцій управління витратами / О. І. Решетняк // Вчені зап. Харк. гуманіт. ун-ту “Нар. укр. акад.”. – Харків, 2014. – Т. 20. – С. 325–331.
4. Руденко И. В. Управление затратами на предприятии / И. В. Руденко // Вестник Омского университета. Сер. Экономика. – 2012. – С. 145–148.
5. Овандер Н.Л. Проблеми оцінки рівня інновативності структури економіки України за видами економічної діяльності [Електронний ресурс] / Н. Л. Овандер. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/6305/1/98.pdf>

УДК 005.332.4

*А. А. Сіняєва**Науковий керівник: канд. екон. наук,
доцент Л. І. Комір*

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ

Анотація. У статті описуються поняття конкурентоспроможності товару та підприємства, а також різні методи оцінки конкурентоспроможності, які дозволять провести конкурентний аналіз підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність товару, методи оцінки конкурентоспроможності.

Annotation. The article describes the concept of competitiveness of goods and enterprises, as well as various methods of assessing competitiveness, which will allow competitive analysis of the enterprise.

Key words: competitiveness of the enterprise, competitiveness of the goods, methods of evaluation of competitiveness.

В умовах поширення в Україні процесу глобалізації і рішення проблем інноваційного розвитку всі фактори, які є складовими формули успішної діяльності вітчизняних підприємств, повинні бути узгодженими, доповнювати один одного і бути спрямованими на досягнення однієї мети.

Одним з факторів успішного функціонування підприємства на ринку є його конкурентоспроможність, тобто здатність максимально задовольняти запити споживачів шляхом створення конкурентної пропозиції товарів і послуг.

Конкурентоспроможність товару визначає багато в чому конкурентоспроможність і самого підприємства, його фінансово-економічний стан і репутацію. Але це можливо тільки в тому випадку, якщо в структурі реалізованої продукції на частку конкурентоспроможного товару припадає найбільша виручка і значна частина прибутку.

Іншими словами, під конкурентоспроможністю підприємства розуміють його здатність протистояти на ринку іншим виробникам аналогічної продукції (послуги) як за ступенем задо-

волення своїми товарами конкретної суспільної потреби, так і по ефективності виробничої діяльності.

Управління конкурентоспроможністю підприємства неможливо без оцінки її рівня, яка дозволить визначити положення, займане економічним суб'єктом на ринку.

Вивченню проблем оцінювання конкурентоспроможності підприємства присвячено роботи вітчизняних та зарубіжних вчених: М. Портера, Ф. Котлера, І. Ансоффа, Міняйленко І. В., Фатхутдінова Р. А. та ін..

Метою статті є дослідження заходів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Для визначення конкурентоспроможності підприємства застосовуються різні методи. Але в сучасних ринкових умовах оцінка конкурентоспроможності повинна по можливості дати прогноз на перспективу для отримання кращих результатів або уникнення витрат.

Найбільш відомим визнано, зокрема, метод порівняльних переваг. Основним його критерієм є низький рівень витрат в процесі виробництва і реалізації в порівнянні з найближчими конкурентами.

Основна ідея оцінки конкурентоспроможності на основі теорію рівноваги А. Маршалла – визначення факторів виробництва, які можуть бути використані з кращою продуктивністю, ніж у конкурентів [2]. Такий внутрішній резерв можливий в тому випадку, коли кожен фактор виробництва розглядається з однаковою і одночасно найбільшою продуктивністю в зв'язку з відсутністю у виробника стимулів для зміни обсягів виробництва.

Метод оцінки конкурентоспроможності на базі якості продукції враховує споживчі переваги при забезпеченні рівня конкурентоспроможності.

Основою структурного підходу при оцінці конкурентоспроможності є рівень концентрації виробництва і капіталу і наявність бар'єрів для підприємств, які знову виходять на ринок.

Функціональний підхід дає можливість оцінити конкурентоспроможність фірми з урахуванням співвідношення ціни, витрат і норми прибутку. При такому підході конкурентоспроможними вважаються фірми з більш високими показниками виробництва і добре налагодженою схемою реалізації товару.

Найбільш наочним методом є профіль вимог, де за допомогою шкали експертних оцінок визначають найбільш сильного конкурента і ступінь просування організації.

Метод, в основу якого покладена теорія ефективної конкуренції, враховує різні сфери діяльності підприємства. Відповідно до цієї теорії, компанії, в яких більшою мірою успішно організована робота всіх підрозділів і служб, вважаються найбільш конкурентоспроможними [3]. Ефективність діяльності кожної зі служб залежить від ресурсів підприємства, відповідно, здатності підприємства по досягненню конкурентних переваг оцінюються експертами з урахуванням наявних ресурсів.

Матричний метод оцінки дає наочну інформацію та є найбільш простим. Його теоретичною базою служить концепція життєвого циклу товару і технології, від якої потерпають в займаній частці ринку і в динаміці продаж. Матричний метод дозволяє розглянути конкуренцію в динаміці, а також виробити стратегію поведінки на ринку. Оцінка проводиться шляхом побудови матриці в певній системі координат: вісь абсцис – це темп зростання або скорочення обсягу продажів; вісь ординат – відносна частка, яку займає компанія на ринку. Найбільш конкурентоспроможними є підприємства, що функціонують на швидко зростаючому ринку і займають його значну частку. Найбільш відома матриця БКГ, що дозволяє виявити найбільш перспективні і, навпаки, самі «слабкі» продукти або підрозділи підприємства [1].

Дослідження показало, що у сучасних умовах господарювання практичну допомогу при оцінюванні конкурентоздатності підприємства найбільш вживаними є методи бенчмаркінгу та SWOT-аналізу.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства на базі «6Р» базується на порівняльному аналізі організації і фірм-конкурентів за такими чинниками: продукт, ціна, канали збуту, просування на ринку, персонал і зв'язки з громадськістю. Аналіз факторів конкурентоспроможності проводиться експертами за допомогою багатьох оцінок, що привласнюються кожному з факторів.

«Гіпотетичний багатокутник конкурентоспроможності» як метод оцінки будується на таких складових: 1) концепція товару і послуги, на якій базується діяльність підприємства; 2) якість, а саме, відповідність продукту високому рівню ринкових лідерів;

3) ціна товару з можливою націнкою; 4) фінанси; 5) торгівля; 6) післяпродажне обслуговування; 7) зовнішня торгівля підприємства; 8) передпродажна підготовка. Суть даного методу – це порівняння ключових властивостей товару організації і товарів конкурентів.

Метод бенчмаркінгу дозволяє дізнатися, який найкращий результат досягається – будь то в конкретній компанії, конкурентом або зовсім інший галузю. Ця інформація потім може бути використана для виявлення прорахунків у процесах організації з метою досягнення конкурентної переваги. Таким чином, здійснюється пошук нових ідей, їх адаптація та використання на практиці.

SWOT-аналіз як метод оцінки конкурентоспроможності дозволяє провести аналіз сильних і слабких сторін внутрішнього середовища підприємства, потенційних небезпек в зовнішньому середовищі, виявити реальні можливості для розвитку фірми. Найчастіше оцінка результатів SWOT-аналізу веде до різних стратегічних змін.

Згідно з більшістю існуючих методик, оцінку конкурентоспроможності підприємства слід проводити також з урахуванням специфічних напрямків його діяльності. Наприклад, у галузі легкої промисловості, конкурентоспроможність слід оцінювати за простими фінансовими коефіцієнтами. Тому що вони є найприйнятнішими в оцінці діяльності суб'єкта господарювання за даними виробничого, науково-технічного, фінансового та інших потенціалів підприємства з урахуванням показників підприємства за минулі періоди, як зазначають Нурмаганбетов К., Есмагулова Н., або із застосуванням методики бальних оцінок, авторами якої є Міняйленко І. та Микитенко О. [4, с. 32].

Слід зауважити, що універсальної методики оцінки конкурентоспроможності підприємства зараз не існує. Це пов'язано з тим, що кожен з існуючих підходів має певні особливості: суб'єктивність та умовності оцінки; труднощі при визначенні повного переліку факторів для аналізу конкурентоздатності; неможливість порівняння з підприємствами-конкурентами через їх постійну диверсифікацію; нечітке визначення меж того чи іншого ринку. Крім того, вибір того чи іншого методу оцінки конкурентоспроможності залежить як від мети і завдань підприємства, так

і від бюджету, який може виділити підприємство на проведення оцінки конкурентоспроможності.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємств найбільш ефективним буде одночасне застосування різних методик, результати яких доповнюють одна одну та дозволяють отримати найбільш повне уявлення про її рівень.

Список літератури

1. Галяутдинов Р. Р. Матрица БКГ: что такое, как построить и проанализировать [Электронный ресурс] / Р. Р. Галяутдинов // Сайт преподавателя экономики. – Режим доступа: <http://galyautdinov.ru/> (дата обращения: 09.05.2018).
2. Лазаренко А. А. Методы оценки конкурентоспособности / А. А. Лазаренко // Молодой ученый. – 2014. – №1. – С. 374–377.
3. Поляничкин Ю. А. Методы оценки конкурентоспособности предприятий / Ю. А. Поляничкин // Бизнес в законе. – 2012. – № 3. – С. 191–194.
4. Міняйленко І. В. Науково-методичні аспекти оцінювання потенціалу підприємств легкої промисловості [Електронний ресурс] / І. В. Міняйленко, О. В. Микитенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – №1. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_1/031-035.pdf/ (дата обращения: 09.05.2018).
5. Зайцева Л. О. Аналіз сучасних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства [Текст] / Людмила Олексіївна Зайцева // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет ; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопіл. нац. екон. ун-ту «Економічна думка», 2013. – Том 14. – № 3. – С. 12–17.

УДК 368.032

А. А. Тер-Казарян

Научный руководитель: д-р экон. наук Л. В. Нечипорук

РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

Анотація. Розроблено підхід щодо гармонізації інструменту державного регулювання системи комерційного страхування з метою запобігання негативним тенденціям, їх попередження та обмеження за рахунок використання інструментів репресивного і превентивного характеру. Запропоновано розглянути регулювання в страховій галузі на основі матричного методу, що об'єднує історичний (горизонтальний) і вертикальний (ієрархічний) аспекти застосування пруденційних норм.

Ключові слова: страхування, комерційне страхування, страховий ризик, страховий нагляд, пруденціальне регулювання.

Annotation. An approach to harmonizing the tools of state regulation of the commercial insurance system with the aim of preventing negative trends, preventing them and limiting them by using repressive and preventive tools is developed. Egulation in the insurance industry based on a matrix method that combines the historical (horizontal) and vertical (hierarchical) aspects of the application of prudential norms. regulation in the insurance industry based on a matrix method that combines the historical (horizontal) and vertical (hierarchical) aspects of the application of prudential norms. Regulation in the insurance industry based on a matrix method that combines the historical (horizontal) and vertical (hierarchical) aspects of the application of prudential norms is proposed to consider.

Keywords: insurance, commercial insurance, insurance market, insurance supervision, prudential regulation.

Постановка проблемы. Достижение устойчивого развития современной экономики вызывает необходимость внесения существенных изменений в общую концепцию развития Украины, в формы и принципы регулирования финансовой системы. На практике это находит выражение в развитии форм государственного регулирования. Формирование системы пруденциального регулирования механизма страховой защиты предполагает реализацию соответствующих мер в комплексе. Предотвращение негативных тенденций состоит в их предупреждении

и ограничении, основанных на использовании инструментов и репрессивного, и превентивного характера, международном опыте развития страховых рынков, в связи с чем указанная проблематика бесспорно актуальна.

Анализ последних достижений и публикаций. Проблемы развития системы государственного регулирования страховой деятельности изложены в научных публикациях В. Д. Андрианова [1], И. В. Пашковской [2] и др. Особенности государственного регулирования страховой деятельности нашли отражение в работах А. Н. Зубца [3], Е. В. Коломина [4], Н. П. Кузнецовой [5], Нечипорук Л. В. [6]. Вместе с тем актуальной задачей остается обобщение направлений регулирования деятельности страховых компаний.

Целью исследования – систематизация направлений регулирования деятельности страховых компаний.

Изложение основного материала. В страховой сфере, обеспечивающей в определенной мере экономическую безопасность страны, государственное регулирование осуществляется на протяжении всех периодов экономического развития. Исходя из этого, регулирование страховой отрасли должно осуществляться на всех уровнях экономической системы и в течение всего периода ее существования и развития. Это означает, что уполномоченные органы предпринимают специальные меры в случае возникновения серьезных финансовых затруднений и для предупреждения вероятности возникновения подобных ситуаций в отрасли. Таким образом, предлагается рассматривать регулирование в страховой отрасли на основе матричного метода, объединяющего исторический, или горизонтальный, и вертикальный, или иерархический аспекты (табл.).

Вывод. Цикличность экономического развития и высокий предпринимательский риск в страховой деятельности обуславливают необходимость формирования системы государственного регулирования страховой отрасли, позволяющей минимизировать возможные негативные тенденции на макроуровне и на уровне субъектов страхового дела. В основу научно-обоснованного подхода к формализации системы финансового регулирования страховой деятельности должен быть положен механизм пруденциального госрегулирования, предполагающего макро-

Таблиця

Сценарная матрица уровней регулирования деятельности страховых компаний

Уровень	Цель регулирования	Сценарии			
		«usur»	«exante»	«defacto»	«expost»
		Стандартные условия	Предкризисный период	Период кризиса	Посткризисный период
Международный (мега)	Предотвращение распространения кризисных явлений на мировом страховом рынке	Международные стандарты страхового надзора	контроль финансовых инвестиций	Лимитированные размеры финансовых корпораций	Интернационализация последствий кризисных явлений
		Solvency II	Дополнительные меры по обеспечению ликвидности и достаточности капитала для системных финансовых институтов	строгий контроль за их деятельностью со стороны международных финансовых институтов	усиление финансового надзора за деятельностью финансовых институтов
Общественный (макро)	обеспечение стабильности экономики	Пруденциальные нормы и нормативы	стресс-тестирование	введение механизма реструктуризации или банкротства, отзыв лицензий	усиление требований к качеству активов для обеспечения страховых резервов
		условия обеспечения платежеспособности	ужесточение контроля за сделками M&A, due diligence	Субординированные кредиты, субсидирование	активизация использования Direct-решений
Отраслевой (мезо)	недопущение спада в страховой отрасли	конвергенция банков и страховщиков	повышение ответственности брокеров	запуск интеграционных партнёрских программ	развитие инфраструктуры и института посредников
		Фонд гарантирования страховых выплат	контроль тарифов и инвестиционной деятельности	Перестрахование как механизм стабилизации	Перестрахование как механизм стабилизации
Страховая компания (микро)	обеспечение платежеспособности страховщиков	эффективный андеррайтинг массовых рисков	риск-менеджмент, диагностика банкротства	план восстановления платежеспособности, ликвидация	поиск новых каналов продаж
		внутренний аудит	оптимизация затрат по урегулированию убытков	формализация выплат страховых возмещений	разработка новых страховых продуктов

и микроуровни, основной задачей которого должен выступать контроль и предотвращение системных рисков, а ключевым объектом внимания должны стать системно значимые страховые организации, деятельность которых определяет основные тенденции развития национального страхового и финансового рынков.

Список литературы

1. Андрианов В. Д. Эволюция основных концепций регулирования экономики от теории меркантилизма до теории саморегуляции / В. Д. Андрианов. – М.: Экономика, 2008. – 326 с.
2. Пашковская И. В. Совершенствование методов макропруденциального надзора для преодоления последствий кризиса / И. В. Пашковская // Финансы, деньги, инвестиции. – 2010. – № 2. – С. 5–15.
3. Зубец А. Страховое регулирование / А. Зубец, Е. Третьякова // Страховое ревю. – 1997. – № 10. – С. 8–11.
4. Коломин Е. В. Основные направления укрепления взаимодействия государства и страховой системы / Е. В. Коломин // Финансы. – 2011. – № 7. – С. 45–47.
5. Кузнецова С. М. Управление институциональным инвестированием / С. М. Кузнецова. – СПб.: Нестор, 2001. – 122 с.
6. Nechyporuk L.V. The insurance market of Ukraine in the global competitive environment / L.V. Nechyporuk // Conferință științifică internațională «Dezvoltarea sistemelor sociale și economice întrun mediu competitiv la nivel global» 29 februarie 2016, Chișinău (republica Moldova). – Chișinău : S. n. – 2016. – P. 282–285.

УДК 330.356.2

С. А. Тимофийчук

*Научный руководитель: канд. экон. наук,
доцент О. А. Иванова*

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ: КОЭФФИЦИЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

Анотація. Стаття присвячена проблемам оцінки рівня ефективності управління оборотним капіталом підприємства. Детально розглянуто питання оцінки ліквідності оборотного капіталу за допомогою коефіцієнтного аналізу. Наведено найбільш вагомні показники оцінки оборотного капіталу.

Ключові слова: ліквідність, підприємство, оборотний капітал, управління оборотним капіталом, коефіцієнтний аналіз, ефективність, оцінка.

Annotation. The article is devoted to the problems of assessing the efficiency level of working capital management. The issue of assessing the working capital liquidity by means of ratio analysis is considered in detail. The most significant indicators of working capital assessment are given.

Key words: liquidity, enterprise, working capital, working capital management, ratio analysis, effectiveness, assessment.

Постановка проблемы. Ключевым индикатором эффективной производственно-коммерческой деятельности предприятия является получение денежных потоков. Одним из главных факторов, которые оказывают влияние на рост стоимости компании, а также денежных потоков, являются показатели ликвидности оборотного капитала.

Широко используемый показатель ликвидности – величина рабочего капитала. Он имеет значение не только как совокупность ликвидных активов, которые обеспечивают страховой запас для кредиторов, но и ликвидные резервы которыми покрываются непредвиденные издержки компании [2, с. 398].

Оборотный (рабочий) капитал или оборотные (текущие) активы типичного производственного предприятия как правило составляют более половины его суммарных активов. В целях

повышения эффективности операционной и финансовой деятельности предприятия необходимо правильно управлять оборотным капиталом.

При анализе какой-либо фирмы бухгалтерская отчетность хорошо выполняет задачу классификации принадлежащих ей активов, неплохо справляется с оценкой их стоимости, но плохо отражают неопределенность ее величины [5, с. 38]. В связи с этим для анализа уровня использования оборотного капитала и оценки эффективности управления им на основании показателей бухгалтерской отчетности наиболее рациональным является метод анализа при помощи финансовых коэффициентов.

Целью статьи является изучение и обоснование эффективности применения метода коэффициентного анализа как инструмента оптимизации оборотного капитала предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованиям в области эффективности управления оборотным капиталом предприятия уделяется внимание в работах зарубежных (Дж. Ванхорн, Дж. Вахович мл., Л. Бернстайн и др.) и отечественных ученых (О. Бондаренко, Л. Лигоненко, А. Поддерегин, А. Шермет, И. Бланк, М. Романовский и др.).

Большинство публикаций посвящено определению потребности в оборотном капитале, его классификации, стратегиям управления оборотным капиталом.

В ходе анализа литературных источников по данной проблематике, выявлено, что существенное значение принадлежит вопросам оптимизации оборотного капитала. Как отмечает Дж. Ванхорн и Дж. Вахович мл., чрезмерно крупные объемы оборотных активов могут легко привести к заниженному значению доходности инвестированного капитала (ROI). Однако фирмы со слишком малыми текущими активами могут испытывать дефицит ресурсов и трудности в обеспечении бесперебойной работы. Искусство управления оборотным капиталом становится одним из важных факторов роста стоимости компании в «смутное время» [4, с. 364].

Согласно О. Бондаренко эффект от оптимизации оборотного капитала составляет 15–30% (рис.1).

Основная часть. На законодательном уровне согласно Национальным положениям (стандартам) бухгалтерского учета

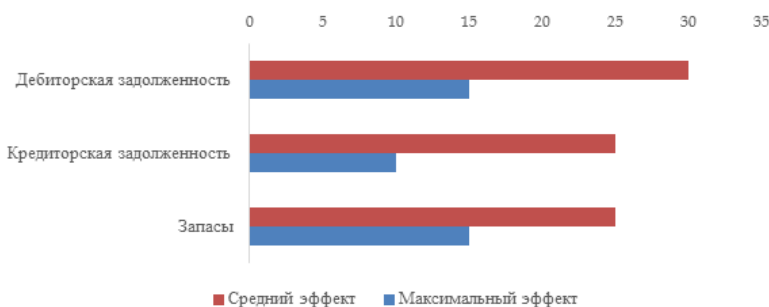


Рис. 1. Эффект от оптимизации оборотного капитала [3]

№ 2 «Баланс», оборотные активы определяются как денежные средства и их эквиваленты, которые не ограничены в использовании, а также другие активы, предназначенные для продажи или потребления в течении операционного цикла или двенадцати месяцев с даты баланса [7].

Текущие обязательства – обязательства, которые будут погашены в течение операционного цикла предприятия или в течении двенадцати месяцев с даты баланса [7].

Операционный цикл (производственно-коммерческий цикл) – отрезок времени между приобретением запасов для осуществления хозяйственной деятельности и получением денежных средств (эквивалентов денежных средств) от продажи готовой продукции, товаров или услуг [7].

Операционный цикл предприятия представлен на рис. 2.

Абсолютная величина оборотного капитала (чистый оборотный капитал) равняется разнице между текущими активами и текущими обязательствами. Оборотные активы и текущие обязательства отображаются во втором разделе Баланса. К оборотным активам относятся производственные запасы, дебиторская задолженность, денежные средства.

В состав текущих обязательств входят краткосрочные долговые обязательства в т. ч. кредиторская задолженность.

Финансовые отчеты используются в качестве основы для получения финансовых коэффициентов, измеряющих риск, доходность и рычаг [5, с. 63]. Коэффициенты являются основными

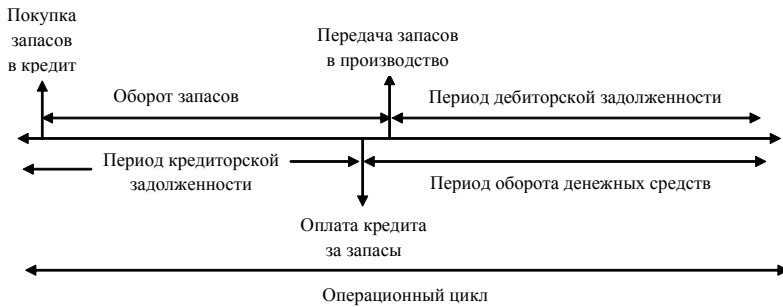


Рис. 2. Операционный цикл производственного предприятия [1]

инструментами финансового анализа, помогающими установить связь между различными цифрами в финансовых отчетах [5, с. 9].

Коэффициенты ликвидности оборотного капитала можно разделить на две группы показателей [2, с. 402–420; 8, с. 107–130]:

- коэффициенты рентабельности оборотного капитала;
- коэффициенты оборачиваемости оборотного капитала.

К первой группе показателей относятся следующие коэффициенты:

- коэффициент покрытия;
- норма денежных резервов;
- достаточность денежных средств;
- коэффициент срочной ликвидности;
- индекс ликвидности.

Вторую группу показателей составляют коэффициенты оборачиваемости оборотного капитала. К ним относятся:

- общий коэффициент оборачиваемости оборотных активов;
- коэффициент закрепления оборотных активов;
- коэффициент оборачиваемости запасов;
- коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности;
- коэффициент оборачиваемости денежных средств;
- коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности;

- коэффициент оборачиваемости текущих обязательств.

Для того чтобы интерпретировать показатели оборачиваемости в дни, необходимо разделить требуемый период в днях

на коэффициент оборачиваемости соответствующего актива [8, с. 125].

Временная характеристика коэффициента позволяет увидеть фактическое время оборачиваемости актива в наличность.

Выводы. Ключевым аспектом бесперебойного протекания производственно-коммерческой деятельности предприятия является эффективное управление оборотными активами предприятия. Одним из методов оптимизации оборотных активов является коэффициентный анализ.

Анализ динамики и сравнение показателей коэффициентов уровня использования оборотных активов с коэффициентами фирм-конкурентов и средними по отрасли позволят максимизировать эффективность управления оборотным капиталом предприятия, а именно: нормализовать, а также повысить ликвидность предприятия, осуществлять контроль за скоростью оборачиваемости активов и уровнем задолженности, сократить уровень издержек предприятия по стадиям операционного цикла, принимать управленческие решения исходя из динамики коэффициентов.

Список литературы

1. Samiloglu F., Demirgьnes K. The Effect of Working Capital Management [Text] / F. Samiloglu, K. Demirgьnes // Int. J. of Applied Econ Finance. – 2008. – 2(1). – P. 44–50.
2. Бернстайн Л. А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретации / Л. А. Бернстайн ; пер с англ. – М.: Финансы и статистика. – 2015. – 624 с.
3. Бондаренко О.С. Методологічні основи управління оборотними активами підприємств / О.С. Бондаренко // Інвестиції. – 2008. – № 4. – С. 40–44.
4. Ванхорн Дж., Вахович, Дж. мл., Основы финансового менеджмента, 12-е издание / Дж. Ванхорн, Дж. Вахович мл. ; пер. с англ. – М. : ИД Вильямс. – 2008. – 1232 с.
5. Дамодаран А. Оценка любых активов. Инструменты и техника оценки любых активов / А. Дамодаран ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004 – 1342 с.
6. Кононенко О. Анализ финансовой отчетности / О. Кононенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – Харьков : Фактор, 2005. – 156 с.
7. Национальное положение (стандарт) бухгалтерского учета №2

«Баланс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0396-99>.

8. Шеремет А. Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа коммерческих организаций / А. Д. Шеремет, Е. Г. Негашев. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 208 с.

УДК 658.7

Д. Г. Троян

*Научный руководитель: д-р экон. наук,
профессор О. Л. Яременко*

К ВОПРОСУ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Анотація. Досліджуються трактування поняття системи управління грошовими потоками. Розглядаються етапи управління грошовими потоками на підприємстві. Обґрунтовується важливість ефективності управління грошовими потоками для результативної роботи підприємства.

Ключові слова: система управління грошовими потоками, планування, імплементація, коригування, контролінг, ефективність, результативність роботи.

Annotation. Interpretations of the concept of a cash flow management system are investigated. Stages of cash flow management in the enterprise are given. The importance of efficiency of cash flow management for effective work of the enterprise is substantiated.

Key words: cash flow management system, planning, implementation, adjustment, controlling, efficiency, effectiveness.

Постановка проблеми. Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью обеспечения устойчивого финансового состояния предприятия и проведения реальной оценки и анализа качества управления его денежными потоками. В настоящее время. Более 60 % украинских предприятий не имеют ясного понимания структуры своих денежных потоков и не могут оценить качество их управления [1]. Необходим поиск новых подходов и инструментов управления денежными потоками, освоение которых позволило бы обеспечить эффектив-

ность финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Высокая роль эффективного управления денежными потоками определяется тем, что оно обслуживает практически всю хозяйственную деятельность предприятия. Рационально организованные денежные потоки предприятия являются важнейшим условием его финансовой устойчивости и предпосылкой достижения высоких конечных результатов его хозяйственной деятельности в целом.

Анализ последних достижений и публикаций. Теоретической базой исследования послужили труды зарубежных ученых в области управления денежными потоками, таких как: Бернара И., Бернштейна Л., Бриггема Е., Ван Хорн Дж., Джонса Э., Коласа Б., Никбахта Е., Гропелли А., Холта Роберта Н. Среди российских ученых следует отметить труды Балабанова И., Бочарова В., Иванова И., Кинга А., Ковалева В., Павловой Л., Савицкой Г., Липсиц И., Сорокиной Е.

Среди украинских ученых вопросами управления денежными потоками занимались Бардин О., Билык И., Бланк И., Власюк Т., Гаркуша Н., Ерешко Ю., Кирейцев Г., Коваленко Л., Кононенко О., Лигоненко Л., Магдич И., Надточий С., Подерегин А., Терещенко О., Тянь Р., Федишин М.

Нерешенные ранее части общей проблемы. Несмотря на множество трудов, посвященных вопросу управления денежными потоками, у исследователей нет единого мнения по определению трактовки «системы управления денежными потоками», в связи с этим исследование сущности этого понятия требует дополнительных исследований. Среди массы теоретических исследований в области управления денежными потоками практически отсутствуют работы по обоснованию важности эффективности управления денежными потоками для результативной работы предприятия.

Цель исследования – исследовать понятие «денежные потоки», а также обобщить теоретические основы управления денежными потоками предприятия.

Изложение основного материала. Организация эффективного управления денежными потоками на предприятии достигается путем рассмотрения данного процесса как системы взаимосвязанных элементов: субъект, объект, процесс управления.

Существуют разные трактовки «системы управления денежными потоками», так например, Ластовенко А. В. предлагает: «... модель управления денежными потоками предприятия базируется на предложенной системе показателей покрытия платежей финансовой деятельности, способности денежных потоков к финансированию расходов инвестиционной деятельности» [2]. В свою очередь, Пулянович Е. В. высказывает свою точку зрения: «... концепция адаптивной системы управления денежными потоками предприятия построена на принципах жизнеспособных систем, которая дает возможность эффективно управлять дебиторской и кредиторской задолженностями» [3].

Объектом управления в данной системе выступают денежные потоки предприятия, связанные с осуществлением различных хозяйственных и финансовых операций, то субъектом управления является финансовая служба, состав и численность которой зависит от размера, структуры предприятия, направлений деятельности и других факторов:

- в крупных компаниях структура финансовой службы существенно расширяется – под общим руководством финансового директора находятся бухгалтерия, отделы финансового планирования и оперативного управления, а также аналитический отдел, отдел ценных бумаг и валют;

- в средних – выделяются бухгалтерия, отдел финансового планирования и оперативного управления;

- в малых предприятиях главный бухгалтер часто совмещает функции начальника финансового и планового отделов.

Что же касается элементов системы управления денежными потоками, то к ним следует отнести финансовые методы и инструменты, нормативно-правовое, информационное и программное обеспечение:

- нормативно-правовое обеспечение предприятия состоит из системы государственных законодательно-нормативных актов, установленных норм и нормативов, устава хозяйствующего субъекта, внутренних приказов и распоряжений, договорной базы.

- финансовые методы, оказывающих непосредственное воздействие на организацию, динамику и структуру денежных потоков предприятия: система расчетов с дебиторами и

кредиторами; взаимоотношения с учредителями контрагентами, государственными органами; кредитование; финансирование; инвестирование; страхование; налогообложение; факторинг и др.;

– финансовые инструменты: формы расчетов, инвестиции, цены, деньги, кредиты, налоги, векселя и другие инструменты фондового рынка, нормы амортизации, дивиденды, депозиты и прочие инструменты;

– внутрифирменная информация.

– использование прикладных бухгалтерских.

При этом управление денежными потоками следует рассматривать как последовательный процесс постановки задач и их выполнение, который включает реализацию таких этапов (рис. 1): планирование, имплементация, контроллинг, корректировка [4].

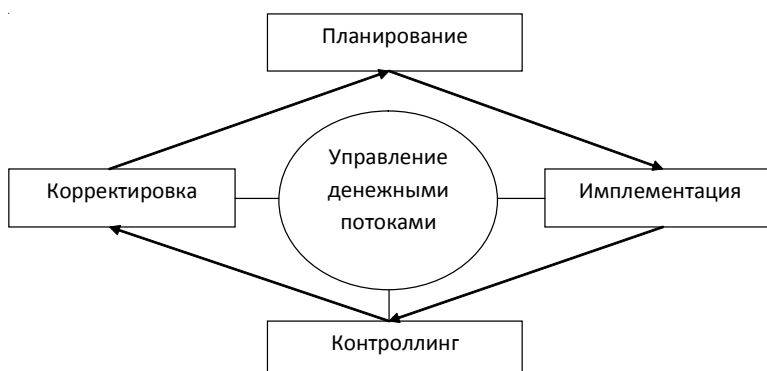


Рис. 1. Этапы управления денежными потоками на предприятии [4]

Оценка эффективности практики управления денежными потоками не возможна при расчете единого показателя (показатель денежной стоимости добавленной или денежной рентабельности инвестиций), так как не дает возможность адекватно оценить данный процесс, поэтому необходимо использовать совокупность показателей:

– коэффициент индексации как отношение абсолютной величины операционного денежного потока к величине выручки от реализации;

- индекс денежной стоимости добавленной как отношение генерированного операционного денежного потока к операционной потребности предприятия в денежных ресурсах;
- продолжительность финансового цикла и его отдельных составляющих;
- монетарная оценка величины кассового разрыва;
- свободный денежный поток на капитал вложенный (FCF2F) и свободный денежный поток на собственный капитал (FCF2E) как база для расчета стоимости предприятия [4].

Эффективность управления денежными потоками имеет большое значение для результативной работы предприятия (рис. 2).



Рис. 2. Эффективность управления денежными потоками в системе показателей результативности работы предприятия

Эффективное управление денежными потоками приводит к:

- улучшению оперативного управления, особенно с точки зрения сбалансированности поступлений и расходования денежных средств;
- увеличению объемов продаж и оптимизации затрат за счет больших возможностей маневрирования ресурсами компании;
- повышению эффективности управления долговыми обязательствами и стоимостью их обслуживания, улучшению условий переговоров с кредиторами и поставщиками;
- созданию надежной базы для оценки эффективности

работы каждого из подразделений компании, ее финансового состояния в целом;

– повышению ликвидности компании.

Вывод. Таким образом, управление денежными потоками – важнейший элемент финансовой политики предприятия, который пронизывает всю систему управления предприятия. От эффективного использования данного элемента зависит не только устойчивость предприятия в конкретный период времени, но и его финансовая и производственная гибкость, способность развития на долгую перспективу.

Список литературы

1. Підсумки роботи промисловості України за 2017 рік / Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 01.06.2018).

2. Ластовенко Олексій Володимирович. Вдосконалення системи управління грошовими потоками підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2005. – 18 с

3. Пулянович Олена Василівна. Синтез системи адаптивного управління грошовими потоками : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Донецький національний ун-т. – Донецьк, 2005. – 16 с.

4. Поддєрьогін А. М. Ефективність управління грошовими потоками підприємства / А. М. Поддєрьогін // Фінанси України. – 2007. – № 11. – С. 119.

УДК 658.5

К. В. Чумак

*Научный руководитель: канд. техн. наук, док. экон. наук,
доцент А. М. Сумец*

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье проведен анализ методов оценки экономической безопасности украинских предприятий. Представлены основные составляющие системы обеспечения экономической безопасности предприятия, включая цели и задачи.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, оценка, ресурсно-функциональный подход, индикаторный подход.

Annotation. The article analyzes the methods for assessing the economic security of the Ukrainian enterprises. The main components of an enterprise economic security ensuring system including objectives and tasks are presented.

Key words: economic security of the enterprise, evaluation, resource-functional approach, indicator approach.

Постановка проблеми. В современных условиях экономическая безопасность приобретает первостепенное значение, так как она дает ориентиры для принятия основных экономических решений. Трансформация любой экономической системы всегда чревата возникновением кризиса, поэтому неизбежна постановка вопроса об экономической безопасности отечественных предприятий.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы анализа и оценки состояния экономической безопасности экономики в последнее время приобрели особую актуальность и рассматриваются в ряде работ отечественных и зарубежных ученых, а именно: Белоусова И.А. [2], Варналий З.С. [6], Гончаренко Л.П. [8], Ильяшенко С.И. [3], Ковальов Д. [7], Мороз О.В. [4], Шаваев А.Г. [5], Шлыков В.В. [1].

Анализ существующих публикаций позволяет констатировать, что на сегодняшний день исследователями недостаточно уделяется внимания обоснованию подхода и методики оценки экономической безопасности предприятия. По нашему мнению, это обусловлено неопределенностью используемых для оценки критериев и методической базы расчета ее индикаторов.

Целью статьи является анализ подходов и методик в оценке экономической безопасности предприятий.

Изложение основного материала исследования. Категория «экономическая безопасность» сравнительно недавно появилась в понятийном аппарате экономической науки. Как всякое новое понятие она ещё не имеет общепризнанного толкования. Применительно к предприятию её рассматривают «как интегральную оценку ресурсного потенциала и степени защищённости предприятия от отрицательного действия внеш-

ней среды» [3]. В ней находят отражение, как элементы диагностики текущего состояния предприятия, так и прогноз будущих рисков и угроз, исходящих как с внутренней, так и с внешней среды.

Шаваев А.Г. считает, что экономическая безопасность предприятия – это положение наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечение стабильного функционирования предприятия на настоящее время и в будущем [5].

В практике оценки экономической безопасности предприятий широко используется индикаторный подход, при котором уровень экономической безопасности определяется с помощью индикаторов [6,7]. Индикаторы рассматриваются как пороговые значения показателей, характеризующих деятельность предприятия в различных функциональных областях, соответствующие определенному уровню экономической безопасности. Окончательная оценка экономической безопасности предприятия устанавливается по результатам сравнения фактических показателей деятельности предприятия с индикаторами. Однако при этом возникают определенные трудности, а именно – уровень точности индикатора в этом случае является проблемой. Она состоит в том, что в настоящее время отсутствует методическая база определения индикаторов, учитывающих особенности деятельности предприятия, обусловленные в частности его отраслевой принадлежностью и спецификой функционирования, формой собственности и структурой капитала.

В случае некачественного определения значения индикаторов неправильно может быть определен и уровень экономической безопасности предприятия, что может повлечь за собой принятие управленческих решений, не соответствующих реальному положению дел. Индикаторный подход вполне оправдан на макроуровне, где значения индикаторов более стабильны [2].

При использовании индикаторного подхода оценка экономической безопасности устанавливается по результатам сравнения фактических показателей деятельности предприятия с расчетными значениями индикаторов. Однако алгоритмизация использования подхода на уровне предприятия недостаточно

разработана, а существующие исследования отображают лишь поверхностный характер: отсутствие совокупности индикаторов и их пороговых значений показателей, которые характеризуют деятельность предприятия.

Также существует и иной подход к оценке уровня экономической безопасности предприятия – ресурсно-функциональный. Согласно этому подходу оценка уровня экономической безопасности предприятия осуществляется на основе оценки состояния использования корпоративных ресурсов по специальным критериям. При этом в качестве корпоративных ресурсов рассматриваются факторы бизнеса, используемые владельцами и менеджерами предприятия для выполнения целей бизнеса. В соответствии с ресурсно-функциональным подходом наиболее эффективное использование корпоративных ресурсов, необходимое для выполнения целей данного бизнеса, достигается путем предотвращения угроз негативных воздействий на экономическую безопасность предприятия и достижения следующих основных функциональных целей экономической безопасности предприятия [8]:

- обеспечение высокой финансовой эффективности работы предприятия, его финансовой устойчивости и независимости;
- обеспечение технологической независимости предприятия и достижение высокой конкурентоспособности его технологического потенциала;
- высокий уровень квалификации персонала предприятия и его интеллектуального потенциала, эффективность корпоративных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- качественная правовая защищенность всех аспектов деятельности предприятия;
- обеспечение защиты информационной среды предприятия, коммерческой тайны и достижение высокого уровня информационного обеспечения работы всех его служб;
- обеспечение безопасности персонала предприятия, его капитала, имущества и коммерческих интересов.

Шлыков В.В. предложил использовать для оценки экономической безопасности предприятия подход, который отражает принципы и условия программно-целевого управления и развития [1]. В соответствии с этим подходом оценка экономической

безопасности предприятия основывается на интегрировании совокупности показателей, определяющих экономическую безопасность. При этом используется несколько уровней интеграции показателей и такие методы их анализа, как кластерный и многомерный анализ [4]. Такой подход отличается высокой степенью сложности проводимого анализа с использованием методов математического анализа. И если его использование в исследовательской области позволяет получить достоверные результаты оценки уровня экономической безопасности предприятия, то в практической деятельности предприятий это весьма затруднительно. К тому же и сам Шлыков В.В. утверждает, что «очень сложной является оценка устойчивости совокупного интегрального показателя при заданной области его изменения».

При использовании ресурсно-функционального подхода оценка уровня экономической безопасности предприятия осуществляется на основе оценки состояния использования корпоративных ресурсов по специальным критериям. Большим недостатком этого подхода является собственная субъективная концепция каждого автора относительно количества, сущности и аналитической формулы показателей.

Выводы. Подводя итог проведенному анализу существующих методик оценки экономической безопасности предприятия и обобщая выявленные недостатки, препятствующие их практическому применению, можно сделать следующие выводы.

Методики, рассмотренные в данной статье, наилучшим образом отражают теоретическую сущность экономической безопасности предприятия, как неотъемлемый фактор эффективного функционирования сегодня и успешного развития в будущем.

Список литературы

1. Шлыков В. В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия / В. В. Шлыков. – СПб. : Алетей, 1999. – 315 с.
2. Белоусова І. А. Управлінський облік – інформаційна складова системи економічної безпеки підприємства : [монографія] / І. А. Белоусова. – Київ : Дорадо-Друк, 2010. – 432с.
3. Ильяшенко С. И. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке / С. И. Ильяшенко // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №3(21). – с.12-19
4. Мороз О. В. Концепція економічної безпеки сучасного під-

присмства : монографія / О. В. Мороз, Н. П. Карачина, А. А. Шиян ; Вінницьк. нац. техн. ун-т. – Вінниця : Вид-во ВНТУ, 2011 – 259 с.

5. Шаваев А. Г. Безопасность корпораций. Криминологические, уголовно-правовые и организационные проблемы / А. Г. Шаваев. – М. : Банков. Деловой Центр, 2014. – 242 с.

6. Економічна безпека : навч. посіб. / З. С. Варналій ; за ред. З. С. Варналія. – Київ : Знання, 2009. – 647 с.

7. Ковальов Д. Економічна безпека підприємства / Д. Ковальов, Т. Сухорукова // Економіка України. – 1998. – № 10. – С. 48–52.

8. Экономическая безопасность : учеб. для вузов / под общ. ред. Л. П. Гончаренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2018. – 340 с.

УДК 6588.14

Ю. О. Шевелєва

Науковий керівник: канд. екон. наук О. П. Миколенко

ОЦІНКА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПАТ «САН ІНБЕВ УКРАЇНА»

Анотація. Розглянуто і запропоновано методику аналізу структури капіталу та її впливу на прибутковість підприємства з урахуванням невизначеності та ризику на прикладі ПАТ «САН ІнБев Україна»; подано оцінку системи фінансових показників, що впливають на прибутковість суб'єкта господарювання; обґрунтовано взаємозв'язок між фінансовим левериджем і ризиком підприємства; спрогнозовано вплив фінансового левериджу на прибутковість підприємства за різними варіантами структури капіталу; виділено найбільш оптимальний варіант структури капіталу ПАТ «САН ІнБев Україна»; висвітлено головні напрями стратегічної політики структури капіталу в системі управління прибутковістю суб'єкта господарювання

Ключові слова: фінансовий стан підприємства, фінансова звітність, платоспроможність, прибутковість, фінансовий ризик, фінансовий леверидж, стратегічна політика, структура капіталу.

Annotation. The article discusses the technique and analysis of capital structure and its impact on the profitability of the company; deals with the main areas of strategic capital structure policy in the management of profitability of the entity. Determination of the optimal proportions of the enterprise for the use of own and attracted capital (optimal structure of capital) is given. The necessary types and amounts of capital to achieve the

estimated indicators of its structure are illustrated. Prognostication of such a structure of capital, which, at its lowest cost, would enable the company to maintain stable incomes and obtain expected profitability is given.

Key words: financial position, financial statements, solvency, profitability, financial risk, financial leverage.

У сучасних економічних умовах, які супроводжуються негативним впливом кризових явищ, першочергового значення набуває проблема ефективного управління діяльністю підприємства. При цьому визначальними показниками діяльності суб'єкта господарювання є показники прибутковості [5]. На сьогодні прибутковість підприємства є одним із найголовніших показників, що відображає фінансовий стан суб'єкта господарювання. Тому залишається актуальним питання узагальнення і подальшого розвитку методики аналізу та оцінки структури капіталу, її впливу на прибутковість підприємства з урахуванням невизначеності та ризику.

Дослідженням зазначених вище питань займалось багато вітчизняних і зарубіжних економістів: Н. Бичкова, І. Борщук, І. Боярко, Ф. Бутинець, О. Глушко, О. Дейнека, В. Лаптев, Л. Лахтіонова, О. Мірошник, Г. Назарова, Г. Савицька, О. Школьник та інші. Однак на сьогодні залишається багато невіршених питань як з теорії, так і методики аналізу показників прибутковості, особливо враховуючи взаємозв'язок таких показників з оцінкою оптимальності структури капіталу, яка впливає на фінансовий результат суб'єктів господарювання, ураховуючи специфіку діяльності.

Прибутковість підприємства залежить від ефективного управління фінансовими ресурсами і визначається оптимальною структурою активів, а також оптимальним співвідношенням власних і позикових коштів. Саме оцінювання показників прибутковості дозволяє зовнішнім користувачам визначити фінансові можливості підприємства в майбутньому, особливо в ринкових умовах [1].

Досліджуючи пивоварний ринок в Україні та його основних лідерів, було проведено аналіз показників прибутковості підприємства на прикладі ПАТ «САН ІнБев Україна». У табл. 1 представлено оцінку фінансово-економічного стану ПАТ «САН ІнБев Україна».

Таблиця 1

**Оцінка фінансово-економічної діяльності
ПАТ «САН ІнБев Україна» за 2017 рік**

Показник	Рівень показника		
	на початок періоду	на кінець періоду	абсолютні зміни
1	2	3	4
1. Структура джерел формування активів, %	20,77	5,69	-15,08
	79,23	94,31	15,08
1.1. Власні джерела	570 843	172 008	-398 835
1.2. Позикові джерела	2 177 045	2 850 636	673 591
1.3. Поточні зобов'язання	2 168 896	2 841 307	672 411
2. Структура складу активів	78,58	71,31	-7,27
	21,42	28,69	7,27
2.1. Довгострокові й нематеріальні активи	2 159 211	2 155 345	-3 866
2.2. Поточні активи	588 677	867 299	278 622
2.2.1. Матеріальні оборотні засоби	192929	246638	53709
2.2.2. Грошові кошти і розрахунки	123 090	295 571	172 481
3. Темпи зростання активів	1,1		
4. Темпи зростання оборотних активів	1,47		
5. Темпи зростання поточних зобов'язань	1,31		
6. Платоспроможність і фінансова стійкість			
6.1. Коефіцієнт загальної ліквідності	0,27	0,31	0,03
6.2. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,06	0,10	0,04
6.3. Коефіцієнт співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості	12,04	8,82	3,22
6.4. Коефіцієнт маневрування власних коштів	-0,58	-0,65	-0,07
6.5. Коефіцієнт фінансового ризику	3,81	16,57	12,76
6.6. Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	-2,768	-11,476	-8,708
6.7. Коефіцієнт автономії	0,21	0,06	-0,15

Продовження табл. 1

1	2	3	4
7. Прибутковість та оборотність активів			
7.1. Прибутковість активів, %	-4,26	-13,82	-9,56
7.2. Прибутковість реалізованої продукції, %	-4,32	-12,55	-8,23
7.3. Прибутковість власного капіталу, %	-33,13	-107,38	-74,25
7.4. Коефіцієнт оборотності активів	1,49	1,54	0,05
7.5. Коефіцієнт оборотності поточних активів	5,91	6,09	0,18
7.6. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	27,90	28,76	0,86
7.7. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1,85	2,06	0,21
7.8. Коефіцієнт оборотності власного капіталу	11,57	11,93	0,35

Протягом звітнього року на підприємстві ПАТ «САН ІнБев Україна» відбулися такі зміни: власний капітал підприємства зменшився на 398 835 тис. грн, обсяги позикових коштів і поточних зобов'язань зросли відповідно на 673 591 і 672 411 тис. грн. Така картина свідчить про зниження фінансової стабільності суб'єкта господарювання і може негативно вплинути на платоспроможність та ліквідність підприємства. Також відбулися зміни у структурі складу активів: основний капітал зменшився на 3 866 тис. грн, поточні активи зросли на 278 622 тис. грн. Темпи зростання сукупних активів становлять 1,1, оборотних – 1,47, поточних зобов'язань – 1,31. Оскільки темпи зростання поточних зобов'язань перевищують темпи зростання сукупних активів, можна стверджувати, що збільшення активів відбулося за рахунок позикових коштів.

Коефіцієнт загальної ліквідності у звітньому році становив 0,31 у. од., (за нормативного значення 2). Отже, підприємство не є платоспроможним, існує фінансовий ризик як для самого підприємства, так і для його партнерів.

Коефіцієнт автономії у звітному році в порівнянні з попереднім зменшився на 0,15 у. од. і становив 0,06 у. од. (за нормативного значення $> 0,5$), тому в підприємства можуть виникнути труднощі з виконанням зовнішніх зобов'язань як у досліджуваному, так і в майбутніх періодах.

Збитковість загальних активів становила -13,82%, що на 9,56% більше за показник попереднього року. Збитковість реалізованої продукції також має тенденцію до підвищення. Збитковість власного капіталу збільшилась на 74,25% і становить 107,38%

Фінансовий стан ПАТ «Сан ІнБев Україна» на звітну дату можемо охарактеризувати як нестійкий, виходячи з аналізу показників прибутковості. Тому доречно додатково провести аналіз фінансового левериджу, щоб визначити оптимальну структуру капіталу цього підприємства. Як відомо, фінансовий леверидж виникає в разі використання підприємством позикових засобів фінансування, плата за які постійна, тобто фінансовий леверидж має місце, коли підприємство залучає позиковий капітал [3].

З аналізу структури капіталу і його впливу на прибутковість досліджуваного підприємства можна зробити такі висновки:

1) якщо керівництво підприємства обере перший варіант структури капіталу, де власний і позиковий капітал використовуються у пропорції 40:60, тоді буде отримано прибутковість власного капіталу в розмірі 25% за фінансового ризику в 9%;

2) якщо керівництво підприємства обере другий варіант структури капіталу, де власний і позиковий капітал використовуються у пропорції 50:50, тоді буде отримано прибутковість власного капіталу в розмірі 20% за фінансового ризику в 6%;

3) якщо керівництво підприємства обере третій варіант структури капіталу, де власний і позиковий капітал використовуються у пропорції 20:80, тоді буде отримано прибутковість власного капіталу в розмірі 50% за фінансового ризику в 23%. Таким чином, найбільш оптимальним буде обрання третього варіанту структури капіталу, коли позиковий капітал становить 80%, а власний – 20%, адже за таких умов підприємство отримує максимальну дохідність власного капіталу, що нівелює розмір фінансового ризику в 23%. Підприємству варто враховувати як механізм впливу фінансового левериджу на рівень прибутковості

Таблиця 2

**Прогнозування впливу фінансового левериджу на прибутковість
ПАТ «САН ІнБев Україна»**

Показники	Варіанти структури капіталу		
	I (40%: 60%)	II (50%: 50%)	III (20%: 80%)
1. Загальний капітал підприємства	2 885 266,00	2 885 266,00	2 885 266,00
2. Сума власного капіталу	1 154 106,40	1 442 633,00	577 053,20
3. Сума залученого капіталу	1 731 159,60	1 442 633,00	2 308 212,80
4. Сума прибутку	577 053,20	577 053,20	577 053,20
5. Рівень дохідності активів	0,2	0,2	0,2
6. Рівень відсотків за кредит	0,13	0,13	0,13
7. Сума відсотків за кредит	59 150,00	59 150,00	59 150,00
8. Сума прибутку за вирахуванням суми відсотків за кредит	517 903,20	517 903,20	517 903,20
9. Рівень податку на прибуток	0,18	0,18	0,18
10. Сума податку на прибуток	93 222,58	93 222,58	93 222,58
11. Сума прибутку за вирахуванням податку	424 680,62	424 680,62	424 680,62
12. Коефіцієнт дохідності власного капіталу	25%	20%	50%
13. Вплив фінансового левериджу	0,09	0,06	0,23

власного капіталу, так і рівень фінансового ризику, що дозволить управляти і вартістю, і структурою загального капіталу підприємства.

Список літератури

1. Борщук І. В. Показники фінансової стійкості як складова виміру ефективності функціонування підприємства / І. В. Борщук, О. В. Глушко // Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2012. – № 722. – С. 17–20.

2. Лахтіонова Л. А. Аналіз фінансової стійкості суб'єктів підприємницької діяльності : монографія / Л. А. Лахтіонова. – К. : КНЕУ, 2011. – 880 с.

3. Назарова Г. В. Фінансовий леверидж в оптимізації структури капіталу акціонерного товариства / Г. В. Назарова, В. Лаптев // Економіка розвитку. – 2006. – № 1 (37). – С. 58–60.

4. Стаднюк Т. В. Оцінка фінансової стійкості господарюючих суб'єктів / Т. В. Стаднюк // Науковий вісник СНУ ім. Лесі Українки. Економічні науки. – 2012. – № 5 (230). – С. 32–37.

5. Іщенко К. І. Фінансова стабільність підприємства / К. І. Іщенко, Т. І. Іщенко // Фінансові та обліково-аналітичні аспекти розвитку економічних систем : збірник тез XV Міжнародної наукової конференції аспірантів та студентів, 26–27 березня 2015 року / відп. за вип. В. В. Рисін. – Львів : ЛІБС УБС НБУ, 2015. – С. 564–566.

УДК 330.142

Е. В. Шило

*Научный руководитель: канд. экон. наук,
доцент Э. И. Цыбульская*

ПОХОДЫ К КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Анотація. Систематизовані методи оцінки людського капіталу компанії. Проаналізовано їх переваги та недоліки. В якості подальших досліджень відзначається перспективність розробки методичної бази оцінки вартості людського капіталу підприємства.

Ключові слова: людський капітал, методика, оцінка, вартість, кількісні підходи.

Annotation. Methods for assessing human assets of a company are systematized. Their advantages and disadvantages are analyzed. As further research the development perspective of methodical bases of human assets valuation at an enterprise is indicated .

Key words: intellectual capital, methodology, valuation, value, quantitative approaches.

Возрастание роли интеллектуального капитала – одна из ведущих тенденций развития мировой экономики в начале нового тысячелетия, благодаря чему становится возможным переход от индустриального к постиндустриальному обществу. Социальный и экономический прогресс государств, их конкурентные

преимущества в настоящее время и в будущем все больше зависеть от степени использования и развития современных знаний, интеллекта нации.

Исследованиями в области теории интеллектуального капитала занимались такие зарубежные исследователи как Энни Брукинг, Клейн Д., Мэллоун М., МакДональд, Нельсон Р. Р., Прусак Л., Свейби Карл-Эрик Стюарт Томас, Шнайдер Д., Едвинссон Л. В странах СНГ этим вопросом занимались Бабаев Б. Д., Иванюк И. А., Иноземцев В. Л., Леонтьев Б. Б., Тепловая Т. [4].

Составляющие интеллектуального капитала характеризуются так:

- интеллектуальный капитал – это знания, которые есть в распоряжении предприятия, например, программное обеспечение;
- человеческий капитал - это стоимость взаимоотношений работников предприятия, например, с клиентами, подрядчиками, специалистами по стороны и т.д. через стоимость накопленного ими практического опыта;
- структурный капитал - это опыт и мастерство организации в целом, воплощенные в организации процессов и систем в ней, ее стратегии и тактике деятельности [2].

Несмотря на множество трудов, посвященных интеллектуальному капиталу существует много пробелов в области оценки отдельных составляющих интеллектуального капитала, в частности человеческого.

Цель исследования заключается в обосновании количественных подходов к оценке стоимости интеллектуального капитала.

Предмет исследования – человеческий капитал как составляющая интеллектуального капитала и его количественная оценка.

В основу всех практических подходов к количественной оценке ЧК, оформившихся в XX в., легли два метода, а именно:

- метод «стоимости», или «цены», производства;
- метод «капитализации заработков».

Как уже было замечено, данные методы нашли свое первоначальное отражение еще в работах классиков политической экономии, таких как А. Смит и У. Петти.

Существует три теоретически оформленных концепций количественной оценки ЧК:

1. Метод «стоимости», или «цены», производства, который начал исследовать еще А. Смит, заключавшийся в оценке реальных затрат на «производство человека» (чистого расхода средств существования).

2. Метод «капитализации заработков», который был принят в разработку У. Петти, заключавшийся в оценивании настоящей (приведенной к настоящему моменту времени) ценности будущего потока доходов индивидуума (чистого или валового дохода).

3. Комбинированный метод на основе адаптации двух существующих методов с целью практического применения как в области страхования жизни путем ее оценки, так и с целью оценки необходимости инвестиций в образование человека [2].

Рассмотрим данные концепции подробнее (табл.).

По мнению выдающегося немецкого экономиста Э. Энгеля, наиболее правильным был подход к количественной оценке ЧК на основе метода «стоимости», или «цены», производства для оценки именно денежной стоимости человека. Он одним из первых начал говорить о необходимости учета обесценения и затрат на содержание человека, как одной из основ его капитальной стоимости. Однако ученый больше работал в рамках макросреды, и его интересовала значимость величины ЧК как основы благосостояния общества. Экономист Ф. Капп, в свою очередь, хоть и соглашался с его постулатами, однако больше был склонен к оценке капитальной стоимости ЧК без учета затрат на его содержание, а также без учета его обесценивания. Один из выдающихся политиков и филантропов того времени, Ч.Л. Брейс, которого в большей степени волновал вопрос бедствующего положения некоторых слоев населения, включая эмигрантов, был категорически не согласен с подходом Ф. Каппа, говоря о том, что во многом на капитальную стоимость будет влиять спрос на ЧК. Данное умозаключение говорит не только о ценности каждого жителя страны, включая иммигрантов, но и о необходимости уравнивания важности как затрат на их содержание, так и оценки их вклада в производство.

Таблиця

Подходы к количественной оценке человеческого капитала

Основной подход	Научная школа	Представитель	Сущность подхода
1	2	3	4
Метод «стоимости», или «цены», производства	Английская классическая школа полит-экономики	А. Смит	Работы ученого легли в основу разработки метода «стоимости», или «цены», производства. Одним из первых заметил, что мастерство человека может быть рассмотрено как бы соответствующим свойствам машины, которая имеет подлинную стоимость и оборот прибыли [5]
Метод «капитализации заработков»	Лондонское королевское общество	У. Фарр	Усовершенствовал методикку Петти для оценивания ЧК. Его метод заключался в исчислении сегодняшней стоимости будущих чистых заработков индивидуума (будущие заработки минус личные затраты на жизнь), причем он брал поправки, учитывающие возможность смерти, в соответствии с коэффициентами смертности [3]
Комбинированный метод с целью оценки необходимости инвестиций в образование человека		Дж.Р. Уолш	Проверял, являются ли затраты на образование человека для его профессиональной карьеры инвестициями в капитал, производимыми с целью получения прибыли, с установлением рыночного равновесия, и являются ли они откликом на те же мотивы, которые приводят к инвестициям в обычный капитал. Утверждал, что они являются таковыми, а для проверки данной гипотезы взял данные о заработках людей с разными уровнями образования. Их капитальная оценка была рассчитана с помощью метода капитализации заработков для каждого уровня возрастов, когда заканчивается образование. Стоимость различных уровней образования он вычислил методом стоимости производства и затем сопоставил эту стоимость и капитальную ценность, предполагая, что они стремятся друг к другу в ходе установления рыночного равновесия [1]

Многие экономисты того времени пошли другим путем, нежели Э. Энгель, Ф. Капп и др. В основу своих работ они положили теорию «капитализации заработков», предложенную еще классиком экономической мысли У. Петти. Особое внимание необходимо уделить тем работам классика, где он делал попытки оценить величину запаса ЧК капитализацией заработка в рамках пожизненной ренты. В своих работах экономист говорил о необходимости разграничения личного дохода человека и национального дохода страны. Одним из его последователей был У. Фарр, человек, на первый взгляд, чуждый экономике, так как являлся медиком и демографом. Разработанную У. Петти концепцию он положил в основу определения коэффициента смертности населения путем исчисления нынешней стоимости будущих чистых заработков индивидуума с учетом личных затрат на жизнь. Исследования У. Фарра легли в основу практического применения количественной оценки ЧК в сфере страхования жизни [4].

Представители американской экономической школы, будучи не только статистами, но и демографами, Л. Дублин и А. Лотка, рассмотрев возможность практического применения методик Э. Энгеля, У. Фарра, Т. Витстейна, занялись вопросами их усовершенствования и адаптации для оценки как величины ЧК, так и его компонентов. Кроме того, ученые занимались вопросами страхования жизни. Предложенный ими метод капитализации заработной платы индивидуума за вычетом затрат на его потребление или содержание позволяет, по мнению этих ученых, к примеру, оценить ценность человека не только для семьи, но и для общества в целом.

Однако многие экономисты обосновывали возможность количественной оценки ЧК не только в сфере страхования. К примеру, Дж. Р. Уолша, Дж. В. Кендрика, Дж. Минсера интересовал вопрос обоснованности инвестиционных затрат на повышение образовательного уровня человека с целью получения будущих выгод для всех сфер общества.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что все количественные подходы к оценке человеческого капитала (капитализация заработков, оценка инвестиций в образование, страховой подход) рассматриваются через

призму финансовых отношений. В связи с эти развитие и увеличение стоимости человеческого капитала необходимо рассматривать в контексте концепций финансового менеджмента.

Список литературы

1. Wolsh J. R. Capital Concept Applied to Man / John R. Wolsh // Quick Jornal. –I, 1935. – № 2. – 255 p.
2. Богатырёва В. В. Финансовое управление воспроизводством человеческого капитала в инновационной экономике: теория, методология, моделирование / В. В. Богатырёва. – Новополоцк : ПГУ, 2013. – 400 с.
3. Краковская И. Н. Измерение и оценка человеческого капитала орган зации: подходы и проблемы. Оценка человеческого капитала / И. Н. Краковская // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – № 19 (124). – С. 41–49.
4. Просвирина И. И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы / И. И. Просвирина // Финансовый менеджмент. – 2004. – № 4. – С. 102–120.
5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. : Соцэкгиз, 1962. – 473 с.

Філологія



УДК 82-312.2:821.111

К. С. Белая

*Научный руководитель: канд. филол. наук,
профессор Т. М. Тимошенкова*

**ФАНТАСТИКА И РЕАЛЬНОСТЬ В ТВОРЧЕСТВЕ
О. УАЙЛЬДА (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА
“THE PICTURE OF DORIAN GREY”).**

Анотація. Стаття розглядає фентезі як жанр художньої літератури та визначає елементи фантастики та реальності в творчості Оскара Уайльда на матеріалі роману “The Picture of Dorian Grey”.

Ключові слова: фентезі, фантастика, реальність, парадокс

Annotation. The article considers fantasy as a genre of belles-lettres, characterizes the elements of fantastic and reality in the creative activity of Oscar Wilde on the material of the novel “The Picture of Dorian Grey”.

Key words: fantasy, fantastic, reality, paradox

Объектом исследования в статье является роман выдающегося английского писателя XIX века Оскара Уайльда “The Picture of Dorian Grey”. *Предмет исследования* – оригинальное сочетание фантастики и реальности, определяющее жанровую принадлежность романа. *Цель* – определение фантастики и реальности в творчестве писателя на материале романа “The Picture of Dorian Grey”. *Актуальность исследования* определяется значимостью романа как одного из пионерских произведений жанра фентези, в котором присутствуют как элементы сказочности, так и острой социальной критики существующей действительности.

1. Фантастика как жанр художественной литературы.

Одним из наиболее популярных жанров литературы был и остается жанр фантастики. В литературоведческом словаре термин «фантастика» (от. греч. Phantasticon – способность представлять) объясняется как «что-то странное, невероятное, придуманное, созданное воображением, показанное в очень преувеличенном или чрезвычайном виде» [4, с. 55].

Так наши предки в древности, не понимая природных или общественных явлений, объясняли их с помощью фантастики.

Таким образом, фантастика берет свои истоки еще с древнего мира. В то же время мы не можем сказать, что в древнем мире возник жанр «фантастика», она была скорее элементом произведения, а уже со временем (с развитием литературы как искусства) она становится принципом построения произведения и его внутреннего содержания [8, с. 469]. Истоки фантастики заложены в фольклоре, в своем роде в волшебной сказке. Утопия и фантастическое путешествие являются ещё и древнейшими формами повествования как такового, например, в «Одиссее» Гомера.

Фантастика – это столкновение настоящего, реально существующего и того, что человеческий разум не воспринимает как нормальное и возможное. [3, с. 400].

Фантастика имеет множество граней. Предлагается такая классификация направлений фантастической литературы: научная фантастика (произведения Александра Беляева, Айзека Азимова, Рея Бредбери, Артура Кларка и др.); альтернативная история («Да не опустится тьма» Лайона Спрэг де Кампа, роман «Трансатлантический туннель! Ура!» Гарри Гаррисона, «Остров Крым» Василия Аксенова и др.); социальная фантастика (роман «Мы» Евгения Замятина, «Град обреченный» братьев Стругацких, «Корпорация «Бессмертие»» Роберта Шекли, «451 градус по Фаренгейту» Рэя Бредбери и др.); фэнтези (произведения Дж. Р. Р. Толкина, Дж. Роулинг, Роберта Джордани и др.); ужасы (хоррор), триллер (произведения Стивена Кинга, Клайва Баркера, Энн Райс и др.); детектив с элементами фантастики («Дознание» Станислава Лема, «Интергалактическая полиция» Кира Булычева, «Детская книга» Бориса Акунина и др.); юмористическая фантастика (книги Андрея Белянина, Павла Марушкина, Олега Шилонина, Крэга Шоу Гарднера и др.); фантастическая проза (книги братьев Стругацких, Сергея Лукьяненко, Роберта Шекли и др.); фантастическая поэзия («Зеница ока» О.Тарутина, «Аниара» Х. Мартинсона, поэма «Любитель гашиша» Кларк Эштон Смит и др.); фантастическая драматургия («R.U.R.» Карела Чапека, космическая оперетта-буфф «Чужой среди своих» Г. Л. Олди, «Жиды города Питера, или невеселые беседы при свечах» братьев Стругацких и др.) [9].

2. Фантастика и реальность в романе О. Уайльда “The Picture of Dorian Grey”.

Оскар Уайльд известен как яркий представитель эстетизма. Он стремился отгородиться от действительности с помощью мира выдумки, фантазии. Оскара Уайльда называли «королем жизни», «Принцем Парадоксов». Он утверждал: «Правда жизни открывается нам именно в форме парадоксов». Поэтому роман “The Picture of Dorian Grey” – произведение противоречивое [2, с. 4]. «Споры по поводу произведения искусства свидетельствуют, что это произведение новое, сложное и жизнеспособное» (Уайльд 1890: 40).

Внешне этот роман выглядит вполне реалистично. Характеры и типы развиваются по вполне определенному логичному психологическому направлению. Однако, в сюжете его содержится волшебное, магическое допущение, да и персонажи не вполне реальны [5, с. 3].

По формальному признаку “The Picture of Dorian Grey” – «роман воспитания». Это моральная притча о молодом человеке, который относится к жизни как к эксперименту и пренебрегает общечеловеческими нормами морали.

Для написания своего романа Оскар Уайльд использует две контрастные краски: реальность и фантастику, и умело манипулируя ними, создает целостный общий образ. Проблема поиска истины в ее соотношении к действительности является доминирующей. И понять истину, правду жизни, как считает автор, можно только с помощью парадокса. «Парадоксальным является тот факт, что личность автора, его концепция, отношение к прекрасному как бы раздваивается, а точнее делится на образы Дориана Грея, лорда Генри, Бэзила Холлуорда» [6, с. 30].

Возьмем образ главного героя. Дориан смотрит на свой портрет и с ужасом замечает, что на изображенном лице появляется первая резкая морщина (поскольку обманутая им Сибила покончила с собой) – это первая фантастическая метаморфоза. В романе еще один главный герой, образ, окутанный тайной и мистикой. Это портрет Дориана Грея. После того, как желание Дориана Грея было воплощено в жизнь, портрет становится содержанием, а Дориан лишь формой, оболочкой. Дориан и портрет становятся неразделимыми. Портрет стал отражением

всех душевных движений своего прототипа, и прекрасных, и отвратительных.

В конце произведения, желая уничтожить портрет, Дориан вонзает в него нож, тем самым убивая себя. Портрет снова начинает сиять прежней красотой, тогда как лицо мертвого Дориана выглядит устрашающе.

Писатель, жизненное кредо которого – жизнь ради красоты, не может найти этой красоты в реальной жизни и поэтому пытается найти её в фантастическом, вымышленном мире. Отсюда и возникает необходимость такого литературного приёма как парадокс. Главный герой его произведения является полным воплощением этого приема: он красив внешне, но порочен внутренне. Его фантастическая красота несовместима с моралью, которую ему навязывает реальный мир [1, с. 30]. Значение фантастики в рамках главной идеи произведения: убеждение читателя в пагубном влиянии гедонистических идей, неправильность пренебрежения внутренним в пользу внешнего, признания преимущества внутренней красоты над внутренним миром. Таким образом, фантастический элемент сыграл основную роль в решении главного конфликта – конфликта красоты и морали [7, с. 3]. При этом, фантастические элементы произведения никоим образом не нарушают его реалистичность, наоборот – они служат для писателя вспомогательными факторами в реализации его идейно-художественного замысла. Фантастика направлена как на воспроизведение, так и на разоблачение действительности со всеми ее достоинствами и недостатками.

Список литературы

1. Барановская Н. Парадоксы Оскара Уайльда II / Н. Барановская // Зарубежная литература. – 1997. – № 43. – С. 4.
2. Кабкова А. Карнавал в жизни и творчестве А. Уайльда / А. Кабкова // Зарубежная литература. – 2004. – № 9. – С. 10–15.
3. Лесин В.М. Словарь литературных терминов / В. М. Лесин, А. С. Пулинец. – М. : Просвещение, 1971. – 485 с.
4. Литературоведческий словарь-справочник / под ред. Р. Т. Громьяк, Ю. И. Кузнецов. – Киев : Академия, 1997. – 752 с.
5. Максимова Л. Жизнь наследует искусство: Философско-эстетические и нравственные проблемы романа О. Уайльда «Портрет Дориана Грея» / Л. Максимова // Зарубежная литература. – 2000. – № 19. – С. 3.

6. Назаренко М. Фантастика – вчера, сегодня, завтра / М. Назаренко // Зарубежная литература. – 2000. – № 4. – С. 11–12.
7. Повдешная Н. Е. Мораль этой книги более чем очевидна. Система уроков по изучению романа Оскара Уайльда «Портрет Дориана Грея» / Н. Е. Повдешная // Зарубежная литература в школах Украины. – 2005. – № 8. – С. 21–38
8. Тимошенко Т. М. Заметки о славянской фэнтези / Т. М. Тимошенко // Вчені зап. Харків. гуманітар. ун-ту «Нар. укр. акад.». – Харків, 2006. – Т. 12. – С. 469–483
9. Дементьева С. Жанры фантастики в литературе [Электронный ресурс] / Светлана Дементьева // Библиогид: Электронная библиотека. – Режим доступа: <http://demsvet.ru/chtenie-knig/zhanryi-fantastiki-v-literature> (дата обращения: 24.05.2018).

УДК 811.111'25'42:32

В. Ю. Кантемир

Науковий керівник: канд. пед. наук І. Ю. Гусленко

ВІДТВОРЕННЯ ЕКСПРЕСИВНИХ МОВНИХ ЗАСОБІВ ВИРАЗНОСТІ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Аннотация. В статье рассматриваются наиболее распространённые средства языковой выразительности, употребляемые в речах политических деятелей XX–XXI веков. Проанализированы способы перевода отобранных стилистических фигур и тропов. Доказана важная роль эмоционально окрашенной лексики в осуществлении воздействия на массовую аудиторию.

Ключевые слова: англоязычный политический дискурс, выразительность, экспрессия, эмоциональность, способ перевода, стилистическая фигура, троп.

Annotation. The article deals with the most common expressive means of the language used in speeches of political leaders of XX–XXI centuries. The methods of translation of selected stylistic devices and figures of speech are analyzed. The important role of emotionally colored vocabulary in influencing the mass audience is proved.

Key words: expression, expressiveness, emotiveness, English-language political discourse, methods of translation, figures of speech, stylistic devices.

Слово завжди було й є інструментом влади, знаряддям придушення і підпорядкування, засобом захоплення, розподілу і утримання влади. Зважаючи на те, що сьогодні мовна комунікація в політиці відіграє ключову роль, зміцнення свого авторитету за допомогою дискурсивних засобів набуває у політиків принципового значення. Експресивність завжди була притаманною властивістю промов політичних лідерів. Вона наповнює текст додатковими смислами і конотаціями і, як перехід на новий рівень інтерпретації текстів, стала об'єктом пильної уваги дослідників. Вивчення мови, з одного боку, сприяє розкриттю деяких рис особистості самого політика, з іншого – виявляє динаміку розвитку суспільства, громадських ідеалів і їх реалізацію в практичній діяльності людей. Мета статті полягає в дослідженні індивідуальних особливостей авторського публічного мовлення політичних діячів США та Великобританії, а також у пошуку адекватних перекладацьких рішень відтворення експресивних мовних засобів виразності, вжитих у політичному дискурсі. Матеріалом нашого дослідження слугує робота Саймона Себага-Монтефіоре «Speeches that changed the world», а також її видання українською мовою в перекладі Верховеня В. М. З вищевказаних робіт відібрано п'ять політичних промов, зокрема «У мене є мрія» Мартіна Лютера Кінга від 28 серпня 1963 р., виступ прем'єр-міністра Великобританії Девіда Кемерона після референдуму про вихід з ЄС, Фултонська промова прем'єр-міністра Великобританії Вінстона Черчілля від 5 березня 1946 р., та інаугураційні промови Барака Обами від 20 січня 2009 р. і Дональда Трампа від 20 січня 2017 р.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: проаналізувати формально-структурні особливості мовних засобів виразності; вивчити відібрані промови англійською та українською мовами; виявити експресивні мовні засоби виразності у тексті оригіналу та зіставити їх з відповідниками в тексті перекладу; класифікувати відібрані мовні одиниці за окремими критеріями; проаналізувати способи перекладу обраних нами експресивних мовних засобів виразності на матеріалі оригінального тексту та його перекладу.

Розгляд феномена експресивності в сучасному англomовному політичному дискурсі продиктовано тим, що нерідко за зовніш-

ньою нейтральністю і декларованою об'єктивністю виступів політиків приховано оцінки, які мають явно суб'єктивний характер. Проведення аналізу на матеріалі публічних виступів американських політичних лідерів (президентів, прем'єр-міністрів) пояснюється довготривалою історією інституту президентства в США та багатолітньою діяльністю парламенту Великобританії. Шевченко І. С. визначає поняття дискурс як інтегральний феномен, мисле-комунікативну діяльність, що постає як сукупність процесу й результату та включає як екстралінгвістичний, так і лінгвістичний аспект, в останньому окрім тексту виділяється пресупозиція (попереднє припущення) та контекст (прагматичний, соціальний, когнітивний), які обумовлюють вибір мовних засобів [6, с. 203]. Політичний дискурс актуалізується в таких жанрах, як промова політика, інаугураційне звернення президента, політичний документ (указ президента, закон, комюніке), звіти уряду в парламенті, ухвалення та обговорення бюджету та ін. Першочергова мета політичних промов полягає саме у здійсненні ідеологічного впливу на масову аудиторію, а також у формуванні конкретного ставлення до певних реалій політичного життя.

Політична промова має на меті досягти єдності емоційного стану членів аудиторії. Емоційна форма виразу змінює всю схему сприйняття мови, діючи на механізми мислення, пам'яті, уваги, полегшуючи проникнення інформації у свідомість адресата, в результаті чого виникає соціально-психологічний ефект навіювання та емоційного зараження (провідні механізми психологічного впливу). Створенню експресивного ефекту сприяє насамперед використання різних емоційно-експресивних виразів, що інтерпретуються як оцінювальна форма мови, особистісне ставлення оратора до тих об'єктів, явищ та подій, про які йдеться. Як наслідок, у аудиторії відключається здатність критично мислити, створюється атмосфера "спілкування". Емотивність і експресивність політичних виступів проявляється, безсумнівно, на лексичному рівні. Політика як одна з найбільш важливих сфер людської діяльності характеризується наявністю спеціального словника. Словниковий склад політичних виступів можна умовно розділити на дві групи. Першу групу складає власне політична лексика. До другої групи належить загальноновживана лексика, розглянута в статті на прикладі емотивної лексики [1, с. 15].

Одним з основних засобів, до яких політичні діячі вдаються в ході своїх публічних виступів, є метафора. Шадаєва Л. І. підкреслює, що включаючись в систему образів, які використовуються для пропаганди певних ідей, метафора починає функціонувати на рівні конструювання символічного простору соціуму, стає матеріалом формування колективних уявлень та ідеологічних доктрин [5, с. 42]. Згідно з класифікацією перекладу метафор Казакової Т. А. [3, с. 238], серед способів відтворення метафори виокремлюють прийом прямого перекладу: *When the architects of our republic wrote the magnificent words of the Constitution and the Declaration of Independence, they were signing a promissory note to which every American was to fall heir.* – Коли архітектори нашої республіки писали прекрасні слова Конституції і Декларації незалежності, вони підписували тим самим вексель, який належало успадкувати кожному американцю [4, с. 221]. У наведеному прикладі перекладач вдало відтворив зміст речення з метафорами шляхом синтаксичного уподібнення.

From Stettin in the Baltic to Trieste in the Adriatic an iron curtain has descended across the Continent. – Від Штеттіна на Балтиці до Трієста на Адріатиці на континент опустилася залізна завіса [4, с. 142]. В цьому реченні можна побачити відоме словосполучення “iron curtain”, що вперше було вжито саме під час Фултонської промови В. Черчилля і згодом стало активно використовуватися для позначення ідеологічних і політичних бар’єрів між країнами. Оскільки словосполучення “iron curtain”, було використано вперше, його переклали за допомогою калькування, що в підсумку призвело до створення стійкого словосполучення. Тепер для перекладу цього словосполучення використовується еквівалентний відповідник «залізна завіса».

У політичному дискурсі активно вживається метонімія, яка також може володіти риторичною силою і здатна збагачувати лексику. Лаконічність є однією з найважливіших переваг метонімії. Саме через це її так часто вживають у ораторських промовах: *At these moments, America has carried on not simply because of the skill or vision of those in high office...* – І в таку годину Америка невпинно йшла вперед не лише завдяки

вмінню чи проникливій мудрості тих, хто обіймав найвищу посаду... [4, с. 352]. Барак Обама, вживши слово “Америка”, таким чином, наголосив на єдності усіх громадян Сполучених Штатів у боротьбі за краще майбутнє. У процесі відтворення українською мовою, перекладач вдався до прийому додавання, підкресливши рішучість американського народу словом “невпинно”.

Д. Трамп вдається до вживання повтору в своїй промові: *Together, we will determine the course of America and the world for years to come. We will face challenges. We will confront hardships. But we will get the job done.* – *Разом ми будемо визначати курс Америки і світу на багато-багато років вперед. Безсумнівно, ми будемо стикатися з випробуваннями та будемо змушені протистояти труднощам і проблемам. Але ми виконаємо поставлені перед нами завдання* [2]. Наведений приклад містить чотири повтори словосполучення “we will”, три з яких перекладено шляхом синтаксичного уподібнення, формою майбутнього часу, при чому останній повтор відтворено формою майбутнього часу доконаного виду, що свідчить про рішучість намірів політика у досягненні поставлених цілей. Поєднання особистого займенника “we” і дієслова “will” не випадкове: це сполучення досить ефективно впливає на аудиторію, оскільки позиціонує позитивне майбутнє, впевненість в тому, що всі проблеми будуть вирішені. І будувати щасливе майбутнє народ буде не самотужки, а разом зі своїм президентом, таким чином створюється ефект єднання глави держави і нації, іншими словами, президент говорить: «Я Ваш».

Результат аналізу текстів сучасного англомовного політичного дискурсу показав, що експресивні засоби виразності є дієвим знаряддям впливу на масову аудиторію. Мовлення, збагачене тропами й стилістичними фігурами, є цікавішим і яскравішим для сприйняття. Для їх точного перекладу, необхідно брати до уваги поточну політичну ситуацію в англомовній країні, а також враховувати культурно-історичні реалії. Урахування вказаних моментів допомагає визначити стратегію перекладу: зберегти, змінити чи перебудувати вихідну одиницю, щоб не втратити рівень експресії оригіналу.

Список літератури

1. Блох М. Я. Средства эмоционального воздействия политических выступлений / М. Я. Блох, Н. А. Резникова // Вестник ТГПУ. Серия: Гуманитарные науки (Филология). – 2006. – № 9 (60). – С. 14–19.
2. Інаугураційна промова Дональда Трампа [Електронний ресурс] / Вікіпедія. Вільна енциклопедія. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikisource.org/wiki/Інаугураційна_промова_Дональда_Трампа.
3. Казакова Т. А. Практические основы перевода. English – Russian / Т. А. Казакова. – СПб. : Союз, 2001. – 320 с.
4. Себаг-Монтефіоре Саймон. Промови, що змінили світ у пер. Верховеня В. М. / Саймон Себаг-Монтефіоре. – Харків : Фоліо, 2009. – 362 с.
5. Шадаева Л. И. Когнитивные и дискурсивные особенности метафоры в аргументативе современного английского языка (на материале текстов речей А. Линкольна) : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Шадаева Лада Иннокентьевна. – Иркутск, 2004. – 162 с.
6. Шевченко И. С. Становление когнитивно-коммуникативной парадигмы в лингвистике // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – 2004. – № 635. – С. 202–205.

УДК 811.111

*Д. О. Кейгл**Науковий керівник: канд. філол. наук,
професор Т. М. Тимошенкова***ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ
ТЕКСТІВ**

Аннотация. В статье рассматриваются особенности научно-технических текстов на материале английского языка и оправдавших себя переводческих стратегий и приёмов, позволяющих с наименьшими потерями сохранить в переводе как всю полноту содержания, так и формы оригинала.

Ключевые слова: научно-технический текст, транскрипция, транслитерация, калькирование, переводческие трансформации.

Annotation. The article reviewed special aspects of scientific and technical texts on the material of the English language and the well-proven

translation strategies and techniques that make it possible to retain both the completeness of the contents and the original forms in the translation with minimum losses.

Key words: scientific and technical text, transcription, transliteration, calquing, translation transformations.

Проблема перекладу – це філологічна проблема. Якщо раніше як предмет філології найглибше вивчались художні тексти, то зараз, в епоху швидкого розвитку науки і техніки, все більшої уваги приділяють текстам масової комунікації, до яких належать юридичні, медичні, інформаційні, політичні, науково-технічні тексти.

Особливості наукового-технічного тексту та їх збереження у перекладі розглядаються у роботах багатьох фахівців: Карабана В. І., Тимошенкової Т. М., Паршина А., Джандосєвої П. В та інших.

Переклад мусить максимально точно передавати як всі особливості змісту, так і форми оригіналу. Труднощі, що виникають під час перекладу, можуть бути пов'язані з кількома факторами: з недостатнім знанням мови оригіналу, з недостатньою обізнаністю в галузі предмета, з недостатнім знанням цільової мови, або з відсутністю в цій мові прямих відповідників термінам та термінологічним словосполученням мови оригіналу [2].

Актуальність дослідження даної проблематики полягає у виявленні труднощів, пов'язаних з характером науково-технічної літератури, та визначенні способів його збереження у перекладі, що в подальшому дозволить ефективно сформувати професійні компетенції перекладачів науково-технічної літератури.

Об'єктом дослідження статті є англомовна науково-технічна література. Предмет дослідження – її лінгвістичні особливості, що викликають необхідність використання певних перекладацьких стратегій та прийомів для збереження у перекладі всієї повноти змісту та характеру оригіналу.

В рамках кожного функціонального стилю є свої мовні особливості, що впливають на хід і результат процесу перекладу. В науково-технічному стилі це лексико-граматичні особливості науково-технічних матеріалів і, в першу чергу, провідна роль термінології та спеціальної лексики.

Вимогами науково-технічного стилю є його інформативність (змістовність), логічність (сувора послідовність, чіткий зв'язок між основною ідеєю і деталями), точність і об'єктивність [6]. Тому мовні засоби, які вживаються у науково-технічних текстах, мусять задовольняти ці вимоги.

В галузі лексики це перш за все використання науково-технічної термінології і так званої спеціальної лексики. Під словом «термін» зазвичай розуміють слово (або групу слів), що мають в межах даної галузі або спеціалізації конкретне і єдине значення, яке виключає будь-яку можливість іншого, відмінного від передбаченого автором розуміння або тлумачення [1].

Термін може бути однослівним і складатися з ключового слова, або представляти собою термінологічну групу, до складу якої входить ключове слово або ядро групи, одне або кілька визначень, що уточнюють або модифікують значення терміну [5].

Процес побудови терміну може бути представлений в такому вигляді:

bath – термостат;

air bath – повітряний термостат;

variable temperature air bath – повітряний термостат зі змінною температурою.

Терміни можуть відрізнитися від значень тих самих слів у інших контекстах і в повсякденній мові.

Так, в повсякденному житті англійське слово «bath» має значення «ванна», але в галузі метрології перекладається як «термостат», а слово «scroll», яке має первинне значення «сувій», зазнало конверсії і, перейшовши до категорії дієслів, в комп'ютерній термінології перекладається як «прокручувати».

В якості термінів можуть використовуватися як спеціальні значення загальноживаних слів, так і слова, що вживаються майже виключно в рамках науково-технічної літератури.

Такі, наприклад, лексичні одиниці, як «linearization» (лінеаризація), «calibration» (калібрування), «sensor» (датчик), «thermistor» (терморезистор) тощо, широко вживані в текстах з електроніки, майже неможливо зустріти за межами науково-технічних матеріалів.

Також існують полісемантичні терміни, значення яких

варіюється в залежності від галузі вживання. Наприклад, термін «lockout» має такі значення:

1) (економіка) локаут – тиск на робітників шляхом масового звільнення;

2) (інформатика) блокування (пристрою з метою безпеки на час відсутності користувача);

3) (обчислювальна техніка) захоплення, монопольне використання (ресурсу).

Значною мірою сприяє взаєморозумінню фахівців широке вживання ними так званої спеціальної загально-технічної лексики, яка також становить одну зі специфічних рис науково-технічного стилю. Це слова і словосполучення, відібрані вузьким колом фахівців, звичні для них, що дозволяють їм не замислюватися над способом вираження думки, а зосереджуватися на суті. Спеціальна лексика включає слова, похідні від термінів, слова, використовувані при описі зв'язків і відносин між термінологічно позначеними поняттями і об'єктами, їх властивостей і особливостей, а також цілий ряд загальнонародних слів, але які зустрічаються тільки в певних поєднаннях і тим самим спеціалізованих. Така лексика зазвичай не фіксується в термінологічних словниках, її значення не задаються науковими визначеннями, але вона також характерна для науково-технічного стилю.

Наприклад, в науково-технічній літературі дієслово «встановити» може бути перекладом декількох англійських дієслів, в залежності від контексту, а саме: *to set parameters* – встановити параметри; *to install software* – встановити програмне забезпечення; *to mount equipment* – встановити обладнання. Дотримання норм вживання спеціальної лексики ставить перед перекладачем особливі завдання при створенні тексту перекладу.

Мовні одиниці однієї мови не завжди можуть бути передані мовними одиницями іншої мови того ж мовного рівня, і тоді необхідно використовувати перекладацькі прийоми і трансформації. До найбільш використовуваних прийомів і трансформацій належать: транскрибування і транслітерація, калькування, лексико-семантичні заміни, лексико-граматичні трансформації і граматичні трансформації [3].

Транскрипція – це відтворення звучання іноземного слова,

а транслітерація – це відтворення літерного складу іноземного слова мовою перекладу. Найбільш поширений в перекладі симбіоз транскрипції і транслітерації. З огляду на те, що фонетична і графічна структури різних мов дуже відрізняються одна від одної, сам процес транслітерації і транскрипції мовної одиниці є досить умовним. Для англійсько-російського перекладу характерна транслітерація деяких приголосних, які неможливо вимовити (напр., термометр); транслітерація редукованих голосних (напр., курсор); передача здвоєних приголосних між голосними (напр., аттенуація); збереження особливостей орфографії окремої мовної одиниці (напр., ізоляція).

Калькування є переклад лексичної одиниці оригінального тесту шляхом заміщення її складових компонентів відповідними лексичними одиницями у мові перекладу [4]. Калькування може бути поморфемним або послівним (зі збереженням порядку слів або без нього). В якості прикладу поморфемного калькування можна навести термін «термопара», який являє собою заміщення двох коренів, які входять до складу англійського слова «thermocouple». Послівне калькування – це переклад кожної одиниці мови, яка входить до складу словосполучення-терміна. Наприклад, метрологічний термін «blackbody» за допомогою прийому калькування перекладається як «чорне тіло» (інша назва – випромінювач Планка).

Для подання лексико-семантичних замін, лексико-граматичних трансформацій і граматичних трансформацій доречно навести в якості прикладу таке речення: Our Packing Department uses custom designed packaging to send out your unit.

Словосполучення «custom designed packaging» неможливо перекласти українською мовою послівно, не вдаючись до трансформаційного перекладу та лексичної заміни. Виходячи з контексту, за допомогою трансформаційного перекладу та лексико-семантичної модуляції перекладаємо це словосполучення як «тара спеціальної конструкції».

Переклад цього речення вимагає також трансформації структури речення і заміни частини мови. Тексти науково-технічного стилю українською мовою тяжіють до використання іменників, що виражають процес або дію, замість дієслів з тим же семан-

тичним значенням. Інфінітивний зворот «to send out your unit» доречно замінити обставиною мети «для відправки Вашого обладнання».

Відносно вільний порядок слів в українській мові дозволяє широко використовувати зміни в послідовності окремих частин висловлювання відповідно до його комунікативного членування для передачі логічного розвитку переданої думки від відомого до нового. Оскільки обставина мети є темою речення і виражається іменним словосполученням, вона вживається препозитивно. Отже, маємо такий переклад: «Для відправки Вашого обладнання наш пакувальний відділ використовує тару спеціальної конструкції».

Поліпшення якості перекладу науково-технічних текстів сприяє кращій взаємодії фахівців, які розмовляють різними мовами. Інтерес до вивчення термінології та перекладацьких прийомів, характерних для науково-технічного стилю, зростає, і ця тема стає все актуальнішою в зв'язку з глобалізацією та поширенням міжнародного наукового та технічного співробітництва.

Список літератури

1. Sonneveld H. *Introducing terminology, in terminology* / H. Sonnevelf, K. Loenning—Amsterdam: 1994. — P. 1–6.
2. Алимов В. В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации / В. В. Алимов — М. : УРСС, 2004. — 160 с.
3. Джандоева П. В. Переводческие приемы и трансформации, которые используются в НТП / П. В. Джандоева // Вчені зап. Харк. гуманіт. ун-ту «Нар. укр. акад.». — Харків, 2005. — Т. 11. — С. 468–481.
4. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури / В. І. Карабан. — Вінниця : Нова книга, 2001. — 302 с.
5. Паршин А. Теория и практика перевода / А. Паршин. — М., 1985. — 310 с.
6. Тимошенко Т. М. Средства выразительности и изобразительности в научном дискурсе / Т. М. Тимошенко // Вчені зап. Харк. гуманіт. ун-ту «Нар. укр. акад.». — Харків, 2010. — Т. 16. — С. 381–387.

Є. І. Костенко

*Науковий керівник: канд. філол. наук,
доцент Л. В. Михайлова*

СПОСОБИ КОДУВАННЯ ЗАБОРОНИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ: ПРАГМАТИЧНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АНАЛІЗ

Анотація. В даній статті розглянуті характерні особливості речевого акту прохібитива. Приведені приклади прохібитивних конструкцій, їх класифікація та основні характеристики, які ілюструють найбільш поширені види заборони в англійській мові. Виділені та проаналізовані способи вираження прохібитива в англійській мові 16–20 століть.

Ключові слова: дискурс, заборона, прохібитив, речевий акт.

Annotation. The characteristic features of the speech act of prohibitive are considered. Examples of prohibition are given, including classification and main characteristics that illustrate the most common types of prohibition in the English language. The means of expression of prohibition in the English discourse of 16 – 20th are described and analyzed.

Key words: discourse, prohibitive, speech act.

Об'єктом дослідження виступають прохібитивні мовленнєві акти в англійській мові. *Предметом* дослідження є засоби передачі прохібитивних мовленнєвих актів мовою перекладу. *Метою роботи* є визначення та аналіз прагмасемантичних різновидів прохібитива з урахуванням особливостей його вираження в художніх текстах та його перекладу українською мовою. *Завдання роботи* полягає у визначенні поняття «мовленнєвий акт заборони»; вивченні наукової літератури у напрямку теорії мовленнєвих актів; порівнянні специфіки способів перекладу прохібитива українською мовою; аналізі комунікативних одиниць та мовленнєвих актів, що є характерними для мовленнєвого акту заборони на прикладах художніх творів. *Актуальність дослідження* полягає у вивченні прагмасемантичних особливостей прохібитива та особливостей його перекладу українською мовою на прикладах творів художньої літератури, що є одним із напрям-

ків дослідження мовної комунікації. Незважаючи на те, що прохібітиви, які є різновидами директивного мовленнєвого акту, досить часто використовують у художній літературі, особливості шляхів їх перекладу українською мовою ще недостатньо вивчені.

Мовленнєвий акт – це найменша одиниця мовленнєвої діяльності, яку вивчають у рамках «теорії мовленнєвих актів». Деякі вчені використовують термін «мовленнєвий акт» (далі – МА), як для визначення структурних компонентів МА, так і для визначення МА в цілому.

На думку Н. І. Формановської, МА може бути реалізований за певних обставин, тобто коли присутні всі компоненти МА: 1) особа, яка втілює локутивний акт, – адресант; 2) одна або декілька осіб, до яких спрямовано мовленнєву дію, – адресат або адресати; 3) координати, тобто час і місце та інші особливості ситуаційного контексту; 4) інтенції того, хто реалізує локутивний акт; 5) інтерпретація локутивного акту однією або декількома особами, до яких спрямовано МА; 6) знання адресанта та адресата, що охоплюють минуле та прогнозоване майбутнє [10, с. 51].

При перекладі та передачі значень слів або виразів з однієї мови на іншу, можуть виникати труднощі через невідповідність в структурі різних мов. Я. І. Рецкер називає лише два типи трансформацій: граматичні трансформації (заміна частин мови або членів речення), та лексичні трансформації. Щодо лексичних трансформацій, то Я. І. Рецкер поділяє їх за сімома різновидами: 1) диференціація значень; 2) конкретизація значень; 3) генералізація значень; 4) смисловий розвиток; 5) антонімічний переклад; 6) цілісне перетворення; 7) компенсація втрат в процесі перекладу [7, с. 12].

На думку видатного лінгвіста Л.С. Бархударова існує чотири типи перетворень (трансформацій), які використовують під час перекладу: 1) перестановки; 2) зміни; 3) опущення; 4) додавання. Лінгвіст пояснює, що під час метода перестановки, змінюється порядок компонентів складного речення, а також слів та словосполучень. Як приклад, Л.С. Бархударов наводить синтаксичні заміни у структурі складного речення, заміну частин мови, компонентів речення та словоформ, а ще конкретизацію/генералізацію, членування/об'єднання речень, та антонімічний переклад [2, с. 189–196].

За теорією Т. Р. Кіак, А. М. Науменко, О. Д. Огуй перекладацькі трансформації поділяються за п'ятьма рівнями мови перекладу:

1. На найнижчому, фонетичному рівні, знаходяться фонетично-імітаційні трансформації. Такий тип трансформацій полягає у процесах звукоімітації та звуко символізму;

2. На вищому, морфологічному рівні, знаходяться морфолого-категорійні трансформації. Такий тип трансформацій стосується змін при відтворенні як словотвірних афіксів, так і суто морфологічних категорій;

3. На лексичному рівні, який охоплює парадигматичні комплекси організованих за певними принципами слів повсякденної мови, знаходяться лексико-семантичні трансформації;

4. Синтаксичний рівень складають речення як завершені предикативні висловлювання, побудовані автором за певними принципами. До цього рівня належать синтактико-реченнєві трансформації, які полягають у зміні синтаксичної структури висловлювання.

5. Текстовий рівень включає тематику тексту, його типи, статус і структури, що ґрунтуються на певному стилі. До текстового рівня належать тексто-стилістичні трансформації, що стосуються відтворення самого тексту загалом [4, с. 487–494].

За теорією Дж. Серля у структурі МА виділяють три типи актів: 1) локуція (locutive act) – акт процесу вимови речення; 2) іллокуція (illocutive act) – втілення комунікативного наміру; 3) перлокуція (perlocutive act) – вплив на адресата, тобто ті зміни у поведінці адресата, що є результатом розуміння цього висловлювання. Таким чином Дж. Серль відокремлює такі МА: 1) репрезентативи (МА, що описують певний стан речей); 2) директиви (МА, які мовець використовує з метою спонукання слухача до здійснення або нездійснення певних дій); 3) комісиви (МА, що зобов'язують мовця виконати певні дії); 4) експресиви (МА, що передають психічний стан мовця); 5) декларативи (МА, від успіху яких залежить їх правдивість) [9, с. 25–28].

Л. М. Рязанова зауважує, що мотиви та цілі мовленнєвих дій, погляди адресанта на певні проблеми спонукають його відбирати і комбінувати мовні засоби вираження категорій модусу відповідно до ситуації спілкування [8, с. 15].

Категорія заборони в англійській мові є досить непевною

категорією в лінгвістиці, тому і досі не існує чіткого тлумачення. Але багато дослідників, у своїх спробах дослідити це явище, надають такі теоретичні визначення, як, наприклад, Н. А. Ломакіна вважає, що заборона – це спроба перешкодити адресатові виконати будь-яку дію [6, с. 10], та А. А. Вежицька наголошує на тому, що заборона є негативним спонуканням до дії, а от дозвіл – це негативна заборона [3, с. 263].

Н. Ю. Куравська, досліджуючи явище прохібітива у науковій роботі та спираючись на декількох дослідників, наголошує, що для прохібітива характерні такі ознаки: залежність адресата від мовця, обов'язковість виконання дії адресатом внаслідок домінувального статусу мовця, правомірність мовця вимагати здійснення конкретної дії, зацікавленість мовця у виконанні дії та її спрямованість на користь мовця [5, с. 70–72].

Є. В. Астапенко у своїй роботі зауважує, що вербальна заборона є мовним актом, який розглядають як носія певної іллокутивної сили, тобто авторського наміру висловити щось у своєму висловлюванні, можуть бути трактовані як перформативні вислови, тобто ті, які використовує той, хто говорить, або прирівнюють їх до певних дій [1, с. 18].

Дослідники розглядають наступні різновиди прохібітивних конструкцій:

1. Конструкції з прохібітивним дієсловом *to forbid*:

«*Did I forbid myself to think of him in any other light than as a pauper?*» /Charlotte Bronte/

«*And here I strictly forbid all male critics to intermeddle with a circumstance which I have recounted only for the sake of the ladies, and upon which they only are at liberty to comment.*» / Henry Fielding/

«– Gentlemen, for shame! Forbear this outrage! – Tybalt, – Mercutio, – *the prince expressly hath Forbid this bandying in Verona streets.* – Hold, Tybalt! – good Mercutio!». /William Shakespeare/

Отже, в семантичній структурі дієслова «*to forbid*» можна виділити три основні значення, які повторюються найчастіше: забороняти, не дозволяти, перешкоджати.

2. Конструкції з прохібітивним дієсловом *to prohibit*:

«*Balls will be absolutely prohibited, unless you stand up with one of your sisters.*» /Jane Austen/

Отже в наведеному прикладі, дія виконується незалежно від особи, яка мається на увазі. Виконавець при цьому очевидний або несуттєвий, і змістове навантаження лежить на самій дії.

«Our prison strong, this huge convex of Fire, Outrageous to devout, immures us round Ninefold, and gates of burning Adamant Barr'd over us prohibit all egress.» /John Milton/

«Young Marston was a fairly reckless car driver – had his license endorsed twice and he *ought to have been prohibited* from driving, in my opinion. That's all there is to him.»/Agatha Christie/

«But the same motive which prevents my writing the dialogue of the piece in Anglo-Saxon or in Norman-French, and which *prohibits* my sending forth to the public this essay printed with the types of Caxton or Wynken de Worde, prevents my attempting to confine myself within the limits of the period in which my story is laid.»/Sir Walter Scott/

Отже, дієслово «to prohibit» висловлює прототипове значення інституціалізованої заборони, що має місце тільки у суто офіційній сфері комунікації. Це його прохібітивне значення.

3. Конструкції з прохібітивним дієсловом to interdict:

Дієслово «to interdict» є синонімом дієслів «to prohibit» та «to forbid». Раніше це дієслово використовувалось в сфері права та в церковному праві для заборони католицьких дій.

«The ideas of chivalrous honour, which, amidst his wildness and levity, never utterly abandoned DeBracy, prohibited him from doing the knight any injury in his defenceless condition, and equally *interdicted* his betraying him to Front de Boeuf, who would have had no scruples to put to death, under any circumstances, the rival claimant of the thief of Ivanhoe.» /Sir Walter Scott/

4. Конструкції з прохібітивним дієсловом to inhibit:

Є. В. Астапенко зазначає на тому, що існує й інший спосіб утворення заборони в англійській мові. Вона пояснює, що для вираження заборони також використовують пермісивні дієслова to allow, to permit та інші, поєднуючись разом із експліцитним оператором. Він відіграє значну роль для вираження заборони, тому зазвичай у реченні достатньо лише використання оператора та назви дії або предмета, які знаходяться під заборонаю [1, с. 13–15].

«For all this, however, poor Tom smarted in the flesh; for though *Thwackum had been inhibited* to exercise his arm on the foregoing account, yet, as the proverb says, It is easy to find a stick.» /Henry Fielding/

Дієслова «to inhibit» та «to prohibit» є синонімами. Але, як показує практика, не існує синонімів з абсолютною ідентичними значеннями. Дієслово «to inhibit» має наступні значення «забороняти, гальмувати, перешкоджати, заважати та стримувати».

5. Конструкції, які об'єднані за допомогою експліцитного оператора заперечення:

«You jump up, and push it off, and you shout to them not to stop. «Yes. What's the matter?» they shout back. «*Don't stop,*» you roar. «Don't what?» /Jerome K. Jerome/

«Ah, *rend not my heart* for naming of my Christ! Yet will I call on him: O, spare me, Lucifer!» /Christopher Marlowe/

Під час проведення аналізу мовленнєвих ситуацій з ознаками заборони на прикладі художніх творів 16–20 століть, були розглянуті різновиди конструкцій заборони із певними дієсловами, такими як: to forbid, to prohibit, to interdict, to inhibit. Таким чином розглядається, як різновид директивного мовленнєвого акту, прохібітивні конструкції мають у своєму складі прохібітивні дієслова – to prohibit, to forbid, to interdict.

Список літератури

1. Астапенко Е. В. Высказывания о ситуациях запрета (Как феномен английского языка и как феномен американской культуры) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. – Тверь, – 2004. – 147 с.
2. Бархударова Л. С. «Язык и перевод»: вопросы общей и частной теории перевода / Л. С. Бархударов. – Изд. 4-е. – Москва : Изд-во ЛКИ, 2013. – 235 с.
3. Вежицкая А. Речевые акты / А. Вежицкая // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. – М. : Прогресс, 1985. – С. 251–275.
4. Кияк Т. Р. Перекладознавство (німецько-український напрям): підручник / Т. Р. Кияк, А. М. Науменко, О. Д. Огуй. – Київ : Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2008. – 543 с.
5. Куравська Н. Ю. Семантика прохібітива та засоби його вираження в сучасній українській мові [Електронний ресурс] / Н. Ю. Куравська // Актуальні проблеми філології та перекладознавства. – 2016. – Вип. 10 (2). – С. 70–74. – Режим доступу: //nbuv.gov.ua/UJRN/apftp_2016_10(2)_15

6. Ломакина Н. А. Репрезентация концепта «запрет» в рамках диалогического дискурса / Н. А. Ломакина // Филология и культура. Материалы III международной научной конференции (16–18 мая 2001 года) : ч. I. – Тамбов, 2001. – 10 с.
7. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика : Очерки лингвист. теории перевода. / Я. И. Рецкер. – Москва : Междунар. отношения, 1974. – 216 с.
8. Рязанова Л. М. Формы наименования адресата речи в современном французском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Л., 1983. – 21 с.
9. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1989. – Вып. XVII. Теория речевых актов.
10. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н. И. Формановская. – М. : Рус. язык, 2002. – 216 с.

УДК 811.111'25:791-2/-5

Ю. Б. Крамар

*Науковий керівник: канд. філол. наук,
доцент Т. В. Валюкевич*

ПЕРЕДАЧА АНГЛОМОВНИХ НАЗВ ХУДОЖНІХ ФІЛЬМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Анотация. В статье рассматриваются особенности перевода названий кинофильмов на примере англоязычных художественных кинолент 20–21 века. Выделяются основные стратегии перевода названий. Анализируются факторы, которые влияют на выбор стратегии при переводе.

Ключові слова: фільм, художній фільм, заголовок кінофільму, фільмоніми, стратегії перекладу, еквівалентність, адаптація, трансформація

Annotation. The article deals with the problem of translating names of motion pictures on an example of English films of 20th–21st centuries. Main strategies of translating the names are highlighted. Factors that influence the choice of the translation strategy are analyzed.

Key words: film, feature film, film title, filmonyms, translation strategies, equivalence, adaptation, transformation

Переклад назв кінофільмів є важливим етнолінгвістичним завданням і представляє собою інтерес для багатьох перекладачів, що обумовлює *актуальність* даного дослідження.

Об'єктом дослідження є назви англійських та американських кінострічок (фільмоніми) та їх відповідники українською мовою, а предметом – особливості утворення та передачі англomовних фільмонімів українською мовою.

Мета роботи – проаналізувати англomовні фільмоніми та визначити стратегії їх перекладу.

Матеріалом дослідження слугували англomовні назви художніх фільмів 20–21 століття та їх переклади українською мовою.

Фільм – це окремих твір кіномистецтва. У технологічному плані – це послідовність фотографічних зображень (кадрів), які пов'язані єдиним сюжетом. Серед кінематографістів слово «фільм» майже не вживається, замість нього стосовно до кінофільму вживається слово «картина» [2].

Художній фільм – це не тільки культурний феномен, що відображає соціокультурні пріоритети суспільства, але і спосіб формування картини світу, як окремої особистості, так і лінгвокультурного суспільства в цілому [2]. Адже нерідко саме фільми є головним джерелом і одночасно засобом створення образу «чужої» культури. Яскравий тому приклад – американські кінофільми, за допомогою яких у нас створюється картина американського способу життя, особливостей відносин, системи цінностей та ін..

Заголовок кінофільму – це словесне позначення фільму [2]. Назви кінофільмів відносяться до особливого розряду власних назв, або онімів згідно зі своєю знаковою природою, і для їх позначення існує спеціальний термін – фільмовім [5, с. 5–6].

Стратегії перекладу – це усвідомлено обраний алгоритм перекладацьких дій при перекладі конкретного тексту, де під перекладацькими діями розуміється вся сукупність можливих дій по здійсненню перекладу [1, с. 90–95].

Оскільки назва – це ключ до інтерпретації твору, і згідно з нею глядач формує власний прогноз щодо змісту кінострічки ще на початку сприйняття назви, адже назви розміщуються на афішах та слугують певною візитною картою. Тож, перекладач має бути максимально уважний при перекладі назви кінофільму.

Розглянемо труднощі, з якими стикається перекладач при адаптації назви кінофільму.

Вимоги кінопрокатних компаній є першим фактором, який ускладнює переклад назв фільмів. До другого фактору слід віднести цензуру. В якості прикладу можна привести назву, яка вже стала класикою «У джазі тільки дівчата» (англ. *SomeLikeItHot*).

Іншими, найбільш важливими факторами, що впливають на переклад назв фільмів, є лінгвокультурологічні, або – за визначенням Л. К. Латишева – лінгвоетнічні фактори, а саме:

- розбіжність норм мови оригіналу (МО) та мови перекладу (МП);
- відмінність систем МО та МП;
- розбіжність мовних норм носіїв МО та МП;
- розбіжність преінформаційних запасів носіїв МО та МП [6, с. 192].

Під визначенням преінформація розуміється попередня інформація, яка необхідна для адекватної інтерпретації тексту [8, с. 59–60]

Крім того, на переклад назви фільму можуть впливати об'єктивні обставини. Справа в тому, що найчастіше українську назву фільму необхідно представити за 7–9 місяців до релізу кінострічки для розробки рекламної кампанії. Проблема полягає в тому, що за такий великий період часу кінопрокатник не володіє даними про сюжет фільму. При перекладі він може скористатися коротким описом фільму (2–3 рядки), але трапляється, що немає взагалі ніякої допоміжної інформації і перекладати доводиться наосліп [8, с. 59–60].

На основі проаналізованих перекладів назв фільмів з англійської українською мовою можна виділити такі стратегії перекладу фільмонімів [7, с. 65–71]:

1) Жанрова адаптація: *SheCreature* (2011) – Жак із безодні; *GunShy* (2000) – Супершпигун; *CitybytheSea* (2002) – Остання справа ЛаМаркі;

2) Переклад із застосуванням евфемізмів: *SomeLikeItHot* (1956) – У джазі тільки дівчата; *DieHard* (1988) – Міцний горішок;

3) Повернення до першоджерела: фільм *Limitless* (2011) – Безмежний розум: Області темряви. Переклад пов'язаний з по-

верненням до першоджерела – назва книги Алана Глінна, по якій був знятий цей фільм – TheDarkFields (Області темряви).

4) Лексичні трансформації:

- транскрибування: Deadpool (2016) – Дедпул;
- транслітерація: Interstellar (2014) – Інтерстеллар; Bronson (2009) – Бронсон;
- калькування: ThatAwkwardMoment (2015) – Цей Незручний Момент; ADangerousMan (2010) – Небезпечна людина;
- додавання: TheNotebook (2004) – Щоденник пам'яті; Hitch (2005) – Правила Знайомства: Метод Хітча;
- опущення: Three Burials of Melquiades Estrada (2005) – Три могили.

5) Граматичні трансформації: 3 DaystoKill (2014) – Три дні на ббивство; TheKillingRoom (2009) – Кімната смерті.

6) Заміна назви: TheCinderellaMan (2005) – Нокдаун; Push (2009) – П'ятий вимір; HighPlainsInvader (2009) – Чужі на дикому заході.

Проведений аналіз перекладу назв фільмів показує, що на вибір певної стратегії перекладу впливає ряд чинників. Як вже було зазначено, однією з важливих причин зміни назв фільмів, обумовлених лінгвоетнічним бар'єром, є необхідність прагматичної адаптації. При цьому використовуються такі прийоми, як гіпо-гіперонімічний переклад (встановлення відношень еквівалентності між словом МО, що передає видове поняття, і словом МП, що називає відповідне родове поняття, або навпаки), уподібнення, описовий переклад, контекстуальні заміни та ін. [3, с. 68]. Застосування деяких прийомів перекладу, наприклад, описового перекладу і додавань, носить обмежений характер у зв'язку з тим, що кіно заголовки повинні бути короткими [4, с. 103].

Отже, сфера перекладу фільм онімів є насиченою та цікавою для вивчення, адже кінозаголовки мають перекладатися, а точніше передаватися так, аби глядачі змогли відчувати усі тонкощі мови першотвору. Адже одним із важливих, якщо не найважливішим завданням перекладача є наближення перекладу до глядачів, для яких назва повинна звучати привабливо, яскраво та інтригуючи, зберігаючи водночас особливості оригіналу.

Список літератури

1. Алексеева И. С. Основы теории перевода. / И. С. Алексеева – СПб., 1998. – 356 с.
2. Словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua> (дата звернення: 12.05.2018). – Загол. з екрану.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров – М. : ЭТС. – 1990. – С. 187–208.
4. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) : підручник. / І. В. Корунець – Вінниця : Нова Кн. – 2003. – 448 с.
5. Кныш Е. В. Лингвистический анализ наименований кинофильмов : дис... канд. филол. наук / Е. В. Кныш. – Одесса, 1992. – С. 5–6.
6. Латышев Л. К. Технология перевода : учеб. пособие для студентов вузов / Л. К. Латышев. – М. : Академия, – 2007. – 317 с.
7. Милевич И. Г. Стратегии перевода названий фильмов / И. Г. Милевич // Русский язык за рубежом. – 2007. – № 5. – С. 65–71.
8. Сергеенков С. А. Кинематограф – взгляд за кулисы / С. А. Сергеенков // Мосты. – 2015. – № 2 (46) – С. 59–60.

УДК 811.111'373.7+811.161.2'373.7

М. В. Острівна

*Науковий керівник: канд. філол. наук,
професор І. В. Зміїова*

**КОМПАРАТИВНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ
В АНГЛІЙСЬКІЙ І УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ**

Анотация. В статье исследуются компаративные фразеологические единицы английского языка, причины их появления и функции. Автор рассматривает основные способы перевода фразеологизмов на украинский язык – нефразеологический и фразеологический, среди которых главную роль играют полный и частичный эквивалент.

Ключевые слова: компаративный фразеологизм, полный эквивалент, фразеологическая единица, частичный эквивалент.

Annotation. The article deals with English comparative phraseological units, the reasons for their appearance and function. The author considers the main ways of translating phraseological units into Ukrainian – non-phraseological and phraseological, among which dominate full and partial equivalents.

Key words: comparative phraseology, full equivalent, partial equivalent, phraseological unit.

Об'єктом дослідження є компаративні фразеологічні одиниці, а *предметом* – засоби перекладу компаративних фразеологічних одиниць українською мовою.

Мета роботи – з'ясувати поняття ‘фразеологічна одиниця’, розглянути типи, класифікації, приклади та проаналізувати способи перекладу англomовних компаративних фразеологічних одиниць українською мовою.

За визначенням «Сучасної термінологічної енциклопедії», фразеологізмами слід вважати «стійкі, зв'язані єдністю змісту, постійно відтворювані в мовленні словосполучення або висловлення, які ґрунтуються на стереотипах етносвідомості, представляють культуру народу й відзначаються образністю й експресивністю» [7, с. 313].

Компаративними фразеологічними одиницями (КФО) називаються стійкі та відтворювані словосполучення, фразеологічна специфіка яких засновується на традиційному порівнянні. Структурно-семантична своєрідність фразеологічних одиниць цієї групи полягає в тому, що характеристика якості або дії відбувається через порівняльну групу або порівняльне підрядне речення, що вводиться сполучниками *as*, *like*, *as if* (як, мов, немов) [1, с. 146].

Наприклад:

<i>as white as snow</i>	<i>білий як сніг</i>
<i>mind like a steel trap</i>	<i>тямуций</i>
<i>packed (in) like sardines</i>	<i>набиті як оселедці в бочці</i>
<i>read one like a book</i>	<i>бачити кого-небудь наскрізь</i>
<i>Emily, who read her husband like an open book, pretended that she didn't suspect anything.</i>	
<i>Емілі, яка бачила свого чоловіка наскрізь, зробила вигляд, що вона нічого не підозрювала.</i>	

Словосполучення цього типу також називають фразеологічними одиницями порівняння [1, с. 145].

За М. Д. Степановою та І.І. Чернишовою порівняльна група або порівняльне підрядне речення характеризує якість або дію чи стан через конкретний образ, який унаочнює та показує, як

саме відбувається та чи інша дія, як представлена та чи інша якість. Семантична трансформація полягає в тому, що група порівняння разом з компонентом отримує нове значення. Другою відмінністю фразеологічних одиниць порівняння є твердо фіксована сполучуваність стійкого порівняння тільки з визначеними прикметниками або дієсловами. Це дало підстави деяким вченим вважати компаративні фразеологізми двочленними структурами [8, с. 256]. Зокрема, М. Д. Степанова та І. І. Чернишова відносять компаративні фразеологічні одиниці до групи фразеологічних єдностей [8, с. 268].

Загальна риса, яка властива компаративним фразеологізмам та характерна для експресивної фразеології – самотність та неповторюваність значної кількості КФО у кожній мові. Адже досліджувані одиниці являють собою виразний відбиток людського світосприйняття на різних етапах суспільного розвитку націй і народностей [9, с. 3].

Компаративні фразеологізми виникають у мові тому, що є потреба у передачі додаткової інформації порівняно з інформацією, яка передається першими окремими компонентами порівнянь. Порівняння предметів/явищ об'єктивного світу за якими-небудь параметрами передбачає ототожнення/прирівнювання за цими параметрами досить різних за своєю природою понять, у результаті чого отримуємо «суміщене бачення двох картин» [4, с. 19].

Під образністю розуміється здатність ФО як мовних знаків викликати в реципієнта певне візуальне уявлення, ґрунтуючись на чуттєвому сприйнятті. Саме образність містить національно-культурний компонент плану змісту стійких зворотів. Фразеологічний образ сприяє формуванню експресивності, емоційності, оцінності та виразності фразеологізмів. Він є основною частиною конотативного макрокомпонента фразеологічного значення, що визначає та домінує. Образи порівнянь не лише відображають світобачення, але й пов'язані зі світорозумінням, адже вони – результат людського співвиміру властивостей, характерних для неї, з властивостями, що їй не притаманні, й носії яких сприймаються як еталони певних людських якостей. Отже, компаративні фразеологізми – особливий тип стійких зворотів, які закріпилися в мові як стійкі порівняння [6, с. 28].

Відтворювання англійською мовою фразеологічних одиниць – дуже важке завдання. «В силу свого семантичного багатства, образності, лаконічності та яскравості фразеологія грає в мові дуже важливу роль» [4, с. 33].

При перекладі фразеологізму треба передати його значення і відтворити його образність, знайшовши аналогічний вираз в англійській мові і не загубивши при цьому стилістичну функцію фразеологізму [3]. При перекладі фразеологічної одиниці важливо, перш за все, передати образ фразеологізму, а не його мовну структуру» [6, с. 28].

Для досягнення максимальної адекватності при перекладі фразеологізмів з англійської на українську перекладач повинен вміти скористатися різними видами перекладу: фразеологічним або нефразеологічним.

Нефразеологічний переклад передає фразеологічну одиницю за допомогою лексичних, а не фразеологічних засобів. До нього зазвичай вдаються при відсутності фразеологічних еквівалентів або варіантів. Такий переклад не є абсолютно повноцінним: завжди є деякі втрати (образність, експресивність, конотації, відтінки значень) [2, с. 202].

Фразеологічний переклад передбачає використання в тексті перекладу стійких одиниць різного ступеня близькості між одиницею іноземної мови і відповідної одиницею перекладного мови – від повного і абсолютного еквівалента до приблизно фразеологічної відповідності [2, с. 207].

Фразеологізми можуть бути перекладені повними еквівалентами, частковими еквівалентами, або взагалі не мати еквіваленту в цільовій мові.

Еквівалент, тобто наявний в українській мові адекватний фразеологічний зворот, що збігається з англійським зворотом за змістом, і за образної основи [2, с. 193], наприклад:

<i>out like a light</i>	<i>швидко заснути</i>
<i>(as) good as gold</i>	<i>на вагу золота</i>
<i>swear like a trooper</i>	<i>ляються на чому світ стоїть</i>

Tom got so much fresh air and exercise that he went out like a light as soon as he lay down.

Том довго дихав свіжим повітрям та робив стільки вправ, що швидко заснув.

Повними еквівалентами можуть перекладатись фразеологічні одиниці, які походять від одного джерела або які збігаються в силу спільності людського досвіду і спостережень [5, с. 133].

Наприклад:

<i>swim like a fish</i>	<i>плавати як риба</i>
<i>as cold as ice</i>	<i>холодний як лід</i>

And now, no kidding, he can swim like a fish.

Ні, без жартів, звичайно, він не зможе плавати як риба.

Частковий еквівалент не означає якоїсь неповноти в передачі значення, а лише містить лексичні, граматичні або лексико-граматичні розбіжності [2, с. 193]. В якості прикладу, можна розглянути наступні фразеологізми:

<i>(as) mute as a mouse</i>	<i>німий як риба</i>
<i>like water off a duck's back</i>	<i>як з гуся вода</i>

You see, the thing is if anyone wanted to investigate my past collars, Jim... well, it'd be like water off a duck's back.

Бачиш, якби хтось захотів щось розкопати в моєму минулому, Джим ... він нічого б не знайшов.

У разі відсутності фразеологічного еквівалента, при перекладі підбирають в українській мові фразеологізм з таким же переносним значенням, заснований на іншому образі. Наприклад,

(as) like two peas in the same pot як дві краплі води

Well, isn't this nice – my older brother and my ward getting along like two peas in the same pot.

Ну, хіба це не мило – мій старший брат і мій підопічний як дві споріднені душі.

Вибір виду перекладу залежить від особливостей фразеологічних одиниць, які перекладач повинен розпізнати й зуміти передати їх значення, яскравість і виразність.

Список літератури

1. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии / Н. Н. Амосова. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1963. – 208 с.
2. Влахов С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин ; под ред. Вл. Россельса. – М. : Междунар. отношения, 1980. – 342 с.

3. Джеффрі Чосер [Електронний ресурс] // Вікіпедія : Онлайн-енцикл. – Режим доступу https://uk.wikipedia.org/wiki/Джеффрі_Чосер.
4. Жуков В. П. Семантика фразеологических оборотов / В. П. Жуков. – М. : Просвещение, 1990. – 158 с.
5. Комиссаров В. Н. Теория перевода : лингвистические аспекты : [учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз.] / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
6. Прокофьев С. М. Механизмы создания фразеологической образности / С. М. Прокофьев. – М. : Просвещение, 1996. – 210 с.
7. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
8. Степанова М. Д. Лексикология современного немецкого языка : учеб. пособие для студентов / М. Д. Степанова, И. И. Чернышева. – М. : Высш. шк., 2004. – 256 с.
9. Ужченко Д. В. Семантика українських зоофразеологізмів в етнокультурному висвітленні : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Д. В. Ужченко. – Харків, 2000. – 18 с.

УДК 82:811.111'25

Ю. Є. Покуса

*Науковий керівник: канд. філол. наук,
професор І. В. Змійова*

ПЕРЕДАЧА ІДІОСТИЛЮ О. ГАКСЛІ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ

Аннотация. В исследовании рассматривается понятие идиостиля писателя, опираясь на различные точки зрения лингвистов и приведена краткая характеристика идиостиля О. Хаксли. Главное внимание в работе уделяется вопросу адекватной передачи особенностей идиостиля Олдоса Хаксли на материале романа «Brave new world» и его украинского перевода «Прекрасний новий світ», выполненного Сергеем Маренко.

Ключевые слова: адекватная передача, идиостиль О. Хаксли, идиостиль писателя, украинский перевод.

Annotation. The research considers the definition of the author's idiostyle based on different points of view of the linguists and gives a brief description of Aldous Huxley's idiostyle. The main attention is given to adequate transfer of the peculiarities of Aldous Huxley's idiostyle on the material of his novel

«Brave new world» and its Ukrainian translation «Прекрасний новий світ» by Sergiy Marenko.

Key words: adequate transfer, A. Huxley's idiostyle, idiostyle of a writer, Ukrainian translation.

Актуальність цієї роботи зумовлена увагою сучасної стилістики і лінгвістики до специфіки ідіостилю окремих авторів, а також потребою системного опису ідіостиля О. Гакслі, який не тільки в повній мірі використовував ресурси рідної мови, а й збагатив її концептосферу і тезаурус. Актуальним залишається також вивчення вербальної образності, що знаходиться в центрі уваги стилістики. Це обумовлено тим, що під час аналізу художніх творів визначається своєрідність мовних засобів, в яких знаходить своє вираження індивідуальний світогляд автора.

Об'єктом дослідження виступає ідіостиль О. Гакслі, а *предметом* є лексико-граматичні та стилістичні особливості творчості О. Гакслі та засоби передачі цих особливостей у мовах перекладу.

Метою роботи є визначення лексико-граматичних та стилістичних особливостей творчості О. Гакслі та засобів відтворення цих особливостей у мові перекладу.

Завдання роботи: розглянути поняття ідіостилю письменника спираючись на різні точки зору фахівців; дати стислу характеристику ідіостиля О. Гакслі; розглянути способи адекватної передачі лексико-граматичних та стилістичних особливостей ідіостилю О. Гакслі; проаналізувати способи передачі особливостей ідіостилю письменника у мовах перекладу.

Стиль автора – це та сукупність особливостей творчості, яка відрізняє його твори від творів інших письменників. Сукупність зображально-виражальних засобів митця є ефективною, коли закономірно поєднується в художню мотивовану систему. Носіями стилю є елементи форми художнього твору – від композиції до мовних виразових форм. Досліджуючи стиль певного письменника, виділяють стильову домінанту. Стиль – це сукупність художніх особливостей літературного твору. В ширшому розумінні стилем також називають систему художніх засобів і прийомів у творчості окремого письменника, групи письменників (течії або напрям), цілої літературної доби [1, с. 344].

Сучасні вчені, досліджуючи художній ідіостиль, зазначають,

що його опис залежить від художньо-образного аналізу твору і від того, з якими позамовними явищами дійсності співвідносяться ці одиниці. Залежно від індивідуальної естетики слова позамовний світ набуває різних мовно-виразових форм в ідіостилю, підпорядковується естетичним законам творення і сприймання художнього тексту, через що утворюються образні словесні ряди (епітети, метафори, порівняння). Різні компоненти художнього тексту можуть сприяти функціональній активізації слів із звуковою або колірною семантикою. Звідси художній текст виявляється як система художньо-зображальних засобів – тропів, як певна стилістична структура [4, с. 167].

Аналізуючи індивідуальний стиль письменника, слід звернутися до конкретного літературного матеріалу з оглядом на те, що жоден автор не є представником якогось напряму протягом всієї творчості. Отже, матеріалом у дослідженні питання індивідуального стилю повинен бути конкретний художній твір як його носій та виразник. Більш повне уявлення про індивідуальний стиль можна отримати на основі аналізу декількох текстів письменника, встановлюючи між ними інтертекстуальні зв'язки [1, с. 354].

Олдос Гакслі – один з визнаних майстрів «інтелектуального роману», який отримав поширення в ХХ столітті. Сам Гакслі називав свої твори «романами ідей»: зіткнення абсолютно парадоксальних систем мислення породжує в них несподіваний сатиричний ефект – романи 20-х років («Блазнівський хоровод», «Жовтий Кром», «Контрапункт»), з одного боку, близькі до творів письменників «втраченого покоління», з іншого, є сатиричними творами з детальним описанням характерів, що символізують ідейну кризу західної цивілізації [2, с. 23]. Він розвиває жанр «роману-дискусії», який згодом стане одним з головних видів англійського інтелектуального роману [2, с. 25]. Інтелектуальний роман – це роман, зосереджений на аналізі певної інтелектуальної проблеми та на внутрішньому світі персонажа.

Книги Олдоса Гакслі користуються величезним попитом мовою оригіналу, але українською мовою, нажаль, перекладено лише два його твори: романи «Жовтий кром» (переклад В'ячеслава Вишневого у 2011 р.) та «Прекрасний новий світ» що існує у двох перекладах: С. Маренка (1994 р.) та В. Морозова (2016 р.). У даній статті наведені приклади адекватної передачі особли-

востей ідіостиллю Олдоса Гакслі на матеріалі перекладу, виконаного С. Маренко.

Антиутопія “Brave New World” (1932) – найвища точка в розвитку сатиричного генія О. Гакслі і одночасно початок втрати віри в людство. Традиційна рецепція «роману-попередження», трактувалася як пародія на «технократичні» фантазії Г. Уеллса, – це критика тотальної «машинізації», де Гакслі майстерно препарує капіталізм, доведений їм до абсурду. Роман зображує кастове, стандартизоване, дегуманізоване «суспільство переспоживання» [http://uk.wikipedia.org/wiki/Прекрасний_новий_світ].

Роман користується такою шаленою популярністю через використані у ньому іронію та сатиру, які надають драматичності та гостроти проблемам суспільства, та доводять до абсурду його правила і цінності.

Ідеї Гакслі розвиваються за законами гротескної розповіді й втілюються за допомогою мовного вираження. Мовні засоби, що використовуються автором, створюють ефект ненормативності і абсурдизму, коли слова і словосполучення містять в собі прямо протилежні за змістом значення [3, с. 30].

У романі використана велика кількість епітетів, автор дуже полюбляє передавати свої думки іменниками, пов’язаними з відчуттями або сприйняттям (наприклад, ‘silence’), сполучуваними з прикметниками: *an uneasy silence, a most welcome silence, an outraged silence, a scarcely breathing silence*. Епітети можуть бути перекладені на українську мову як прикметники, словосполучення, іменники, дієслова та опущення при перекладі. С. Маренко відтворює епітети, підбираючи найбільш благозвучні українські відповідники, зберігаючи емоційний поклик оригіналу:

<i>an uneasy silence</i>	бентежна тиша
<i>a most welcome silence</i>	омріяна тиша
<i>an outraged silence</i>	загрозлива тиша
<i>a scarcely breathing silence</i>	ледве порушувана диханням тиша

У Гакслі вжито також дуже багато порівнянь, які у перекладі С. Маренка, зазвичай, передані надзвичайно точно. Перекладач намагається перекласти речення на українську, використовуючи точні еквіваленти або синонімічні сполуки, як, наприклад, у такому реченні:

Embryos are like photograph film

Ембріони – як фотоплівка

Ще однією із особливостей творчості Гакслі є використання безособових або неозначено-особових речень, або ж речень у пасивному стані:

Told them of the growing embryo on its bed of peritoneum.

Made them taste the rich blood surrogate on which it fed.

Такі речення С. Маренко перекладає із використанням активного стану, бо пасивні конструкції є незвичними та громіздкими для української мови:

Він розповідав про ріст ембріона у матриці з очередини.

Заохотив скуштувати насичений сурогат крові, яким живиться ембріон.

Найулюбленишим прийомом у Гакслі є алюзія. За допомогою алюзій автор створює іронічну реальність неможливого, а також пародіює елементи реальності в світі неможливого. Алюзії на реально існуючі предмети, особистості, теорії, географічні та інші назви, вулиці і будівлі Лондона допомагають письменникові відтворити правдивість і закінченість художньої оповіді:

Our Ford's first T-Model was put on the market.

Господь наш Форд випустив на автомобільний ринок першу модель «Т».

Аналізуючи переклад С. Маренка, звертаємо увагу на те, що для передачі антропоніма *Freud* перекладач застосував прийом транслітерації і передав його як *Фрейд*, що є традиційно закріпленим у фонових знаннях українського читача. Тобто, у цьому випадку перекладач застосовує стратегію одомашнення (доместикації). Але, на наш погляд, з огляду на те, що прізвище *Freud* транскрибується з німецької мови українською як *Фройд*, доречніше було б застосувати транскрибування, що перегукувалось би із прізвищем Форд.

Та ж стратегія застосовується Маренком при перекладі посад осіб, які контролюють процес вирощування ембріонів:

“Controller! What an unexpected pleasure! Boys, what are you thinking of? This is the Controller; this is his fordship, Mustapha Mond”.

«Головний Контролер! Що за приємна несподіванка! Хлопці, уявіть собі! Це ж Головконтр – його фордність Мустафа Монд»!

Таким чином, при перекладі роману-антиутопії “Brave New World” («Прекрасний новий світ») Олдоса Гакслі перекладач Сергій Маренко вдало зумів відтворити антиутопічну картину світу майбутнього на художньому і, зокрема, мовному рівнях, обираючи переважно стратегію одомашнення (доместикації) і точного (еквівалентного) відтворення.

Список літератури

1. Галич О. Теорія літератури : підручн. для студентів філол. спеціальностей ВНЗ / О. Галич, В. Назарець, Є. Васильєв. – Київ : Либідь, 2001. – 488 с.
 2. Дьяконова Н. Олдос Хаксли и жанр интеллектуального романа / Н. Дьяконова // Типология жанров и литературный процесс. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 1994. – 312 с.
 3. Рабинович В. Эволюция творчества О. Хаксли / В. Рабинович. – Екатеринбург : Урал. гос. ун-т. им. А. М. Горького, 1998. – 278 с.
 4. Ткаченко А. Індивідуальний стиль: феноменологія, типологія, динаміка, стиль : дис. канд. філол. наук. : 10.01.06 / А. Ткаченко // Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ : Либідь, 1998. – 221 с.
 5. Онлайн-енциклопедія Вікіпедія [Електронний ресурс] – Режим доступу:
http://uk.wikipedia.org/wiki/Прекрасний_новий_світ (дата зверн. : 20.10.2018)
- Список ілюстративного матеріалу
1. Huxley A. Brave New World / A. Huxley [Electronic resource] – 1932. – Mode of access: <http://www.idph.com.br/conteudos/ebooks/BraveNewWorld.pdf>
 2. Хакслі О. Прекрасний новий світ / О. Хакслі ; пер. С. Маренко. – Київ: Всесвіт, 1994. – 288 с.

УДК 811.111'25'276.5

М. С. Тугай

*Науковий керівник: канд. філол. наук,
доцент А. О. Івахненко*

ПЕРЕДАЧА АРХАЇЗМІВ У ТРАГЕДІЇ «РОМЕО І ДЖУЛЬЄТТА» В ПЕРЕКЛАДІ ВАСИЛЯ МИСИКА

Анотация. В статье рассматривается явление устаревшей лексики. Анализируются способы передачи английских архаизмов в художественных текстах на украинский язык на материале трагедии У. Шекспира «Ромео и Джульетта».

Ключевые слова: Шекспир, художественный перевод, передача архаизмов, архаизм, историзм.

Annotation. The article deals with the phenomenon of archaic vocabulary. The methods of rendering archaisms into Ukrainian in belles-lettres translation (based on the tragedy of William Shakespeare's «Romeo and Juliet») have been analyzed.

Key words: Shakespeare, literary translation, transfer of archaisms, archaism, historicism.

Об'єктом даної статті виступає явище застарілою лексики, *предметом* – її передача українською мовою в художньому перекладі на *матеріалі* трагедії В.Шекспіра «Ромео і Джульєтта». *Актуальність* статті полягає в не зникаючому інтересі до перекладу творів великого англійця, *новизна*, на наш погляд, міститься у розгляді проблем передачі архаїчної лексики при перекладі твору, віддаленого в часі від сучасного читача. *Перспективою* дослідження може стати аналіз передачі архаїзмів у творах В. Шекспіра при перекладі українською мовою.

Мова – це динамічна система, її лексичний склад постійно змінюється, підлаштовується під поточні вимоги суспільства. З розвитком людства, з постійно зростаючим прогресом збагачується і словниковий склад мови. І разом з цим, з ужитку виходять слова, які колись були досить популярними, використовувалися постійно. Вони називаються застарілими і діляться на архаїзми та історизми.

Архаїзми являють собою один з найбільш важливих показників багатства будь-якої мови. Їх велика кількість дозволяє відобразити розвиток мови протягом певного часу, а також показати зв'язок зі спорідненими йому мовами.

Крім слів архаїчними або застарілими можуть бути цілі фрази, написання слів і букви. Завдяки словникам, ми легко можемо знайти застарілі слова і всі їх значення, а також простежити, як вони змінювалися в різні періоди історії.

Класифікація архаїзмів представляє найбільшу складність при їх вивченні. Мова йде не тільки про розподіл архаїзмів на певні групи, в які вони об'єднуються за наявності загальних ознак, але і про класифікацію слів, які вже вийшли з ужитку: чи є вони архаїзмами, чи варто приєднувати історизм до останніх або ж потрібно їх виділяти як окрему групу, є чи є різниця між архаїзмами і застарілими словами і т.д. На цей рахунок у лінгвістів думки розходяться.

Наприклад, такі вчені як Винокур Г. О. [2, с. 422], Комісаров В. Н. [4, с. 224] відносять до архаїзмів історизми – слова, які можна легко знайти в підручниках з історії, пригодницьких романах і іншій літературі різних років. Вони описують предмети, яких вже давно не існує або ж які є пережитком минулого і зустрічаються вкрай рідко, наприклад, в музеях, на виставках або на тематичних заходах. Інші лінгвісти, наприклад, Виноградов В. С. [1, с. 72]. і Мороховський О. М. [5, с. 101], не рекомендують плутати архаїзми з історизмами. Вони вважають, що якщо застаріло не тільки слово, але і саме явище, що позначається цим словом, то це історизм.

Відомий лінгвіст Гальперін І. Р. класифікує архаїзми таким чином [3, с. 62]:

1. Лексичні архаїзми – слова і вирази, у яких є сучасні синоніми:
 - «старовинні» або «забуті» слова і вирази, які повністю застаріли і можуть бути незрозумілі для носіїв мови;
 - «застарілі» слова і вирази, які знаходяться в процесі старіння, але все ще не втратили своє значення в системі лексики сучасної літературної мови.
2. Морфологічні архаїзми – застарілі форми слова:
 - застарілі форми дієслів однини другої особи, що закінчуються на “st” (canst, camest, didst і ін.);

- дієслова однини третьої особи, що закінчуються на “th” (doth, hath і ін.);
- скорочені форми (’tis, ’twas, ’twill і ін.);
- застарілі форми особистих і присвійних займенників другої особи (thee, thy, thine) і ін.

Для дослідження архаїзмів ми розглянемо трагедію В. Шекспіра «Ромео і Джульєтта» [7].

Вільям Шекспір (1564–1616) – один із найвідоміших драматургів світу, автор багатьох відомих комедій, хронік, трагедій та сонетів. Його твори перекладені багатьма мовами світу та дуже часто знаходять своє відображення на театральній сцені.

У творах драматурга архаїзми зустрічаються на кожному кроці, часто він використовує їх для емоційного забарвлення своєї думки, висміювання слів і вчинків головних героїв або хроніки подій.

Загалом, на сьогоднішній день трагедія «Ромео та Джульєтта» налічує сім українських перекладів, створених у різні роки XIX–XXI ст. такими відомими перекладачами та письменниками, як Панько Куліш (1901), Абрам Гозенпуд (1937), Ірина Стешенко (1952), Ігор Костецький (1957), Василь Мисик (1988), Юрій Андрухович (2016) та Гнат Хоткевич (рукопис).

Для аналізу передачі архаїзмів українською мовою ми будемо використовувати переклад Василя Мисика. Український поет Василь Мисик переклав трагедію «Ромео та Джульєтта» ще у 1932 році, але у зв’язку з арештом не зміг видати цей переклад своєчасно. Тому вперше його було надруковано вже після смерті письменника у журналі «Прапор» у 1988 році [6].

1. «From forth the fatal **loins** of these two foes a pair of star-cross’d lovers take their life ...» («З **лон** тих домів – рокована, нещасна – коханців пара у життя іде...»).

Loins – лексичний архаїзм; переданий архаїзмом з аналогічним значенням – «лоно».

2. «That shows **thee** a weak slave; for the weakest goes to the wall. » («По цьому ж то й знати, що **ти** безсилий раб. Бо тільки безсилий тулиться до стіни»).

Thee – морфологічний архаїзм, застаріла форма слова you; в перекладі архаїзму не спостерігаємо: thee передано як «ти».

3. «What, art thou drawn among these heartless **hinds**?» («Як! Зняти меч між **хлопів** легкодухих?»).

Hind – лексичний архаїзм; переданий словом з більш широким значенням – «хлопець».

4. «You **shalt** not stir one foot to seek a foe.» («Й на крок до ворога тебе не підпушу»).

Shalt – морфологічний архаїзм, застаріла форма слова shall; в перекладі архаїзм відсутній.

5. «Gregory, remember **thy** swashing blow.» («Грегоріо, пригадай **свій** разючий удар.»).

Thy – морфологічний архаїзм, застаріла форма слова you; в перекладі архаїзм відсутній: «свій».

6. «Throw your **mistemper'd** weapons to the ground, and hear the sentence of your moved prince.» («На землю киньте **ненаситну** зброю й почуйте гнівний вирок свого князя!»)

Mistemper'd (приводити в безлад) – лексичний архаїзм, старовинне/забуте слово; в перекладі переданий прикметником «ненаситний».

7. «If ever you disturb our streets again, your lives shall pay the **forfeit** of the pease.» («Коли стривожите ви знову місто, життям тоді **заплатите** за мир»).

Forfeit – лексичний архаїзм, застаріле слово; переданий дієсловом «заплатити».

8. «Whose misadventur'd piteous overthrows **doth** with their death bury their parents' strife.» («І їх загибель – люта, передчасна – край ворожнечі батьківській кладе»).

Doth – морфологічний архаїзм, застаріла форма слова do; в перекладі архаїзм відсутній.

9. «I strike quickly, being **mov'd**.» («Я швидко рубаю, як хто мене зрушить»).

Mov'd – морфологічний архаїзм, скорочена форма від move; в перекладі переданий дієсловом «зрушити».

10. «A troubled mind **drave** me to walk abroad...» («Тривожний дух **погнав** мене із хати»).

Drave – морфологічний архаїзм, застаріла форма слова drove від drive; в перекладі переданий дієсловом «погнати».

В ході аналізу трагедії «Ромео і Джульєтта», який був проведений із застосуванням методу суцільної вибірки, з'ясувалося, що в трагедії переважають морфологічні архаїзми, кількість яких становить 65%, лексичних же – 35%. Морфологічні архаїзми,

а саме застарілі форми дієслів, при перекладі зазвичай не передаються архаїзмами, а замінюються новими формами дієслів сучасної літературної мови. Серед лексичних архаїзмів більшість (приблизно 80%) відноситься до підгрупи застарілих слів і виразів, які ще не втратили своїх лексичних значень, тому при перекладі найчастіше передаються архаїзмами з аналогічними значеннями, а ось «забутих» слів, які повністю застаріли і можуть бути незрозумілі для носіїв мови в тексті всього 20%.

Список літератури

1. Виноградов В. С. Введение в переводоведение / В. С. Виноградов. – М: ИОСО РАО, 2001. – 117 с.
2. Винокур Г. О. О языке художественной литературы / Г. О. Винокур. – М., Высшая школа, 1991. – 448 с.
3. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка / И. Р. Гальперин. – М.: Изд-во Л-ры на иностранных языках, 1958. – 458 с.
4. Комиссаров В. Н. Теория перевода / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 254 с.
5. Мороховский А. Н. Стилистика английского языка / А. Н. Мороховский, О. П. Воробьева, Н. И. Лихошерст. – Киев: Вища школа, 1984. – 236 с.
6. Шекспір В. Ромео і Джульєтта / В. Шекспір; пер. з англ. В. Мисика // Прапор. – 1986. – № 9. – С. 3–41; № 10. – С. 8–55.
7. Shakespeare W. The Tragedy of Romeo and Juliet. New York: The Macmillan Company, 1911. – 166 p.

УДК 811.111'25'276.5

А. Ю. Тищенко

*Науковий керівник: д-р філол. наук,
професор О. В. Тарасова*

ПРОБЛЕМАТИКА АНГЛОМОВНОГО СЛЕНГУ В АСПЕКТІ ТЕОРІЇ ПЕРЕКЛАДУ

Аннотация. В статье рассматривается специфика такого лингвистического явления, как англоязычный сленг. Отмечается отсутствие терминологической точности в определении данного явления, что объясняет ряд проблем, связанных с переводом сленга.

Ключевые слова: сленг, перевод, трудности, терминология, язык.

Annotation. The article deals with the specific features of such linguistic phenomenon as slang, English slang, in particular. It is stated that there is a lot of discrepancy in the terminology of this phenomenon, which accounts for a number of translation issues connected with slang.

Key words: slang, translation, difficulties, terminology, language.

Англомовний сленг є джерелом поповнення лексико-фразеологічного складу літературної мови, в специфічній формі відображаючи етно-культурні особливості та менталітет носіїв англійської мови. Сленг є варіантом англійської мови, з власним набором правил, який відрізняється своєю фонетикою, лексикою та граматиною. Проблема англомовного сленгу, зокрема адекватності його перекладу українською, є однією з пріоритетних у перекладознавстві, що протягом багатьох років викликає інтерес лінгвістів.

Перш ніж перейти до розгляду нестандартного прощарка мови, саме до якого і належить сленг, є доцільним уточнити, що ж є нормою, стандартом мови. У «Словнику лінгвістичних термінів» під редакцією О. С. Ахманової зазначено, що мовний стандарт – це зразкова, нормалізована мова, норми якої сприймаються як «правильні» та загальнообов’язкові і яка протиставляється діалектам і просторіччям.

Діалект – це територіальний, тимчасовий або соціальний різновид мови, вживаний більш-менш обмеженою кількістю людей та який відрізняється за своїм строем (фонетикою, граматиною, лексемним складом і семантикою) від мовного стандарту, зразкової мови, норми якого сприймаються як «правильні» і загальнообов’язкові [1, с. 532].

Діалект реалізується в тому чи іншому мовному колективі [6, с. 7]. Розрізняють територіальний і соціальний різновиди діалектів. Найчастіше поняття діалект уживають у значенні територіального діалекту, а для означення соціального діалекту уживають терміни соціолект або жаргон, аргі, сленг, просторіччя як різновиди соціодіалектів.

Соціальні діалекти – це варіанти (різновиди) мови, якими користується та чи інша соціальна спільнота або група людей. Соціальні діалекти містять у собі низку генетично, функціонально і структурно різноманітних явищ. Розрізняють:

- *професійні діалекти*, тобто різновид соціального діалекту,

що об'єднує людей однієї професії або одного роду занять [8, с. 131];

- *жаргони (арго)*, тобто діалекти, які складаються з більш-менш довільно обраних, видозмінених та поєднуваних елементів однієї або декількох мов, а також які використовуються (зазвичай в усному спілкуванні) окремою соціальною групою з метою мовного відокремлення, відділення певної мовної спільноти [8, с. 148].

Особливе положення серед соціальних діалектів в англійській мові займає сленг. Так, у «Словнику лінгвістичних термінів» під редакцією М. Пеї зазначено: “Slang – a variety of speech characterised by newly coined and rapidly changing vocabulary, used by the young or by social and professional groups for ‘in-group’ communication and thus tending to prevent understanding by the rest of the speech community” [10, с. 210].

До цього поняття також нерідко відносять найрізноманітніші явища лексичного і стилістичного плану.

У статті «Про термін «сленг» І. Р. Гальперін стверджує, що в англійській лексикографії початку 19 ст. з'являється новий термін, яким укладачі словників почали широко користуватися задля позначення слів, які не отримали визнання в якості цілком літературних одиниць словникового складу англійської мови. Цей термін – «сленг» [3, с. 107].

Поняття сленгу все більше починає завойовувати увагу сучасної філології. Існує досить велика кількість визначень сленгу, які нерідко суперечать одне одному. Протиріччя ці стосуються насамперед обсягу поняття «сленг»: зокрема, того, чи включати в сленг лише виразні, іронічні слова, які є синонімами літературних еквівалентів, або також нестандартну лексику, використання якої засуджується в колі освічених людей.

Зараз в лінгвістиці існує цілий ряд як наукових, так і ненаукових визначень сленгу. Так, В. О. Хомяков дає таке пояснення терміну «сленг»: «Сленг – це відносно сталий для певного періоду, широко використовуваний, стилістично-маркований (знижений) лексичний пласт (іменники, прикметники та дієслова, що позначають побутові явища, предмети, процеси та ознаки), компонент експресивного просторіччя, що входить в літературну мову, досить неоднорідний за своїми джерелами, ступенем наближення до

літературного стандарту, володіючий пейоративною експресією» [9, с. 77].

В праці «Введення в техніку перекладу (когнітивний теоретико-прагматичний аспект)» Л. Л. Нелюбін дає більш розгорнуте визначення поняттю сленг: це розмовні слова і вирази професійного мовлення (або соціальної групи), які набувають в мові особливого експресійно-емоційного забарвлення і живляються лише в певних ситуаціях і сферах спілкування [7, с. 152].

До вже приведених трактуванням сленгу можна також додати різноманітні дефініції цього поняття англійських філологів. Однією з найбільш важливих робіт, присвячених проблемі сленгу, є книга відомого сучасного дослідника сленгу Е. Партріджа “Slang Today and Yesterday”. У даній роботі Е. Партрідж визначає сленг як існуючі в розмовній сфері досить неміцні, нестійкі, ніяк не кодифіковані, а часто і зовсім випадкові сукупності лексем, що відображають суспільну свідомість людей, які належать до певного соціального або професійного середовища [11, с. 135].

Найбільш детально висловився з приводу дефініції терміну «сленг» автор словника сленгу Р. Спірс. Він зазначає, що термін «сленг» спочатку використовувався для позначення британського кримінального жаргону. З роками «сленг» поширює своє значення і на даний момент включає в себе різні види не літературної лексики: жаргони, просторіччя, діалекти і навіть вульгарні слова [12, с. 10].

Таким чином, можна констатувати, що, попри свою популярність (а можливо, саме завдяки їй), «сленг» в даний час не має термінологічної точності.

Наведені вище визначення сленгу обмежуються лише його лексичною складовою. Проте сленг – це складне мовне явище, яке має і свої фонетичні та граматичні властивості. Це складає особливі труднощі для перекладача.

З огляду на багатогранність, неоднозначність та суперечливість поняття «сленг» в лінгвістиці та лексикографії, на перекладача лягає велика відповідальність за адекватну передачу художнього тексту, в якому зустрічаються «вкраплення» сленгу.

Переклад з однієї мови на іншу є складною діяльністю, навіть якщо це літературна мова художнього твору, газети, наукової

статті і т.п. Складність ця зростає багаторазово під час перекладу нестандартних, мовних явищ, зокрема, сленгу.

Не можна не погодитися з думкою про те, що при перекладі сленгових одиниць слід враховувати часовий чинник, оскільки сленг схильний до змін, будучи мовною прикметою покоління; звідси, невдало підібраний відповідник загрожує іноді обернутися анахронізмом [2, с. 235].

Підібрати відповідник до американського сленгізму в мові перекладу – справа не проста, а іноді майже неможлива. Якщо в мові перекладу аналог сленгізму відсутній найчастіше потрібно вдаватися до описового перекладу. До цього висновку дійшла велика кількість теоретиків та практиків перекладу, які відзначають, що при перекладі сленгу доводиться або підшукувати аналогічний сленгізм у мові перекладу, володіючий приблизно таким само рівнем експресивності, або тлумачити та роз'яснювати його значення, тобто використовувати описовий переклад. [4, с. 112].

В своїй праці «Лексикографические аспекты перевода» В. М. Крупнов зазначає, що під час перекладу сленгу величезну роль відіграє контекст, який зазвичай і підказує перекладачеві, якому синоніму з ряду можливих слід віддати перевагу в певному випадку. [5, с. 39]

Л. Л. Нелюбін також відзначає, що перекладачеві належить пам'ятати про те, що використання будь-якої ненормативної лексики залежить від ситуації, контексту, сфери вживання, кола присутніх осіб та інших параметрів етикету, бо сленг повною мірою зрозумілий лише представникам порівняно вузького кола осіб, які належать до тієї чи іншої соціальної або професійної групи та які ввели в ужиток це слово або вираз. [7, с. 152].

Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок про те, що сленг на сьогоднішній день продовжує залишатися досить складним і маловивченим розділом в контексті теорії перекладу. Це можна пояснити як неоднорідністю і багатогранністю самого поняття сленг, так і відсутністю традиції літературного перекладу даного пласта лексики в українській та російській перекладних практиках.

Список літератури

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 2-е издание. – М.: Советская энциклопедия, 1969. – 605 с.
2. Влахов С. И. Непереводимое в переводе : учеб. пособие / С. И. Влахов, С. П. Флорин. – 5-е изд. – М. : Р. Валент, 2012. – 406 с.
3. Гальперин И. Р. О термине «сленг» / И. Р. Гальперин // Вопросы языкознания. – 1956. – № 6. – С. 107–114.
4. Крупнов В. Н. В творческой лаборатории переводчика / В. Н. Крупнов. – М. : Междунар. отношения, 1976. – 192 с.
5. Крупнов В. Н. Лексикографические аспекты перевода. / В. Н. Крупнов. – М. : Высш. школа, 1987. – 208 с.
6. Маковский М. М. Современный английский сленг: Онтология, структура, этимология / М. М. Маковский. – 2-е издание. – М. : ЛКИ, 2007. – 168 с.
7. Нелюбин Л. Л. Введение в технику перевода (когнитивный теоретико-прагматический аспект) : учеб. пособие / Л. Л. Нелюбин. – М. : Флинта: Наука, 2009. – 216 с.
8. Тимофеев Л. И. Словарь литературоведческих терминов / Л.И. Тимофеев, С.В. Тураев. – М.: Просвещение, 1974. – 509 с.
9. Хомяков В. А. О термине «сленг» (Из истории вопроса). В кн.: Вопросы теории английского и немецкого языков : уч. зап. / В. А. Хомяков. – Ленингр. гос. пед. ин-т им. А.И. Герцена, 1969. – Т. 352. – С. 77.
10. Pei M. Glossary of Linguistic Terminology. NY: Columbia University Press, 1966. – 299 p.
11. Partridge E. Slang Today and Yesterday. London: Routledge and Kegan Paul, 1979. – 190 p.
12. Spears R. Slang and Euphemism. Scarborough (Ontario): New American Library of Canada, 1982. – 462 p.

УДК 811.161.2'25:159.942

Т. М. Хубулава

Науковий керівник: канд. пед. наук, доцент. І. Ю. Гусленко

ВІДТВОРЕННЯ ЗАСОБІВ ЕМОТИВНОСТІ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ

Анотація. В статтю розглядається проблема воспроизведення категорії емотивності в контексті лінгвістики. Представлені різні погляди на визначення поняття «емотивність», розмежування

понятий «эмоциональность» и «эмотивность», отмечено отсутствие единой классификации эмотивной лексики. Определены общие проблемы воспроизведения эмотивности при переводе на украинский язык.

Ключевые слова: эмотив, эмотивность, эмоциональность, экспрессивность, эмотивный компонент, эмотивная лексика.

Annotation. The article deals with the problem of presentation of the category of emotivity in the context of linguistics studies. Different approaches to the definition of the concept of emotivity are described, the differences between emotivity and expressiveness is noted. It is mentioned that the absence of a unified classification of emotional vocabulary and a unified approach to its creation exists. The general problems in translation of emotive component into Ukrainian are determined.

Key words: emotion, emotivity, emotiveness, emotionality, expressiveness, emotive component, emotive vocabulary.

Навряд можна уявити наше існування без емоційної складової, адже що як не емоції максимально точно відображає психічний стан людини. Вже той факт, що вивчення емоційної сфери відбувається у багатьох науках таких, як біохімія, етика, лінгвістика, літературознавство, медицина, психологія, соціологія, фізіологія, філософія та ін., є важливою ознакою того, що вона є невід'ємним компонентом нашого життя.

Базові поняття в сфері психології емоцій є загальновідомими, хоча тлумачення емоційності варіюється залежно від теоретичної бази дослідження.

За визначенням Oxford Dictionary of Psychology емоцією є «будь-який короткостроковий оцінний, афективний, навмисний, психологічний стан, включаючи щастя, смуток, огиду та інші внутрішні почуття» [7].

Людина користується мовою не тільки для вираження будь-якого ствердження, а і для вираження емоційного ставлення до світу, експресивного посилення свого висловлювання. Емоції, проникаючи в слова, закріплюються і зберігаються в них, а при необхідності виражаються і розпізнаються з їх допомогою. На мовному рівні емоції трансформуються в емотивність [6, с. 24–25].

Однією з ключових проблем у дослідженні емотивності в лінгвістичному контексті є, насамперед, синонімічне уживання понять «емоційність» та «емотивність» у мовленнєвій парадигмі.

Деякі вчені не вважають доцільним вживати нове поняття «емотивність», і наполягають на терміні «емоційність» навіть у контексті лінгвістики.

За визначенням В. І. Шаховського, «емотивність – це характеристика мовних засобів, що вживаються для кодифікованого вираження емоцій у мовленнєвому спілкуванні, чинячи, у більшості випадків, емоційний вплив на реципієнта». Вчений вважає, що «емотивний – це те ж саме, що і емоційний, але виключно щодо мови, її одиниць та їхньої семантики» [4, с. 24].

Багато лінгвістів поділяють думку В. І. Шаховського, хоча і трактують поняття «емотивність» по-своєму.

Не зважаючи на численні дослідження, у лінгвістиці не існує повного й однозначного визначення поняття емотивності.

В. І. Шаховський визначає емотивність як «іманентно притаманну мові семантичну якість виражати системою своїх засобів емоційність як акт психіки, відображені в семантиці мовних одиниць, соціальні та індивідуальні емоції» [5, с. 23]. Дослідник також зазначає, що емотивність – це емоційність в мовному значенні, тобто чуттєва оцінка об'єкту, вираз мовними або мовленнєвими засобами відчуттів, настроїв, переживань людини [5, с. 153].

Сучасні дослідники відзначають, що емотивність – це також і текстова категорія, підпорядкована інформативності або модальності, яка виражає емоційне ставлення адресанта (автора), його функції у тексті, дійових осіб, імовірність емоцій реального чи модельованого авторською свідомістю гіпотетичного читача щодо описуваних подій, явищ, персонажів, їхньої поведінки й аналізується за допомогою емоційно заряджених текстових компонентів (емоціогенних маркерів).

Універсальну класифікацію емоційних станів намагались створити багато вчених, зокрема: А. Вежбицька, Б. І. Додонов, В. Вундт, В. О. Леонтьєв, Є. В. Станчик, Є. П. Ільїн, К. Е. Ізард, П. В. Сімонов, П. Екман, Р. Вудвортс, У. Макдауголл, і кожен із них висував власні моделі та способи категоризацій. Для ілюстрації шляхів відтворення емотивності, ми застосуємо узагальнену класифікацію засобів вираження емотивності відповідно до всіх лінгвістичних рівнів запропоновану Б. Волек [8, с. 25–29]. Вчена проаналізувала роботи багатьох лінгвістів,

які досліджувала проблеми емотивності на окремих рівнях і запропонувала наступну категоризацію:

1. Фонологічний рівень (звукове повторення певного звуку в повсякденному усному мовленні, алітерація, звукосполучення [sl] (неприємні асоціації), звукосполучення [kr] (негативні почуття) [1, с. 24–37]);

2. Морфологічний рівень (емотивні суфікси англійської мови -у, -ling, -let, -ster, -kin, -ette, -ard (амбівалентні), суфікс -ish (негативна оцінка), іменні суфікси негативної оцінки e-ard, -eer, -ster/-aster, -o (відображає зневажливе ставлення до людини) та афікс -monger [2, с. 78]);

3. Синтаксичний рівень (окличні, питальні речення, вставні елементи, перерваність, повтори, незакінченість синтаксичних конструкцій, графічні засоби (капіталізація і де фіксація) [3]);

4. Лексичний рівень (специфічна експресивна лексика; лексика, що називає емоції; лексика, що виражає емоції [4, с. 56], вигуки, лайливі слова, вульгаризми, жаргонізми, арго, сленгізми);

5. Стилiстичний рівень (метафори, епітети і порівняння).

Отже, приймаючи до уваги той факт, що на даному етапі існує велика кількість класифікацій емотивних одиниць можна зробити висновок, що на даному етапі не існує єдиного правильного критерію щодо поділу емотивізмів. Вчені створюють класифікації ґрунтуючись на різних критеріях, що, в свою чергу, є причиною того, що або не всі емоції включаються в класифікації, або ті самі емоції повторюються в різних групах, що зайвий раз свідчить про відсутність уніфікованої класифікації емотивних одиниць та про складність створення універсальної категоризації.

Список літератури

1. Калита А. А. Фонетичні засоби актуалізації смислу англійського емоційного висловлювання / А. А. Калита. – Київ : КДЛУ, 2001. – С. 24–37.
2. Кузенко Г. М. Мовні засоби вираження емотивності [Електронний ресурс] / Г. М. Кузенко. – Режим доступу: <https://is.gd/uCe8Nh>.
3. Мац І. І. Різновиди емоцій та способи їх вербалізації (на матеріалі англійської мови) [Електронний ресурс] / І. І. Мац. – Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/3511/1/03miiesv.pdf>.
4. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В. И. Шаховский. – [4-е изд., испр. и доп.] – М. : ЛКИ, 2012. – 208 с.

5. Шаховский В. И. Эмотивный компонент значения и методы его описания: Учеб. пособие к спецкурсу / В. И. Шаховский. – Волгоград, 1983. – 326 с.
6. Diller H. J. Emotions and the Linguistics of English / H. J. Diller // Proceedings. – Tuebingen : Niemeier, 1992. – 155 p.
7. Oxford Dictionary of Psychology by Andrew M. Colman [Електронний ресурс] / Colman A. M.. — Режим доступу: <https://is.gd/kIkXin>.
8. Volek B. Emotive Signs in Language and Semantic Functioning of Derived Nouns in Russian [Електронний ресурс] / B. Volek. – Режим доступу: <https://is.gd/Q7gmXU>.

УДК 811.111'373.43

М. О. Янковський

Науковий керівник: канд. філол. наук Н. С. Молодча

СИСТЕМНО-СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ЛЕКСИКИ АКАДЕМІЧНОГО ДИСКУРСУ

Анотация. В статье рассмотрены системно-структурные особенности языковых инновационных единиц академического дискурса. Внимание уделено изучению компонентного и коннотационного состава окказиональных единиц.

Ключевые слова: академический дискурс, окказионализм, неологизм, телескопия, семантическая транспозиция.

Annotation. The systemic and structural typology of the academic discourse nonce words has been considered. The attention is given to the nonce words component and connotation composition.

Key words: academic discourse, neologisms, nonce words, semantic transposition, telescoping, word formation.

Об'єктом дослідження виступають англомовні оказіональні одиниці, які відбивають сучасні поняття університетського життя.

Предметом аналізу виступають системно-структурні ознаки оказіональної лексики академічного дискурсу.

Актуальність дослідження визначається недостатньою увагою до інноваційної лексики академічного дискурсу.

Метою дослідження є визначення структурних особливостей англomовної інноваційної лексики академічного дискурсу, аналіз способів формування одиниць даного типу, компонентний та конотаційний аналіз оказіональної лексики даного типу дискурсу.

У сучасній, вітчизняній і зарубіжній лінгвістиці існує велика різноманітність підходів до розуміння терміну «дискурс». Аналіз дискурсу являє собою міждисциплінарну галузь знань, яка розташовується на стику лінгвістики, соціології, психології, етнографії, літературознавства, стилістики та філософії. З урахуванням багатовимірності даного поняття у нашому дослідженні дискурс визначається як «багатоаспектна когнітивно-комунікативно-мовна система-гештальт», що включає великий спектр властивостей як лінгвістичного, так і екстралінгвістичного характеру, які дозволяють розглядати його в якості продукту мовної дії з властивою йому смисловою однорідністю, актуальністю, прихильністю до певного контексту, жанровою та ідеологічною приналежністю, а також співвідношенням з цілим шаром культури, соціальної спільності і навіть з конкретним історичним періодом [1, с. 115].

В типології дискурсів нас цікавить академічний дискурс (далі – АД), який у контексті нашого дослідження слід розуміти як своєрідну інституційно-обумовлену мову, яку академічна спільнота (студенти, професорсько-викладацький склад, керівники ВНЗ і кафедр, та інші представники науково-освітніх кіл) використовує для спілкування та обміну інформацією в межах різних видів діяльності вищих навчальних закладів, і яка характеризується своєю специфічною терміносистемою, поняттєвим апаратом, системою стилістичними формулами. Як відомо, інституційна комунікація являється «культурно-специфічною, нормативно організованою, призначеною для задоволення особливих потреб суспільства» [2, с. 206].

Звертає на себе увагу пласт нових слів, що з'явилися за останнє десятиліття в академічному комунікативному середовищі. Мова йде про оказіональну лексику, яка є не зафіксованою в узусі (так звані «авторські неологізми», «ситуативні неологізми»). Відмінною рисою оказіоналізмів, окрім їх належності до певного контексту, є те, що вони створюються за малопродуктивними

словотворчими моделями, що забезпечує новизну за рахунок деавтоматизації сприйняття okazіоналізмів. Крім того вони не зареєстровані в галузевих глосаріях або нормативних словниках [3].

Проблемою вивчення інноваційної лексики займається багато науковців, наприклад: Ю. А. Зацний, О. В. Ребрій, Н. С. Молодча, К. В. Вороніна, Л. В. Сандій та інші.

Інноваційні одиниці вибірки (100 одиниць) досліджували з урахуванням системно-структурних характеристик, компонентного складу, конотаційного компоненту. Джерелами слугували форуми американських студентів, наприклад: <http://tusb.stanford.edu>, та деякі сайти з інноваційною лексикою, наприклад: urbandictionary.com; pseudodictionary.com.

Збагачення словникового складу сучасної англійської мови, зокрема англомовного АД, відбувається шляхом словотворення, зміни значення слова, афіксації, конверсії, телескопії, скорочення, запозичення. Як свідчить аналіз емпіричного матеріалу, більша частина, тобто 46% інновацій створювані за допомогою словоскладання, яке поєднує в одну одиницю двох або більше слів чи коренів, що творять нове лексичне ціле. Наприклад: *eventvoid* – *Feeling of emptiness after a major event*; *dormcollege* – *Your own semi-personal hell hole you live in your freshman year of college with your complete opposite*; *quad-gnomes* – *small woodland creatures that live in underground bunkers under the grassy areas of colleges and high schools*.

У межах даного аспекту ми проаналізували компонентний склад одиниць нашої вибірки. Слід зазначити, що в сучасній англійській мові немає чітких правил оформлення складних слів: морфеми в їхньому складі можуть писатися не тільки разом або через дефіс, але й окремо. Отже, головним критерієм виділення складного слова є його семантична цілісність, під якою розуміємо номінацію одного поняття. Складні слова утворюють різні структурні типи. В нашій роботі представлені складні слова різних моделей:

Двокомпонентні: Adj. + N: *grammatical angst*; Adj. + Part. I: *Fountain Hopping*; N + N: *cheesebox*, *brickteacher*, *College Wanker*.

Трьохкомпонентні: V + Nu. + N: *learn2english*; Adj. + M + T: *senior skip day*.

Згідно нашого дослідження, більша частина нової лексики є двокомпонентна 41%, тільки 5% трикомпонентна.

Телескопія як спосіб утворення нових слів, при якому нове слово виникає зі злиття повної основи одного слова зі скороченою основою іншого або ж зі злиття скорочених основ двох слів, займає 26% одиниць вибірки. У межах нашої вибірки ми знайшли, що найбільш використовуваною є модель «злиття скороченої основи одного слова зі скороченою основою іншого». Наприклад: *skood* (school + food); *wikiality* (Wikipedia + reality).

За допомогою семантичної транспозиції, під якою розуміють використання однієї форми у функції іншої, складається 12% одиниць, наприклад: *jail – school*; *hysteria – some have even used the word “hysteria” to describe some students who, perhaps influenced by peer pressure, want to apply early “somewhere” – without considering which colleges might be best for them*; *shopping (for classes) – during first 2 weeks of classes you can sit in on courses without enrolling in them right away*.

Згідно даним вибірки, малопродуктивним шляхом утворення новітньої лексики є афіксація (5% одиниць) – формування нових слів шляхом приєднання префіксів, суфіксів і одночасно префікса і суфікса до основ різних частин мови. Наприклад: *reversity – an academic institution that specializes in making people unlearn their elitist education and embrace pop culture*; *schoolist – schoolists are people who label or stereotype someone based on the school they go to. Similar to racists who label people based on their inheritance*; *derigeurgitated - when students and others reuse the same old sources and arguments in their papers and arguments, ad infinitum*.

Мовні інновації, які створені засобом конверсії, також достатньо малочислені (4%), і утворюються за такими моделями: $N \rightarrow V$ (де N – іменник, V – дієслово). Наприклад: *bollards – The metal and wooden posts strategically placed on campus to: 1) keep cars out; and 2) impale hapless bikers*; *flicks – a stress-relieving movie screening on Sunday evenings*; *senioritis - “senioritis” is when students who are in their last year of college get lazy and stop working hard, because they know that they will finish their studies soon*.

Число нових одиниць, сформованих за допомогою скорочення

складає 3% досліджуваної вибірки. За допомогою скорочення слова утворюються шляхом видалення частини складових їх букв або частин слів. Наприклад: *narc - to fall asleep suddenly, specifically from the lack of sleep. Often used in the context of college. Derived from narcolepsy.*

Звуження значення також виявляється непродуктивним засобом формування новітньої лексики АД. У межах вибірки ідентифіковано лише 3% одиниць. Наприклад: *dorm – your own semi-personal hell hole you live in your freshman year of college with your complete opposite.*

Запозичення займає найменшу частину, лише 1%. Наприклад: *grammatical angst – The discomfort experienced by language teachers when student confront them with a grammatical question they can't answer. Same as grammatical anxiety.*

Під час дослідження ми визначили позитивну, негативну та нейтральну конотацію, яка визначає емоційне забарвлення інноваційної одиниці у спектрі від «погано» до «добре». Наведемо приклади одиниць з негативною, нейтральною та позитивною конотаціями: *edumacation – Used to refer to an education that someone received at a bad school, or a lack of education all together (негативний оцінний компонент); clubbie – a member of a final club (нейтральна оцінка); acacian – a civilized, educated, sensitive, or well-mannered man. One that holds himself to above average standards. All men want to be one, all women want to be with one – “Wow, Kevin is a true Acasian” (позитивний конотаційний компонент).* Згідно даним дослідження, одиниці з нейтральним компонентом складають – 43%, лексика з негативним оцінно-емотивним компонентом – 43%, а лексика з позитивним оцінним компонентом складає тільки 14%. Досить висока частка одиниць з негативною конотацією, на наш погляд, зумовлена тим, що авторами інноваційної лексики нашої вибірки в більшій мірі є студенти, яким притаманно бачити світ, зокрема у навчальній системі у негативному світлі, критично.

Таким чином, оказіональні одиниці АД складають недостатньо вивчену частину лексичної системи, які характеризуються новизною, що забезпечується способами формування, які сприяють деавтоматизації сприйняття одиниць даного типу. Структурний аналіз одиниць вибірки вказує, що до продуктивних

способів утворення інновацій АД відносяться словоскладення (найбільш поширеними є двокомпонентні okazіоналізми); телескопія (найбільш використовувана модель – злиття скороченої основи одного слова зі скороченою основою іншого); афіксація (суфіксальна, префіксально-суфіксальна). У межах вибірки визначені малопродуктивні засоби утворення, це абревіація, семантична деривація, усічення, конверсія, запозичення. Okazіональні одиниці АД містять в більшій мірі нейтральну та негативну конотацію, що вказує на емотивну, експресивно-оцінну та номінативну функції даної лексики.

Перспективним є дослідження проблеми перекладу новітньої лексики академічного дискурсу.

Список літератури

1. Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка / [Бондаренко Е. В., Мартынюк А. П., Фролова И. Е., Шевченко И. С.]; под ред. И. С. Шевченко. – Харьков : Изд-во Харьк. нац. ун-та им. В. Н. Каразина, 2017. – 246 с.
2. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : Гнозис, 2003. – 280 с.
3. Молодча Н. С. Семантичні okazіоналізми в сучасному англомовному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04/ Молодча Наталія Сергіївна ; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2011. – 20 с.

Соціологія



УДК [005.32:331.101.3]:159.947.5

Е. В. Гайдаш

*Научный руководитель: д-р социол. наук,
профессор Е. Г. Михайлёва*

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ

Анотація. У статті розглянуто особливості мотивації та стимулювання її в сучасних українських організаціях. Проведено аналіз, який виявив невідповідність підходів до стимулювання та мотивації формування персоналу. Запропоновано реалізацію фактичного та неконфліктного методу стимуляції з урахуванням особливостей менталітету, наприклад, “Імпрошейр”. При цьому крім цієї системи повинна бути програма, що мотивує працівників. Ці рекомендації стосуються використання методів, які допоможуть підвищити мотивацію в організації.

Ключові слова: мотивація, стимулювання, персонал, імпрошейр

Annotation. The article considers the features of motivation and stimulation in modern Ukrainian organizations. An analysis has been made that revealed the discrepancy of approaches to stimulating and motivating staff formation. The implementation of the actual and non-conflict method of stimulation, taking into account the peculiarities of the mentality, for example, “Improsheir”, is proposed. In addition to this system there should be a program that motivates employees. These recommendations relate to the use of techniques that can help motivate your organization.

Key words: motivation, stimulation, staff, improsheir

В современной ситуации форсирующей конкуренции на рынке труда наиболее важным показателем является общая эффективность деятельности организации. При условии осуществления менеджмента трудовых ресурсов на компетентном уровне, организация будет функционировать довольно длительное время. В противном случае, компания будет терпеть большие убытки, что неизбежно приведёт к её падению.

Как известно, эффективность деятельности организации складывается из многих факторов: экономических, политических, социальных, культурных, имиджевых и, наконец, менеджерских.

Одними из составляющих современного менеджмента яв-

ляются стимулирование и мотивация, которые в совокупности позволяют руководителю осуществлять эффективное управление организацией. Данные феномены не являются инновационными в управленческих практиках. Именно поэтому многие руководители используют наработанные годами механизмы их применения в организациях. Однако в современных условиях возникает потребность внедрения новых аспектов стимулирования и мотивации, основанных на высокой динамике социально-экономических процессов и новейших информационно-коммуникативных технологиях.

Цель данной статьи – выявить особенности применения мотивации и стимулирования в современных украинских организациях.

Для достижения цели проведем маркировку рассматриваемых нами феноменов.

Мотивация – это «побуждение к активной деятельности личностей, коллективов, групп, связанное со стремлением удовлетворить определенные потребности. Можно определить мотивацию как совокупность мотивов, связанных и обусловленных смыслообразующим направлением деятельности, внутреннюю детерминанту поведения, определяющую его общую направленность. Эти мотивы заставляют человека осознанно или неосознанно совершать определенные поступки. При этом различные люди могут реагировать по-разному на аналогичные действия [1].

Стимулирование труда предполагает создание условий (механизма), при которых поощряется активная трудовая деятельность, дающая определенные результаты. Цель стимулирования – побудить человека работать лучше [2].

Как показывает анализ, вопросы мотивации и стимулирования в организации наиболее актуальны для работников сферы управления персоналом, другими словами, для HR-менеджеров. Ведь именно они должны обладать необходимыми компетенциями для поддержания эффективной работы сотрудников организации, что оказывает существенное влияние на формирование конечного продукта или услуги, на имидж компании в отрасли.

Как правило, задачей этой области менеджмента является «перманентная стимуляция роста эффективности производства,

прибегая к всестороннему развитию и своевременному применению творческого потенциала сотрудника, повышения уровня его квалификации, лояльности, ответственности за результат своей работы и инициативы» [3].

На наш взгляд, одной из важнейших проблем современных украинских организаций является разрозненность подходов к стимулированию и формированию мотивации персонала. Речь идёт о том, что в рамках каждой конкретной структуры должна быть разработана единая система подходов к мотивации и стимулированию, основанная на определённой методике, которой данная система обязана беспринципно придерживаться. Более того, такой подход должен соответствовать вызовам времени и отражать наиболее актуальные тенденции развития той или иной отрасли производства.

Создание такого подхода должно опираться на ключевые потребности сотрудников и их мотиваторы. Так, основным мотивирующим фактором в настоящее время является желание работника иметь стабильную, чёткую заработную плату, адекватно отражающую функционал его должности. Важно понимать, что об интенсивности и качестве труда речи, в данном случае, не идёт. Для основных поколений, представленных на рынке труда, важнее иметь спокойную работу с конкурентной заработной платой. Это порождает общую инертность, экстернальность и пассивность современного украинского работника.

Стоит сделать поправку, что данные характеристики не отражают особенности поколений, только начинающих реализовывать свой потенциал на рынке труда (рождённые в 90-х годах). Для таких людей, скорее, характерно желание иметь интенсивную работу, но с более обоснованно-высокой заработной платой. Данная тенденция является нормой, учитывая общий творческий потенциал, энтузиазм и техническую грамотность молодых людей.

Описанная ситуация определяет и ведущие направления стимулирования в современных организациях.

Как нам видится, наиболее актуальным и неконфликтным для внедрения методом стимулирования, учитывая особенности украинского менталитета, является система «Импрошейр». Её

спецификой является премирование сотрудников за экономию рабочего времени в человеко-часах. Данное время используется для выпуска определённой продукции или воспроизведения конкретной услуги. Основная идея системы – определить базовый норматив рабочего времени, необходимого для достижения определённого результата через соотнесение общего объёма человеко-часов на количество единиц произведённой продукции. Вторым шагом является расчёт актуальных человеко-часов затраченных на производство продукции/услуги в текущем, реальном временном промежутке. Если общее количество рабочих часов, затраченных на производство, меньше базового (согласно первичным расчётам), то работник получает премию [4].

Система «Импрошейр» призвана активизировать деятельность сотрудников, отражая наглядными примерами пошаговое получение премии при наработке определённых показателей. Таким образом, сотрудник всегда видит какое качество и количество продукта должно быть произведено как норма. По итогу, он сам решает, нужно ли ему активизироваться для получения более престижной заработной платы. Тем не менее, единственным недостатком данной системы является возможность руководителя манипулировать «нормой» (её качественными и количественными показателями). Следовательно, данная методика подходит только для лояльного, компетентного руководства.

Таким образом, особенностями стимулирования в современных организациях выступают: бонусные выплаты в зависимости от персонального вклада, премия за отсутствие прогулов, дополнительные выходные дни, оплачиваемый отпуск, подарки и др.

Но достаточно ли этого для осуществления эффективной работы команды? Как было сказано ранее, все методики и управленческие решения являются актуальными только при условии образования системы мотивации и стимулирования с применением конкретных методик. Это хорошо, что сотрудники знают, сколько они должны получать и каким образом они могут достигать более высокого материального благосостояния. Однако не всех сотрудников можно удержать в организации только лишь с помощью стимулирования. Именно в таких ситуациях наиболее актуальной является разработка программы мотивации работников.

Наиболее популярным направлением для внедрения в повседневную практику работы организации, на данный момент, является нематериальная мотивация. Она призвана обеспечивать развитие личности внутри организации с упором на индивидуальные потребности человека, основанные на нематериальных аспектах. То есть, мотивация при помощи моральных, организационных и социальных методов способствует формированию чувства гордости за свои успехи при реализации поставленных перед компанией задач, активизирует гражданские и патриотические чувства, формирует ценностные ориентации и нормы поведения, формирует чувства причастности к общему делу [5].

Основной особенностью мотивации персонала во многих компаниях является её промежуточное внедрение (по достижениям), не дожидаясь завершения всей работы, так как большие достижения труднодостижимы и редки. К тому же, не ощущая лояльности к организации и идентичности со своей профессиональной группой или коллективом, работник может не дожидаться конечного результата работы, а покинуть команду гораздо раньше [6].

Наиболее популярными приёмами, ведущими к росту мотивации сотрудников на современном рынке, принято считать:

- Масштабирование задач. Сотруднику приятно ощущать себя частью большего, нежели оперировать монотонными функциями. Человеку важно осознавать свою полезность как для общества в целом, так и для самой организации. Поощрение креативности в области решений задач различного типа только приветствуется.

- Комфортная атмосфера. Отсутствие физического комфорта и постоянное возникновение конфликтных ситуаций в коллективе могут дезориентировать любого специалиста. При организации рабочего пространства стоит учитывать специфику того или иного отдела, особенности коммуникаций в команде и индивидуальные физические потребности.

- Карьерный рост. Сотруднику важно знать, чего он может достичь, куда нужно стремиться и на кого равняться. При осознании наличия карьерных барьеров у сотрудника снижается общий эмоциональный фон, снижается работоспособность и профессиональная активность. Хорошим дополнением к организа-

циям, имеющим проблемные ситуации с таким пунктом, будет разработана карьерной сетки для каждого отдела, подразделения.

- Официальное трудоустройство. В целом, сотрудники, трудоустроенные неофициально, перманентно ощущают угрозу от потенциального «увольнения завтрашнего дня», несвоевременную выдачу зарплаты, отсутствия медицинской страховки. Все эти опасения приводят к снижению общей работоспособности.

- Профессионализм коллег. Новички наиболее подвержены влиянию данного пункта. Сотрудник должен понимать, что решение проблемных ситуаций – одна из компетенций настоящего профессионала. Если у человека есть, за кем наблюдать и на чьём примере учиться, есть, на кого ровняться, он чувствует себя нацеленным на результат и личностное развитие.

Таким образом, проведенный анализ показал, что все вышеперечисленные меры должны работать в системе и ни в коем случае не противоречить положениям корпоративной культуры и внутреннего трудового распорядка. Создание системы мотивации и стимулирования персонала – сложная, комплексная мера, требующая компетентного анализа рынка конкурентов, специфики самой организации и особенностей команды.

Список литературы

1. Литвинюк А. А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика : учебник / А. А. Литвинюк. – Москва : Юрайт, 2014. – 398 с.
2. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности : учебник / А. Я. Кибанов, И. А. Баткаева, Е. А. Митрофанова, М. В. Ловчева ; под ред. А. Я. Кибанова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 524 с.
3. Афанасьева Л. А. Методологические аспекты управления мотивацией и стимулированием трудовой деятельности компании / Л. А. Афанасьева // Основы экономики, управления и права. – 2013. – № 5. – С. 61–65.
4. Берестовой А. С. Современные системы стимулирования работников предприятия в рамках инновационного труда / А. С. Берестовой // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации. – 2017. – С. 346–349.
5. Колесов М. И. Нематериальная мотивация как метод успешного управления персоналом / М. И. Колесов // Экономика и общество. – 2017. – № 1. – С. 23–27.

6. Мордвинова Е. Л. Нематериальная мотивация – эффективный метод управления персоналом в организации / Е. Л. Мордвинова, Ю. С. Кажикина // Наука и образование сегодня. – 2017. – № 11 (22). – С. 33–38.

УДК 316.3:54

Н. Ю. Задорожная

*Научный руководитель: д-р социол. наук,
профессор И. С. Нечитайло*

СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В ИНТЕРНЕТ И В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ И ПОТЕНЦИАЛ РАСКРЫТИЯ

Анотація. У статті розглядається поняття «соціальна активність». Базуючись на проведених дослідженнях, визначається які форми активності в мережі Інтернет мають місце бути і чи можна їх вважати соціальною активністю в повному розумінні цього слова. Якщо так, то є ця активність позитивною або негативною (як для індивіда, так і для суспільства в цілому).

Ключевые слова: Социальная активность, социальная сеть, поколение Z.

Annotation. The article deals with the notion of “social activity”. Based on the studies conducted, it is determined what forms of activity on the Internet there are and whether they can be considered as social activity in the full sense of the word. If yes, then this activity is positive or negative (for both the individual and society as a whole).

Key words: social activity, social network, generation Z.

Молодежь всегда была и остается наиболее активной и стремительно развивающейся социально-возрастной группой, реализующей себя во всех сферах жизнедеятельности общества: политической, социальной, культурной, экономической. Данная группа в большей степени, чем другие, нацелена на повышение своего социального статуса и освоение новых социальных ролей.

Социальная активность составляет важнейшую сферу и особый уровень активности человека. Взяв за основу определение,

предложенное С. А. Потаповой, мы предлагаем рассматривать социальную активность как «социально-психологическую, ценностную, профессиональную установку субъекта, реализуемую в его деятельности» [5, с. 25]. Развитие социальной активности личности – одна из важнейших задач образовательно-воспитательного процесса, в котором особую роль играет вуз. Важнейшая социальная функция университета как образовательного учреждения заключается в создании условий для развития социальной активности студента, реализации его возможностей, профессионального становления, позволяющих ему содействовать научно-техническому и социальному прогрессу общества.

Студенты – специфическая социальная группа, которая уже стоит на пороге взрослой жизни. Им все ещё необходима поддержка семьи, но в то же время они вправе принимать серьезные решения. Также в этот период происходит повышение интереса к различным сферам жизни в поисках своего места. Вуз во многом способствует развитию социальной активности студентов, так как при поступлении расширяется круг знакомств, что дает возможность изменить круг общения, попробовать свои силы в разных видах деятельности (студенческие организации, научная деятельность, творческие и спортивные секции и т.д.).

Тема социальной активности поднимается в научных статьях достаточно часто, но какова её специфика в Интернет и социальных сетях – малоизученный вопрос. Одними из первых и единственных исследователей в этом направлении можно считать М. Д. Завгороднего, который ещё в 2012 году описал феномен социальной активности в сети Интернет в целом [2], К. А. Сорокиной, которая определила виды активности студентов в социальных сетях [6] и А. П. Зайко, который подошел к поиску ответов наиболее детально, но изучил подробно только один аспект социальной активности – межличностное общение [3]. Но данные работы опираются на общие исследования и не дают углубленного понимания вопроса.

Цель данной статьи состоит в выявлении наиболее выраженных форм активности в Интернет, выяснении того можно ли их считать проявлением социальной активности в полном смысле этого слова, определении социальной направленности

(положительной или отрицательной) этой активности как для самого актора, так и для общества в целом.

В реализации поставленной цели мы будем опираться на результаты исследования, проведенного нами в апреле-мае 2018 г. Идея проведения такого исследования возникла в связи с довольно поверхностной изученностью проблемы социальной активности в Интернет. Следовательно, наш научный интерес в проведении собственного социологического исследования был мотивирован необходимостью проработки вопросов, ответы на которые не были найдены ранее.

В качестве метода исследования нами был выбран метод фокусированных групповых интервью. Такой выбор обусловлен отсутствием точной информации о том, какие формы социальной активности в Интернет существуют и, как следствие, невозможностью составления релевантного социальным реалиям инструментария для проведения массового опроса.

В целом нами запланировано проведение не менее 4 фокус-групп с молодежью разных возрастных категорий. Однако в рамках данной статьи описаны результаты только одного, первого, фокусированного-группового интервью, поскольку остальные пока не проведены на данный момент. Тем не менее, результаты этого интервью, на наш взгляд, заслуживают получения широкой огласки через опубликование в научном издании, т. к. они интересны и нетривиальны.

В данной фокус-группе участвовало 7 студентов первого курса факультета «Социальный менеджмент» Харьковского гуманитарного университета «Народная украинская академия» (средний возраст респондентов – 17,8 лет). Такое количество респондентов было оптимальным – всем хватило времени, чтобы выразить своё мнение, но не превратить обсуждение в неуправляемую беседу.

Изначально респондентами совместно с модератором было сформировано рабочее определение понятия «социальная активность». Мнения сошлись на том, что социальная активность – это действия, которые имеют влияние как на микросоциум (семья, близкое окружение), так и на макросоциум (общество в целом).

Уже в начале исследования пришлось столкнуться с труд-

ностью разграничения респондентами «реальной» и виртуальной реальностей. Группа в целом общение понимала исключительно как онлайн-общение, а социальную активность – как «офлайн» в Интернет. Такой взгляд на жизнь характерен новому поколению Z.

Как и типичным представителям поколения Z, данной группе студентов свойственно проводить время в социальных сетях 24/7. Во внимание не брались Viber, Telegram, WhatsApp и подобные, т. к. респонденты считают, что у них весьма ограниченный функционал, а точнее, они выполняют только одну основную функцию – обмен сообщениями.

Из всего Интернет-контента, который падает в поле зрения за день, как утверждают респонденты, запоминается 20–30%. Этот процент представлен информацией, которая соответствует интеллектуальным запросам студентов и их интересам. Примечательно, что внимание, в первую очередь, привлекает картинка, которая сопровождает статью и ее яркое и нетривиальное название. Знакомство с содержанием текста – происходит в последствии. Чаще всего студенты читают короткие посты/твиты/статьи, а не книги, что способствует развитию фрагментарного и поверхностного мышления характерного для поколения Z.

Социальные сети в наше время многофункциональны, потому что они выступают в качестве информационного и новостного ресурса, являются платформой для работы. Но самой главной их функцией, с социологической точки зрения, является социально-коммуникативная. Группа единогласно заявила, что социальные сети дают возможность легко налаживать контакт с незнакомыми людьми и свободно общаться, потому что при написании сообщения можно обдумать ответ и представить себя в наилучшем свете. Но недостатком однозначно является большое количество смайлов, которые можно по-разному «считывать», а также то, что получатель сообщения присваивает ему «произвольную интонацию», которая может не совпадать со смыслом, заложенным отправителем. Это значительно усложняет понимание коммуникантами друг друга. Также со стороны респондентов последовала такая мысль, что любой человек в социальных сетях может вести себя неестественно и создать образ, не соответствующий действительности.

Однако общение в Интернет имеет и немало преимуществ, по мнению участников фокус-группы. Как они утверждают (приводя примеры из своего личного опыта), подобная коммуникация может перерасти в реальную дружбу. В социальных сетях проще и легче знакомиться, найти людей с аналогичными интересами. Если говорить о контактах в социальных сетях, то всерьез воспринимаются только те, которые либо происходят от «реальной» дружбы, либо в нее перерастают. Это наиболее благоприятный вариант, потому что, по мнению респондентов, живое общение ничем нельзя заменить. И даже при общении в социальных сетях, студенты стараются «оживить» его, что возможно благодаря видео- и аудиосообщениям.

Легкость в налаживании контактов, множество различных увлечений, о чем мы узнали от наших респондентов в ходе фокусированного группового интервью, дает основание предполагать, что каждый из студентов. В той или иной степени, обладает потенциалом социальной активности. Но, как было заявлено респондентами, они не считают себя таковыми, связывая это с тем, что они на данном жизненном этапе являются «потребителями знаний и им нечего дать взамен обществу». Потому они себя ещё не видят в роли социально активных людей. Возможно, это связано с относительно небольшим жизненным опытом (средний возраст группы 17,8 лет).

В ходе интервью студентам было сложно привести примеры социальной активности как в социальных сетях, так и в Интернете в целом. Из того, что было названо, к социальной активности была отнесена деятельность блогеров, которые, по мнению респондентов, способны за небольшой промежуток времени повлиять на большую аудиторию. Однако при этом необходимо учитывать специфику и содержание их постов. Формат блога сейчас наиболее популярный и является одним из самых эффективных способов влияния на публику.

Также к числу примеров социальной активности в Интернет было отнесено «распространение собственного мнения среди единомышленников посредством высказывания его в посте на личной странице в той или иной социальной сети», а потом – «собираение лайков» и распространение с помощью репостов.

Преимущество социальных сетей – в скорости распростра-

нения информации, что позволяет быстро доносить до людей контент, содержащий призывы о помощи кому-либо (сбор вещей для детских домов, денежных средств тяжелобольным людям и т. п.). Также социальные сети являются хорошей платформой оповещения о предстоящих мероприятиях и акциях, волонтерских встречах и др. Это говорит о том, что с помощью Интернет можно проинформировать как можно больше единомышленников, чтобы в итоге собрать их в реальности. К примеру, всемирный проект «Let's do it!» направлен на уборку городов и других территорий волонтерами. Таким образом кампания объединила 113 стран и около 16 миллионов людей по всему миру. Из этого следует, что участником подобного движения может стать абсолютно любой человек. Исключением являются только люди, которые не используют Интернет и социальные сети – старшее поколение.

В целом по, результаты проведенного нами фокусированного интервью показали, что потенциал социальной активности у студентов-первокурсников (в том числе, как у представителей самой «юной» возрастной группы молодежи) довольно слабый. Об этом свидетельствует, прежде всего, отсутствие понимания смысла социальной активности, как и видения респондентами самих себя в роли социальных активистов. Представления о социальной активности весьма примитивны. С точки зрения студентов первого курса, социально активными можно считать всех людей, которые много общаются. Т. е. социальная активность полностью отождествляется с коммуникабельностью. Респонденты даже представить себе не могут, что социально активным может быть и некоммуникабельный человек. Хотя, как мы уже писали выше, такие довольно примитивные представления о социальной активности и ее возможных формах можно связать с «юным» возрастом респондентов. В связи с этим, в дальнейшем нами запланированы фокусированные групповые интервью со студентами старших курсов и, возможно, с представителями работающей (не студенческой) молодежи, чтобы провести сравнение.

Подводя итог необходимо сказать, что в современном мире каждому из нас дается большое количество возможностей самореализации, в том числе и на благо общества, однако

проблема состоит в том, что мы их не видим, а если находим, то не знаем, как использовать.

Список литературы

1. Бородина А. В. Направления развития социальной активности молодежи в условиях современного общества / А. В. Бородина // Гуманитарные научные исследования. – 2016. – № 3. – С. 12–18.
2. Завгородний М. Д. Социальная активность в сети Интернет / М. Д. Завгородний // Вестник РУДН. – 2012. – № 2. – С. 36–41.
3. Зайко А. П. Социальная активность студентов колледжей в социальных сетях: региональный аспект / А. П. Зайко // Известия Уральского федерального университета. Сер. 3, Общественные науки. – 2017. – Т. 12, № 2 (164). – С. 106–113.
4. Королькова С. Ю. Социальная активность молодежи / С. Ю. Королькова // Молодой ученый. – 2015. – №1 2.2. – С. 39–40.
5. Потапова С. А. Социальная активность студенческой молодежи современного молодого города / С. А. Потапова. – СПб. : Инфрада, 2005. – 142 с.
6. Сорокина К. А. Активность молодых людей в социальных сетях в настоящий период времени / К. А. Сорокина // Гуманитарные научные исследования. – 2016. – № 4. – С. 23–31.

УДК 316.37

О. В. Курченко

*Науковий керівник: д-р соціол. наук,
професор К. В. Батаєва*

ПРОБЛЕМА ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ МАС-МЕДІА НА ПОВЕДІНКУ СОЦІАЛЬНИХ АКТОРІВ

Аннотация. В статье рассматривается феномен масс-медиа и его влияние на общество. Основываясь на анализе литературы, определяется способность масс-медиа влиять на массовое сознание социальных акторов.

Ключевые слова: масс-медиа, социальные акторы, информация.

Annotation. In the article, a phenomenon of mass media and its influence on society is considered. Based on the analysis of literature, the ability of mass media to influence mass consciousness of social actors is determined.

Key words: mass media, social actors, information.

У сучасному суспільстві, як показує аналіз літератури, інформації відводиться значуще місце, яке вона не займала ані в традиційному, ані в світі, що модернізується. Суспільство, що стрімко розвивається, вимагає інтенсифікації всіх інформаційних процесів при широкому використанні мас-медіа. Завдяки зростаючим можливостям мас-медіа з високою швидкістю доходить до споживача, багато разів тиражується і активно упроваджується в свідомість мас.

Зростання інформації породило нову форму спілкування, яка властива урбанізованим територіям з великим скупченням людей – мас-медіа. Мас-медіа розуміється як процес виробництва масової інформації та її подальше розповсюдження при безпосередньому спілкуванні або за допомогою ЗМІ на чисельно великі і розосереджені аудиторії. Передача ідентичної інформації на значні території і можливість її неодноразового і практично одночасного відтворення дозволяє регулювати дію ЗМІ на маси соціальних акторів [1].

Здатності ЗМІ істотно впливати на масову свідомість були помічені давно. До аналізу засобів масової комунікації та інформації як до багатофункціонального інституту і об'єкту соціологічного дослідження зверталися Р. Лассауелл, П. Лазарсфельд, Р. Мертон, Д. Маннгейм, М. Маклюен, Ю. Хабермас та М. Кастельс. Серед сучасних вітчизняних авторів можна виділити Б. Грушина, А. Запесоцького, Ю. Леваду, Н. Лапіну, Ж. Тощенко, В. Ядова, які не тільки вивчають ЗМІ, але й оцінюють їх дію на аудиторію, зокрема через медіаметричні показники.

Ще в більшій мірі надають можливості для поглибленого розуміння формування цінностей засобом соціальної взаємодії з мас-медійним контентом сучасні теорії комунікації. Відзначимо самі значущі з них. Це – теорії Е. Каца і П. Лазарсфельда, Е. Ноель-Нойман, моделі комунікації Д. Шоу і М. Маккоба, модель інноваційної дифузії Е. Роджерса, модель мас-медіа як «сторожа» К. Льовіна. В них підкреслюється роль соціального інституту ЗМІ як каналу передачі інформації, як «лідера думок», що формує соціальні установки, потреби, інтереси і ціннісні орієнтації соціальних акторів. Для розкриття проблеми використовувалися концептуальні ідеї теорії міфологічної комунікації

(Д. Леві-Стросс, Р. Барта, Д. Юнг), що підкреслюють значення для соціальної комунікації міфів, ритуалів, «архетипів» свідомості, що спочатку вкорінюються або генеруються завдяки зовнішнім діям, зокрема впливу ЗМІ, що виступає в ролі регулятора спілкування, розуміння і поведінки соціальних акторів. Соціологи Бірмінгемської школи досліджували роль мас-медіа в процесі взаємодії з різними соціальними структурами [2].

Мас-медіа є найважливішим чинником формування громадської думки. Особлива роль в цьому належить телебаченню, радіомовленню, пресі, а також електронним засобам масової інформації, зосередженим в мережі Інтернет. У просторі мас-медіа спілкування здійснюється з великими за обсягом, нестійкими, нерегульованими в просторі, неоднорідними і стихійно виникаючими масами людей. З використанням новітніх способів спілкування і передачі інформації змінюється характер спілкування як такого.

Вплив мас-медіа на суспільство є різноплановим. Мас-медіа реалізують кілька позитивних функцій: стирання часових і просторових меж, рекреацію та релаксацію, просвітницьку функцію, ціннісно-нормативну функцію, вони також впливають на процес самореалізації людини [3]. Негативний вплив мас-медіа полягає в тому, що в засобах масової комунікації, особливо в соціальних мережах, вельми активно застосовуються технології сугестивного впливу на людину, що сприяє зміні структури соціальних відносин.

Суб'єктів сучасного інформаційного простору можна розділити на три групи: це – творці інформації (влада, бізнес, еліти), споживачі інформації (аудиторія, суспільство) і транслятори інформації. До останніх ми відносимо ЗМІ, прес-служби, піар-структури, соціальні медіа і блогосферу. Аналізуючи український інформаційний простір відзначимо, що він має кілька типових рис, а також власні особливості розвитку і впливу на цільову аудиторію. Мас-медіа зазнали колосальні зміни в процесі глобалізації, який лише підсилив їх роль в змінненні сучасного світу. Згідно поширеним уявленням, людство вступило в епоху інформаційного суспільства, де ЗМІ придбали неофіційний статус «четвертої влади».

Мас-медіа завжди були важливим чинником трансляції,

ретрансляції і підтримки міфів. У сфері масової комунікації використовуються різні психологічні методи впливу і маніпуляції свідомістю. Всі зростаючі можливості мас-медіа по формуванню ідентичних цінностей зумовили те, що вони стали багато в чому визначальними провідниками ідей, здатними в короткий термін інтегрувати соціальних акторів. Мас-медіа, що включають ЗМІ, виступають в ролі неформальних шляхів освіти, формування ціннісних орієнтацій та ідеологічних конструктів [4]. Через ЗМІ соціальні актори одержують все більше різноманітних і несистематизованих повідомлень про соціальну реальність. Завдяки своїй доступності ЗМІ стають основною формою передачі досвіду для переважної більшості населення планети. Світ набуває того вигляду і тих форм, які створюють мас-медіа. Іншими словами, світ стає видимістю, породженою діяльністю ЗМІ. Реальний час перетворюється на основну форму презентації досвіду. За допомогою ЗМІ формується штучне середовище гіперреальності, що містить в собі приховане або явне відношення до проблем, явищ та подій реального суспільного життя.

Унаслідок безперервного потоку розтиражованих образів, людина виявляється зануреною в особливу – медійну – реальність, що впливає на його сприйняття світу та формує світогляд, що пропонує готові рішення життєво значущих проблем.

Включеність до інформаційного простору суспільства сьогодні має першорядне значення. Стрімке зростання впливу мас-медіа на соціокультурну реальність вимагає від соціальних акторів більш глибокого теоретичного осмислення їх природи, а також актуалізує розвиток здатності соціальних акторів до критичного аналізу медіа-продукції, до розуміння сутності процесів, що відбуваються в глобальному світі [4]. Мас-медіа «примушують» до підвищеної індивідуальної відповідальності, надаючи соціальним акторам широкий вибір сценаріїв діяльності і поведінки не тільки в медіапросторі, але і в інших значущих сферах соціуму.

Список літератури

1. Бутахина Л. Манипулятивный аспект политической коммуникации / Л. Бутахина, А. Филиппова // Вестник Волжского университета имени В. Татищева. – 2016. – №4. – Т. 2. – С. 56–63.
2. Костенко Н. Досвід контент-аналізу: моделі та практики: монографія / Костенко Н., В. Іванов // К.: Центр вільної преси. – 2003. – 200 с.

3. Руденко А. Воздействие средств массовой коммуникации на современное общество / А. Руденко, В. Котлярова // Медиаобразование. Media Education. – 2017. – № 3. – С. 134–142.

4. Шампань П. Двойная зависимость. Несколько замечаний по поводу соотношений между полями политики, экономики и журналистики // Socio-Logos'96. – 1996. – С. 200–211.

УДК 331.108:728.5

Е. П. Радченко

*Научный руководитель: д-р социол. наук,
профессор Е. Г. Михайлева*

КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННОМ ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Анотація. У статті розглядається місце і роль управління персоналом в сучасному готельному бізнесі. Автор акцентує увагу на забезпеченні конкурентоспроможності готелю як основного показника ефективності роботи. Персоналу готелю відводиться системоутворююча роль у функціонуванні готельного бізнесу. Ефективне управління персоналом будується шляхом раціональної комунікації між ієрархічними рівнями персоналу.

Ключові слова: готельний бізнес, управління персоналом, мотивація персоналу, конкурентоспроможність підприємства, підбір персоналу, оцінка персоналу, організація праці.

Annotation. The article considers the place and role of personnel management in the modern hotel business. The author focuses on ensuring competitiveness of a hotel as the main indicator of work efficiency. Hotel personnel are given a system-forming role in the functioning of hotel business. Effective personnel management is built by rational communication between hierarchical levels of personnel.

Key words: hotel business, personnel management, personnel motivation, enterprise competitiveness, personnel selection, personnel assessment, labor organization.

Гостиничный бизнес занимает важное место в современной мировой экономике. За последние несколько десятилетий это направление относится к наиболее динамично развивающимся

и прибыльным видам экономической деятельности. По результатам экономического мониторинга, международный туризм занимает четвертое место (после топлива, химических веществ и автомобильных продуктов) в глобальном экспорте, с промышленной стоимостью 1 трлн долл. США в год, составляя 30% мирового экспорта коммерческих услуг или 6% всего объема экспорта. Ежегодно осуществляется примерно 4 млрд поездок внутреннего туризма, и в 2010 г. были зарегистрированы около 940 млн международных туристов [8, с. 258].

Возрастающие темпы развития гостиничного бизнеса определяют рост численности персонала, задействованного в его функционировании. Однако, наряду с этим, данные процессы стимулируют внимание к вопросам конкуренции в этой отрасли, которые также неизбежно приводят к необходимости решения вопросов качества деятельности персонала.

В этой связи исследователи отмечают, что «главной задачей управления гостиницей должно стать управление ее конкурентоспособностью, формулу которой можно представить в следующем виде. Конкурентоспособность = Качество + Цена + Обслуживание. Управлять конкурентоспособностью значит обеспечивать оптимальное соотношение названных составляющих, направлять основные усилия на решение следующих задач: повышение качества продукции, снижение издержек производства, повышение экономичности и уровня обслуживания. Возможность обеспечения необходимого уровня составляющих конкурентоспособность элементов определяется такими базовыми производственными факторами, как технический уровень отеля, уровень организации производства услуг и управления, а также выполнение персоналом своих функций» [1].

Соответственно, вопросы обеспечения качества деятельности персонала попадают в центр внимания при исследовании конкурентоспособности современного гостиничного бизнеса. Это внимание определяется противоречием между ростом доли гостиничного сектора в мировой экономике и недостаточным количеством и/или качеством персонала для обеспечения его эффективного функционирования.

Данный круг вопросов стал предметом интереса многих исследователей. Так, в работах Я. Барыбиной, В. Лобановой,

М. Гаковой, О. Полтавской и других раскрываются главные аспекты управления персоналом в сфере гостиничного бизнеса, подходы к управлению и мотивации персонала в нем и т.д. Однако высокая динамика развития данного сектора определяет необходимость дальнейшего анализа данного и других круга вопросов.

Цель статьи – обозначить ключевые особенности управления персоналом в сфере гостиничного бизнеса.

Так же, как и любая другая сфера, гостиничный бизнес представляет собой систему, в которой все ее составляющие должны быть гармонично увязаны. В управлении персоналом также можно говорить о системе, которая имеет свою структуру и функциональные нагрузки. Традиционно выделяют такие основные зоны управления персоналом, как формирование персонала компаний, его развитие, оценка и др. Кроме того, важными выступают методы работы с персоналом на разных этапах его пребывания в организации. Кратко остановимся на основных зонах управления персоналом в гостиничном бизнесе.

Первая важная зона – формирование персонала организации. Данная зона сразу указывает на обозначенное нами выше противоречие между потребностями сферы гостиничного бизнеса и количеством/качеством ее персонала. Данная зона предполагает решение ряда важных задач по управлению персоналом, и первая из них – кадровое обеспечение развития гостиничного хозяйства.

Кадровое обеспечение развития гостиничного хозяйства должно опираться на прогнозы реальной потребности в специалистах по профессиям, специальностям и квалификациям. «При разработке прогноза численности работников в гостиничном хозяйстве определено два основных подхода: при наличии достаточной информации при краткосрочном планировании и прогнозировании используется нормативная численность работников, которая определяет оптимальную их количество в соответствии с емкостью, категоричностью и планируемым уровнем доходов предприятия; если использование первого подхода невозможно, то за основу прогнозирования принимаются изменения в спросе на услуги размещения» [3, с. 7].

Также необходимо проводить правильный подбор работников, отвечающих требованиям характера работы. «Многие сотруд-

ники в гостинично-ресторанном бизнесе находятся в непосредственном контакте с клиентами и автоматически вовлечены в процесс достижения основных целей организации, а качество обслуживания зависит не только от их мастерства, но и от их сознания. Удовлетворение клиентов в сфере обслуживания достигается также вежливостью персонала, его отзывчивостью. А эффективное управление людьми превращается в важнейшую функцию управления персоналом» [4, с. 133].

Решение вопросов формирования персонала не решает всех задач, которые стоят в этой сфере. Принципиально важными становятся вопросы использования тех или иных методов управления персоналом.

Исследователи выделяют следующие методы управления персоналом: административные, экономические, социально-психологические [2, с. 20]. Все они эффективно могут использоваться в управлении персоналом в гостиничном бизнесе.

Административные методы опираются на подчиненность объекта субъекту на основании существующей иерархии управления. Административные методы ориентируются на следующие методы поведения: осознанная необходимость трудовой дисциплины, чувство долга, желание человека работать в определенной организации, культура трудовой деятельности. Механизмы их использования достаточно универсальны, поскольку они опираются на нормативные документы.

Экономические методы базируются на использовании экономических рычагов управления. С их помощью осуществляется материальное стимулирование коллектива, отдельных работников. Механизмами экономических методов выступают: система материального поощрения, участие в прибылях и капитале, премии и т.д.

Важным аспектом использования экономических методов управления персоналом в гостиничном бизнесе является проблема соответствия деятельности работника и размера зарплаты, которую он получает. Для этого используется система Pay for Performance – плата за выполнение (PFP). Под PFP понимается применение любых способов оплаты труда, при которых вознаграждение, получаемое работником, зависит от индивидуальных и групповых дифференциаций по выполненной

работе. Эта система распространена в Европе, США, Японии. Тесная связь вознаграждения, которое получает работник, с эффективностью его деятельности приносит дивиденды и сотруднику, и компании. Типичная RFP-программа повышает организационную производительность на 35–49%, а доходы работников – на 13–29%. Работник получает возможность заработать большее количество денег при условии плодотворной работы, а также ориентиры для оценки своей эффективности.

Также широко применяется и система «оплаты по квалификации» в условиях усвоения и использования в работе новой профессии, когда работник получает надбавку к заработной плате. В данной системе наблюдается освоение профессий как по горизонтали (смежные в пределах отдела, департамента и т.д.), так и по вертикали (участку выполнения управленческих функций и т.д.), что обеспечивает мобильность персонала на основе ротации рабочих мест; быстрое освоение новых работ, уменьшение текучести кадров, в целом приводит к росту мотивации и повышению производительности труда, качества услуг увеличению удовлетворенности трудовой деятельностью. Внедрение в действие начисления по такой системе заработной платы происходит с привлечением комиссий из разных категорий персонала и администрации, принимающих решения о материальном поощрении персонала в зависимости от его вклада в трудовой процесс, повышение производительности труда [6, с. 77].

Социально-психологические методы управления персоналом основаны на использовании моральных стимулов к труду и влияют на персонал с помощью психологических механизмов. По мнению исследователей, основными механизмами здесь выступают: создание нормального психологического климата и творческой атмосферы; личный пример; удовлетворение культурных и духовных потребностей работников; установление социальных норм поведения и социального стимулирования развития коллектива; установление моральных санкций и поощрения; социальная защита [2, с. 20–21]. Данные механизмы являются особенно актуальными для сферы гостиничного бизнеса, где социально-психологическая атмосфера может оказывать сильнейшее влияние на качество и результаты деятельности персонала.

Таким образом, все методы управления персоналом могут быть эффективно использованы в гостиничном бизнесе. Однако не менее важной в процессе управления выступает коммуникация.

Эффективное управление персоналом возможно через правильные коммуникации между иерархическими уровнями в гостинице. В структуре ее персонала выделяют такие эшелоны: Эшелон 1 (согласно расписанию структурных подразделений и должностей): горничные, дежурные администраторы дежурные администраторы, уборщики служебных и производственный помещений и дворники, кастелянши, швеи, грузчики, операторы службы сервиса и операторы по бронированию, рабочие технических служб (лифтеры, токари, слесари, сантехники и др.), официанты, буфетчики, мойщики посуды, повара, подсобные рабочие, гардеробщики и тому подобное. Эшелон 2: главный администратор, заведующий секцией, заведующие и начальники отделов и подразделений. Эшелон 3: заместители директора, директор ресторана, главный инженер, главный бухгалтер, юрисконсульт, начальник службы безопасности, инженер по охране труда, иностранные консультанты и др. [5, с. 40–41].

Элементы высшего и низшего уровней связывают два вида сигналов. Сигнал, идущий сверху вниз, конкретизирует задачи, подлежащих развязку на уровне низших элементов. Сигнал, посылаемый вверх, несет высшем элемента информацию об общем положении низшего уровня. Взаимосвязь (взаимодействие) между высшими и низшими решающими элементами этой компоненты управления предприятием гостиничного хозяйств можно представить как схему линейных связей технологической составляющей экономического механизма формированием человеческих ресурсов [5, с. 40–41].

Таким образом, коммуникации выступают сквозным элементом, обеспечивающим оптимальное взаимодействие персонала на разных уровнях управления им.

Для реализации задач по повышению конкурентоспособности гостиничного бизнеса принципиально важным выступают технологии оценки персонала. Эффективным методом оценки персонала в гостиничном бизнесе, кроме традиционных, является фотография рабочего дня. Этот метод представляет собой

определение и фиксацию продолжительности отдельных видов работ и их элементов в течение всего рабочего дня. При проведении фотографии наблюдения начинают в момент начала рабочей смены или ее отдельного отрезка. Наблюдение осуществляют с текущим временем, при этом в специальной форме листа наблюдения отмечают все действия работника, а также перерывы в его работе в той последовательности, в которой они происходят фактически. Одновременно регистрируют текущее время начала и окончания каждого элемента работы.

При реализации фотографии рабочего дня выделяют следующие направления анализа данных: составление фактического баланса рабочего времени; сравнение фактического баланса с нормативным балансом рабочего времени для данного вида работ и выявление отклонений: выполнение нормативного показателя для времени на оперативную работу, выявление факторов, оказывающих влияние на невыполнение указанного норматива времени оперативной работы, анализ выявленных факторов: наличие или отсутствие времени перерывов, обусловленных нарушением нормального хода технологического процесса, наличие или отсутствие времени перерывов, вызванных нарушением трудовой дисциплины, соблюдение принятого на предприятии графика работы и отдыха, соблюдение действующих нормативов времени на обслуживание рабочего места, соблюдение действующих нормативов времени на подготовительно-заключительную работу; коэффициентный анализ данных; определение потерь рабочего времени, которые целесообразно и возможно устранить. Этап анализа результатов наблюдения является заключительным при проведении фотографии рабочего времени, но одновременно с этим именно в ходе анализа данных происходит формирование базы для расчета оптимальной численности персонала организации [7, с. 92–93].

Анализ таких данных дает возможность показать все ли затраты рабочего времени необходимы и рациональны при существующей организации труда, каковы потери рабочего времени и какие мероприятия необходимо осуществить в целях дальнейшего повышения производительности труда.

Необходимо отметить, что «наряду с высокой информационной ценностью фотографии рабочего времени этот метод отли-

чает высокая трудоемкость и значительные затраты времени на обработку результатов наблюдения. Поэтому альтернативой методам непосредственного наблюдения в проведении анализа работы является использование перечня контрольных вопросов по работе» [2, с. 31].

В целом, очевидно, что управление персоналом в сфере гостиничного бизнеса при сохранении общих тенденций использует потенциал тех методик, которые являются более эффективными при работе с персоналом в данной сфере.

Список литературы

1. Бабанчикова О. А. Управление конкурентоспособностью гостиничного предприятия: теория и практика [Электронный ресурс] / Бабанчикова О. А. // Сервис в России и за рубежом. – 2010. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-konkurentosposobnostyu-gostinichnogo-predpriyatiya-teoriya-i-praktika> (дата обращения: 01.04.2018). – Загл. с экрана.

2. Биков М. О. Управління персоналом підприємства готельно-ресторанної сфери в умовах глобалізації : диплом. робота за освіт.-кваліфік. рівнем «магістр» : 242 – Туризм / Биков Микола Олегович ; Терноп. нац. екон. ун-т. – Тернопіль, 2017. – 99 с.

3. Бунтова Н. В. Кадрове забезпечення готельного господарства України: проблеми та шляхи їх вирішення : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.07 / Бунтова Наталія Василівна ; НАН України, Рада по вивченню продукт. сил України. – Київ, 2008. – 22 с.

4. Гакова М. В. Концептуальні підходи до управління персоналом підприємств готельно-ресторанного господарства / М. В. Гакова // Наук. вісн. Полтав. ун-ту економіки і торгівлі. Сер. Економічні науки. – Полтава, 2014. – № 4. – С. 130–134.

5. Лобанова В. А. Система прийняття рішень щодо управління персоналом великих підприємств готельного господарства / В. А. Лобанова // Економічний часопис – XXI. – 2011. – № 3–4. – С. 40–44.

6. Полтавська О. Підходи до удосконалення механізмів матеріального стимулювання персоналу підприємств готельного господарства: аналіз зарубіжного досвіду / Оксана Полтавська // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2015. – Вип. 1 (12). – С. 74–81.

7. Прилепина К. А. Фотография рабочего времени как инструмент оптимизации численности персонала организации / К. А. Прилепина // Вестн. Омск. ун-та. Сер. Экономика. – 2008. – № 3. – С. 92–93.

8. Щетинина К. И. Инновации в гостиничном бизнесе: между-

народный и российский опыт / К. И. Щетинина // Вестн. МГИМО. – 2013. – № 4 (31). – С. 257–266.

УДК 37.011.32

А. А. Соколовская

*Научный руководитель: канд. ист. наук,
доцент Т. А. Удовицкая*

ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ-СПОРТСМЕНОВ

Анотація. У статті окреслено найбільш суттєві проблеми навчання студентів-спортсменів. Головною відомою причиною їх виникнення є необхідність в рівній мірі поєднувати заняття спортом та отримання професійної освіти. У статті зазначено, що ці проблеми загострюються саме в студентський період, коли молодим людям необхідно робити вибір між отриманням професії, пов'язану зі спортом або іншою.

Ключові слова: студенти-спортсмени, професійне навчання, спортивні досягнення, процес навчання.

Annotation. The article deals with the most important issues of sportsmen students' learning. The main known reason of their arising is the necessity to combine equally sports and acquisition of occupational education. It has been stated in the article that these problems are actualized in students' period when young people have to choose between obtaining a profession, connected with sports, or some other one.

Key words: sportsmen students, occupational training, sport achievements, process of education.

Вопросы социального развития личности молодого спортсмена достаточно многогранны. Одной из проблем такого развития является их профессиональная подготовка, которая в определенной части касается получения специальностей, связанных с физкультурой и спортом или, что сложнее, получение профессий, не связанных со спортивной сферой. В принципе, ситуация с профессиональной подготовкой спортсменов достаточно очевидна и общеизвестна такими проблемными явлениями, как выбор профессии и вуза, где есть спортивная команда по профилю студента-спортсмена; «формальное»

присутствие таких студентов на занятиях, а иногда и на сессии, что существенно снижает их профессиональную подготовку; сниженная мотивация к хорошему и отличному обучению, которая вытесняется более сильной мотивацией достижения спортивных успехов и побед; низкая заинтересованность спортивных тренеров в учебных достижениях студентов-спортсменов.

В результате, к моменту окончания вуза, который может совпадать и с окончанием спортивной карьеры, часть молодых людей, имеющих в своем арсенале ряд значимых спортивных достижений, в профессиональном плане и в плане дальнейшего трудоустройства оказываются не готовыми к профессиональной и трудовой деятельности. При этом, у студентов-спортсменов, как правило, нет возможности в студенческий период частично включиться в профессиональную деятельность через формы, которые в настоящее время распространены в студенческой среде (сочетание обучения и работы, дополнительные профессиональные стажировки и тренинги, общение с представителями профессиональной среды выбранной специальности).

Проблемы обучения студентов-спортсменов достаточно широко анализируются и в научной литературе. Так специалисты, которые их изучают, выделяют такие причины, по которым студенты- спортсмены подвержены повышенному риску развития таких проблем:

- особенности жизнедеятельности спортсменов, когда идет формирование их личности и профессиональное становление практически в двойной нагрузке;
- специфика периода юности – периода самоопределения – социального, личностного, профессионального, духовно-практического. И часто это самоопределение происходит перед сложным выбором: остаться в спорте и получать профессию, связанную со спортом или получить другое профессиональное образование;
- особенности формирования жизненных планов, которые тоже могут быть связаны со спортом, а могут и отличаться от нынешней деятельности студента-спортсмена;
- усиление влияния фактора ответственности не только за спортивные достижения, но и за качество обучения;

▪ в это время происходит изменение отношения молодого человека к самому себе. Он начинает понимать, как нужно формировать свой характер и развивать свои способности не только в сорте, а и необходимые для дальнейшей профессиональной деятельности;

▪ некоторые проблемы общего характера могут усугубляться психологическим давлением со стороны тренеров, заинтересованных в спортивных результатах, связанным с участием в спортивных мероприятиях [1].

Специалисты также выделяют основные трудности, с которыми сталкиваются студенты спортсмены. В первую очередь называется главная, одна из самых значимых. Это проблема совмещения учебной и спортивной деятельности.

«Прежде всего, из-за частых поездок на соревнования, спортивные сборы и другие спортивные мероприятия студент вынужден пропускать лекции и семинары, а иногда даже сессии. Надо сказать, спортивные сборы, хоть и уступают по степени значимости соревнованиям, играют важную роль в подготовке профессионального спортсмена, так как это время интенсивных тренировок, что не оставляет возможности заниматься учебной деятельностью.

К тому же, тренировки требуют больших временных затрат, что часто негативно сказывается на общей учебной подготовке студента. Профессиональный спортсмен для достижения высоких результатов, как правило, должен тренироваться 6 дней в неделю, в сумме по времени это около 20 часов в неделю. Кроме того, необходимо соблюдение режима и выполнение графика тренировок, так как от этого зависит прогресс в достижениях спортсмена. Если нарушить режим или ослабить нагрузку, может произойти существенное снижение производительности и результативности спортсмена» [1].

Проблема удовлетворения культурных, духовных потребностей – следующая проблема с которой сталкиваются студенты-спортсмены. График тренировок и соревнований студента, а также график учебной деятельности чаще всего не оставляет времени на посещение каких-либо культурных мероприятий, не связанных со спортом (концерты, выставки и т.д.). Между тем, молодым людям часто хочется сменить

обстановку, посетить интересную выставку, музей, пойти на концерт любимой группы, узнать что-то новое. Отсутствие возможности духовного насыщения может привести к ощущению частичной отстраненности от культурной и социальной жизни общества, что негативно повлияет на настрой студента и в целом на его социальное развитие.

«Еще одна значимая проблема – это вероятность получения травм на соревнованиях и тренировках. Безусловно, государство предоставляет социальные гарантии для спортсменов, а также обязательное страхование на случай получения травмы, однако, когда речь идет о студентах, то здесь проблема травматизма приобретает свои особенности. Во-первых, студент, независимо от степени тяжести травмы, какое-то время не сможет посещать занятия, что обязательно скажется на его успеваемости. Получается, во время занятий спортом профессионально студент не имел возможности успешно обучаться в силу отсутствия времени, теперь же он лишается не только возможности своевременно осваивать новый материал, но также отстает от графиков тренировок, его результативность естественным образом снижается, что может явиться серьезной психологической травмой.

Во-вторых, серьезная травма может повлечь за собой необходимость ухода из профессионального спорта, а также большие временные затраты на восстановление здоровья. Это может породить не только социальные проблемы (например, возможность продолжить учебу, дальнейшее трудоустройство и т.д.), но и проблемы психологического плана. Человек может остро переживать физические ограничения, тяжело переносить то, что ему приходится расстаться с любимым делом и т.д. Переживания по поводу негодности не только в профессиональной сфере, но и в других сферах, отсутствие возможности переквалифицироваться, могут привести к развитию глубокой депрессии, выбраться из которой без помощи профессионалов будет непросто» [1].

Возможным выходом из такой ситуации может быть предельно четкий и неформальный индивидуальный график обучения студентов-спортсменов; формирование мотивации у таких

студентов получения качественного профессионального образования, лучше по специальностям, не связанным со спортом, что повышает их устойчивость на рынке труда; расширение сфер трудоустройства по направлениям, связанным с опытом участия в спорте (физическая реабилитация, преподавание физкультуры, спортивный и «околоспортивный» бизнес).

Кроме существенных проблем студентов-спортсменов специалисты выделяют и позитивные стороны личности таких студентов, которые могут являться факторами их успешной учебы и социализации. Так они отмечают, «что успешность занятий спортом способствует приобретению социального статуса и авторитета в определенной спортивной среде и среди сверстников. К тому времени, когда спортсмен начинает учёбу в учебном заведении, приобретённый статус начинает приносить непосредственные плоды, влияя на его продвижение по социальной лестнице.

Не секрет, что занятия спортом способствуют формированию навыков лидерства, уверенности в себе, качеств, важных в стрессовых ситуациях, и других социальных характеристик, которые помогают при профессиональном самоопределении. Всё это создаёт условия, способствующие социальной и профессиональной мобильности студентов-спортсменов» [2]. Кроме этого, частые соревнования за рубежом позволяют более интенсивно осваивать иностранный язык, который так сегодня необходим современному специалисту, знакомится с практиками социальной и профессиональной деятельности.

В любом случае, серьезно занимаясь спортом, молодые люди в основном представляют все трудности, которые с этим связаны и готовы их преодолевать, как в спортивной деятельности, так в процессе обучения. Нельзя не отметить и то, что большинство преподавателей и руководителей вузов с пониманием и вниманием относятся к таким студентам, что тоже создает для них благоприятные условия. И результатами такой совместной работы, как правило, бывают и высокие спортивные достижения и успешная профессиональная деятельность, развить которую позволяют многие качества, приобретенные в спорте.

Список литературы

1. Пустовалова О.Е. Исследование социальных и психологических проблем студентов-спортсменов / О.Е. Пустовалова // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2016. – № 3 (10). – С. 43–49.
2. Пружинин К. Н. Влияние физкультурно-спортивной деятельности в социализации и профессиональном самоопределении спортсменов [Электронный ресурс] / К. Н. Пружинин // Учетные записки Забайкал. гос. гуманитарно-педагогического ун-та им. Н. Г. Чернышевского. – 2011. – № 5. – С. 78–82. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-fizkulturno-sportivnoy-deyatelnosti-v-sotsializatsii-i-professionalnom-samoopredelenii-sportsmenov> – Название с экрана.

ЗМІСТ

Передмова	3
Економіка	5
<i>Белевцева Е. С.</i> Факторы формирования конкурентоспособности	7
<i>Белоусов Д. В.</i> Сущность реинжиниринга бизнес-процессов ..	13
<i>Василенко Д. В.</i> Антикризисное управление предприятия и инструменты его решения	18
<i>Ивахненко И. Ю.</i> К вопросу оценки комплексного показателя стоимости предприятия	24
<i>Колтунова А. А.</i> Финансово-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятия	29
<i>Кочерова А. О.</i> Особенности формирования стратегии финансовой безопасности предприятия: теоретический аспект	34
<i>Ларин А. А.</i> Сущность управления затратами предприятия ..	40
<i>Лежибокова Я. В.</i> Этапы формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства	45
<i>Малахова Я. А.</i> Логистика строительных организаций	51
<i>Науменко А. А.</i> Исследование сущности деловой репутации предприятия	57
<i>Оганесян М. Г.</i> Выбор и обоснование методов оценки эффективности инвестиционных проектов	62
<i>Осауленко Н. Ю.</i> Экономический потенциал предприятия как основа предпринимательской деятельности	67
<i>Перерва Н. А.</i> Особенности управления акционерным капиталом в Украине	73
<i>Пятковская К. Р.</i> Мотивація і стимулювання трудової діяльності персоналу	77
<i>Ситнікова А. П.</i> Необхідність дослідження системи управління витратами в умовах сучасної економіки	83
<i>Сіняєва А. А.</i> Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: сучасні особливості	88
<i>Тер-Казарян А. А.</i> Регулирование деятельности страховых компаний	93

<i>Тимофійчук С. А.</i> Оценка эффективности управления оборотным капиталом предприятия: коэффициентный анализ	97
<i>Троян Д. Г.</i> К вопросу эффективного управления денежными потоками предприятия	102
<i>Чумак К. В.</i> Анализ существующих подходов к оценке экономической безопасности предприятий	107
<i>Шевелєва Ю. О.</i> Оцінка фінансово-економічного стану ПАТ «САН ІнБев Україна»	112
<i>Шило Е. В.</i> Подходы к количественной оценки человеческого капитала на предприятии	118
Філологія	125
<i>Белая К. С.</i> Фантастика и реальность в творчестве О. Уайльда (на материале романа “The Picture of Dorian Grey”).	127
<i>Кантемир В. Ю.</i> Відтворення експресивних мовних засобів виразності у сучасному англomовному політичному дискурсі	131
<i>Кейгл Д. О.</i> Проблемы перевода научно-технических текстов	136
<i>Костенко Є. І.</i> Способи кодування заборони в англійській мові: прагматичний та перекладацький аналіз	142
<i>Крамар Ю. Б.</i> Передача англomовних назв художніх фільмів українською мовою	148
<i>Острівна М. В.</i> Компаративні фразеологізми в англійській і українській мовах	152
<i>Покуса Ю. Є.</i> Передача ідіостилію О. Гакслі в українських перекладах	157
<i>Тугай М. С.</i> Передача архаїзмів у трагедії «Ромео і Джульєтта» в перекладі Василя Мисика	163
<i>Тижненко А. Ю.</i> Проблематика англomовного сленгу в аспекті теорії перекладу	167
<i>Хубулава Т. М.</i> Відтворення засобів емотивності в українському перекладі	172
<i>Янковський М. О.</i> Системно-структурні особливості інноваційної лексики академічного дискурсу	176

Соціологія	183
<i>Гайдаш Е. В.</i> Мотивация и стимулирование в современных организациях: особенности применения	185
<i>Задорожная Н. Ю.</i> Социальная активность студентов в интернет и в социальных сетях: формы проявления и потенциал раскрытия	191
<i>Курченко О. В.</i> Проблема вивчення впливу мас-медіа на поведінку соціальних акторів	197
<i>Радченко Е. П.</i> Ключевые особенности управления персоналом в современном гостиничном бизнесе	201
<i>Соколовская А. А.</i> Проблемы обучения студентов-спортсменов	209



www.nua.kharkov.ua

e-mail:

rector.hgu.nua@ukr.net

rector@nua.kharkov.ua

prikomnua2@ukr.net

Наукове видання

**ЗБІРНИК ПРАЦЬ
молодих учених
Народної української академії**

Відповідальна за випуск *О. А. Іванова*
Комп'ютерна верстка *І. С. Кордюк*

Підписано до друку 20.10.2018. Формат 60×84/16.
Папір офсетний. Гарнітура «Таймс».
Ум. друк. арк. 12,79. Обл.-вид. арк. 12,34.
Тираж 300 пр. Зам. №

Видавництво
Народної української академії
Свідоцтво № 1153 від 16.12.2002.

Надруковано у видавництві
Народної української академії

Україна, 61000, Харків, МСП, вул. Лермонтовська, 27.