

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

13 травня 2021 рік

Том I

Полтава

Редакційна колегія:

Аранчій В. І., ректор академії, кандидат економічних наук, професор.

Горб О. О., проректор з науково-педагогічної, наукової роботи, професор кафедри екології збалансованого природокористування та захисту довкілля, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Галич О. А., декан факультету економіки та менеджменту, директор Навчально-наукового інституту економіки та бізнесу, професор кафедри інформаційних систем та технологій, кандидат економічних наук, професор.

Дорогань-Писаренко Л. О., декан факультету обліку та фінансів, професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень, кандидат економічних наук, професор.

Дудніков І. А., декан інженерно-технологічного факультету, професор кафедри галузеве машинобудування, кандидат технічних наук, доцент.

Кулинич С. М., декан факультету ветеринарної медицини, професор кафедри хірургії та акушерства, доктор ветеринарних наук, професор.

Маренич М. М., декан факультету агротехнологій та екології, професор кафедри селекції, насінництва і генетики, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Опара М. М., фахівець відділу з питань інтелектуальної власності, професор кафедри землеробства і агрохімії ім. В. І.Сазанова, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Поліщук А. А., декан факультету технології виробництва та переробки продукції тваринництва, доктор сільськогосподарських наук, професор.

Чайка Т. О., начальник редакційно-видавничого відділу, кандидат економічних наук.

Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії, 13 травня 2021 р. Том І. – Полтава: РВВ ПДАА, 2021. –231 с.

© Полтавська державна аграрна академія (ПДАА)



**СЕКЦІЯ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО
ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ,
УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЗОРОСТІ ТА ВІДКРИТОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВОЇ ВЛАДИ

*Довжа М.І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
навчально-наукового інституту економіки,
управління, права та інформаційних технологій*

*Науковий керівник – Мирна О. В.,
кандидат економічних наук, доцент*

На сьогодні актуальною вимогою сучасного розвитку держави та суспільства є встановлення у низці законів та підзаконних актів спеціальних положень, що зобов'язують органи державної влади та органи місцевого самоврядування діяти прозоро, відкрито та гласно. Визначення законодавства щодо опублікування, оприлюднення або іншого поширення інформації про діяльність органу публічної влади в нинішніх умовах не забезпечує інтереси суспільства в цілому та його окремих членів у діяльності владних інституцій. Відкритість як широке розуміння елемента принципу прозорості забезпечує пряму можливість для будь-якої особи, спрямованої на отримання інформації про діяльність органу державної влади чи органу місцевого самоврядування, безпосередньо отримати її. Це в першу чергу доступність громадянина до відповідної інформації, що міститься у відкритому доступі на офіційних веб-сайтах певних органів влади, друкованих виданнях чи засобах масової інформації. В практичному розумінні слід підкреслити такий аспект, як безпосереднє отримання інформації з першоджерела, тобто можливість громадян брати участь у засіданнях, нарадах та слуханнях. Відкритість слід розглядати під кутом можливості, саме прямого доступу людини до установи органу влади та можливість ознайомлення її з протоколами або аудіо- та відеозаписами засідань тощо.

Прозорість влади як елемент забезпечення, дає змогу громадянам розуміти процес ухвалення рішень та мати доступ до важливої інформації. У свою чергу, органи влади розуміють важливість розкриття інформації та залучення громадськості й мають проактивне становище в цьому процесі. Ступінь прозорості та підзвітності місцевої влади збільшується завдяки тому, що міські ради оприлюднюють інформацію в зрозумілому для людей вигляді та надають інструменти дієвого впливу на рішення. Принцип прозорості втілюється не лише через активне висвітлення та надання пасивного доступу до інформації, а й завдяки організації діяльності органів місцевого самоврядування через відкриті процедури, наприклад, публічні засідання.

Фактично, прозорість у своєму вузькому баченні можна розглядати як прямий елемент широкого підходу для визначення принципу прозорості. Тому діяльність органів публічної влади в прямому сенсі має проглядатись наскрізь, іноді такий підхід дійсно застосовують при організації роботи, шляхом спорудження прозорих офісів чи будівель посадових осіб, але це викликає порушення

прав людини та ефективність функціонування самого органу влади. Прозорість повинна розглядатися як здатність будь-якої особи за допомогою певних засобів розуміти всі внутрішні процеси, які впливають на шлях, умови та строки прийняття рішень у кожному конкретному випадку. Поєднання таких елементів принципу прозорості дає комплексний та повний аналіз рівня впровадження та безпеки в кожному органі одного з невід’ємних прав людини – право на доступ до інформації. Крім того, дотримання цих вимог має уникнути незаконної класифікації, засекречення чи ненадання соціально-важливої інформації населенню. На підставі законодавчого рівня та на рівні місцевого правила, фактичні механізми реалізації правил людини та доступ до інформації були розроблені та активно використані [1].

В наш час значна частина державних органів продовжує служити принципам самовільності та приховування. Питання про подолання відповідного ставлення та стереотипного мислення є предметом окремої дискусії і це ілюструє відсутність законодавчих рішень, щоб гарантувати принцип прозорості або демократії державного управління. Нормативне регулювання на рівні законодавства України повинно стати результатом підготовчої роботи усієї «адміністративної вертикалі» та плодом належної практики функціонування державних установ, а згодом – основою для розвитку нових підходів до поліпшення гарантій прав людини правових механізмів, включаючи інформацію та суспільну сферу. Дотримання навіть цієї вимоги є проблемою для деяких органів виконавчої влади через відсутність технічних, організаційних чи кадрових ресурсів, але багато інших вимог дуже часто також далекі від суб’єкта сумнісного дотримання. На жаль, складнішою є ситуація з веб-сайтами органів місцевого самоврядування. З урахуванням цього, здається, доцільно розвивати механізми сприяння усіх органів публічної влади для відкриття, підтримки та оперативного оновлення своїх офіційних веб-сайтів в Інтернеті. Більшість чиновників зовсім не ставлять під сумнів дотримання базових вимог прозорості, включаючи офіційний веб-сайт.

Узагальнення розуміння необхідності розвитку демократії та цивілізації викликає опір та нездатність до належного нормативно-правового регулювання основних принципів прозорості та відкритості у діяльності, наприклад, органів місцевого самоврядування. Доказом недоцільності прийняття відповідного нормативно-правового акта, який буде регулювати всі внутрішні процеси та зобов’язувати їх висвітлювати і оприлюднювати, є твердження: ми й так усе показуємо, усіх допускаємо та все оприлюднюємо. Ця позиція визначає протилежну ситуацію з питань, коли у невеликій кількості реалістичних ситуацій, де принцип прозорості та відкритості надзвичайно критичний, відповідні вимоги не реалізуються або ігноруються [2].

Отже, як наслідок, для забезпечення принципу прозорості як верховенства права, навіть з причин його нездатності, це не завжди є надійним аргументом у відсутності належного нормального регулювання. У більшості країн з розвиненими традиціями демократичного державного управління відповідні інструменти забезпечення прозорості та відкритості державних органів

здійснюються на місцевому або локальному рівні. Це має бути загальним прикладом відповідної адміністративної практики та гарантувати принцип прозорості державних органів та державного управління в цілому.

Список використаних джерел

1. Кілька запитань про рейтинг прозорості міста. URL: <https://transparentcities.in.ua/articles/kilka-zapytan-pro-reytyng-prozorosti-mist>
2. Прозорість як принцип діяльності органів публічної влади. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/12547/Venher_Prozorist_yak_pryntsyp.pdf.

ФУНКЦІ КОМУНІКАЦІЙ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

*Литовченко А.П.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Лозинська Т. М.,
доктор наук з державного управління, професор*

Прийнятий у 2012 р. Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ) «Європейський план дій щодо зміцнення потенціалу і послуг охорони суспільного здоров'я» включає однією із складових інформаційно-роз'яснювальну діяльність (адвокацію), комунікацію і соціальну мобілізацію в інтересах здоров'я [1]. Документом встановлено, що комунікація у сфері охорони суспільного здоров'я спрямована на підвищення медико-санітарної грамотності і поліпшення показників здоров'я на індивідуальному та популяційному рівнях. ВООЗ зазначає, що комунікація «... може набувати різних форм, таких як мультимедійні та інтерактивні (зокрема мобільні та онлайнові) комунікації і більш традиційні комунікації з використанням різних каналів, у залежності від культурних особливостей того чи іншого суспільства, – включаючи міжособистісне спілкування, масові канали або такі, що охоплюють лише невеликі групи, радіо, телебачення, газети, блоги, дошки оголошень, подкасти і обмін відеоматеріалами, повідомлення з мобільних телефонів та онлайнові форуми» [там само]. Однак документи ВООЗ не надають пояснення змісту комунікації як наукового терміну.

Словник іншомовних слів пропонує нам декілька визначень терміну: комунікація (лат., спілкуюсь з кимось): 1. Спілкування, передача інформації. 2. Шляхи сполучення, лінії зв'язку тощо. 3. У філософії екзистенціалізму і персоналізму – спілкування, у процесі якого одна самотня душа відкриває себе іншій, між людьми встановлюється інтимний духовний зв'язок. Комунікація видається за вищу форму зв'язку між людьми. 4. Комунікація масова – суспільний інститут, що виконує завдання формування світогляду і громадської думки широких мас засобами масової інформації і пропаганди [2]. Очевидно, що для цілей

нашого дослідження найбільш прийнятним є четвертий варіант визначення. Звідси: комунікація в системі охорони здоров'я – це суспільні відносини (суспільний інститут), що виникають з приводу підвищення медико-санітарної грамотності та поліпшення здоров'я населення й реалізуються в традиційних, мультимедійних і онлайн-формах спілкування на міжособистісному та популяційному рівнях.

Вивчення наукової літератури, зокрема [3; 4] дозволило окреслити основні функції комунікації в системі охорони здоров'я України:

1. Протидія рекламі нездорових форм поведінки і шкідливої продукції (цигарок, алкоголю, цукру тощо);
2. Поширення інформації щодо можливостей здорового способу життя серед різних цільових аудиторій;
3. Забезпечення дотримання принципу «здоров'я в усіх напрямках державної політики»;
4. Попередження та профілактика захворювань;
5. Отримання достовірної інформації про стан здоров'я населення та формування необхідних баз даних;
6. Підтримка материнства та зменшення дитячої смертності в межах стратегії репродуктивного здоров'я;
7. Встановлення відносин довіри між пацієнтом і лікарем, запобігання самолікуванню та безконтрольному вживанню ліків;
8. Забезпечення широкого доступу до інноваційних розробок медичного характеру, новітніх технологій лікування тощо.

Виходячи з аналізу функцій, можна зазначити, що комунікації в сфері охорони здоров'я вирішують три основні задачі: 1) забезпечують медичну просвіту населення; 2) впливають на зміну способу життя; 3) сприяють співпраці суб'єктів системи охорони здоров'я. Особливо важливого значення набувають комунікаційні заходи, пов'язані зі зміною поведінки людей, оскільки формування здорового способу життя виступає своєрідним профілактичним засобом проти багатьох захворювань. Доцільно звернути увагу на можливості зміни поведінки людей, викладені в документі MINDSPACE [5]. Цим документом визнано, що найсильніший вплив на поведінку людей мають такі чинники:

- посланець, особистість того, хто передає інформацію;
- стимули, обумовлені бажаннями людей уникати зайвих витрат;
- поведінкові патерни – на людей впливає те, що роблять інші;
- нововведення, що базується на вірі в прогрес науки;
- підсвідомі імпульси, обумовлені емоціями, зокрема й негативними;
- егоїзм, обумовлений бажанням людини виглядати краще за інших і пишатися цим.

Перелічені чинники є важливими для дизайну соціальної поведінки і мають бути враховані в комунікаціях у сфері охорони здоров'я.

Список використаних джерел

1. Европейский план действий по укреплению потенциала и услуг обще-

ственного здравоохранения. ВОЗ. Европейский региональный комитет. Мальта, 12-13 сентября 2012 г. URL: https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0008/171773/RC62wd12rev1-Rus-updated.pdf. (Дата звернення 13.04.2021).

2.

2.

Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%25EA%25EE%25EC%25F3%25ED%25B3%25EA%25E0%25F6%25B3%25FF>. (Дата звернення 13.04.2021).

3. Знаменська М. А., Слабкий Г. О., Знаменська Т. К. Комунікації в охороні здоров'я: монограф. К. 2019. 194 с.

4. Ситенко О. Р., Кривенко Є М. Роль комунікаційної діяльності у розвитку охорони здоров'я (огляд літератури). *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. 2015. № 4 (66). С. 49-54.

5. MINDSPACE. Influencing behaviour through public policy. URL: <https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/MINDSPACE.pdf>. (Дата звернення 14.04.2021).

ВОЛОНТЕРСЬКИЙ РУХ ЯК ОБ'ЄКТ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

*Микитченко К.Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Мирна О.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Волонтерська діяльність, яка стала поширеною протягом останніх двох років свідчить про нові перспективи розвитку державно-суспільних відносин в Україні. Значущість та можливості цього виду діяльності визначають зміст трансформації світогляду громадян щодо власної ролі в житті суспільства і держави. Це, зокрема, підтверджується висновками дослідників про те, що значне поширення волонтерського руху в Україні обумовлена внутрішнь-ополітичною кризою та зовнішньої агресією. Наслідком першого фактору стало розбалансування системи державного управління, дефіцит якісних управлінських рішень, брак ресурсних можливостей, наслідком другого — поглиблення дисбалансу між здатністю держави ефективно виконувати свої функції та забезпеченням основних потреб громадян [1, с. 16].

В Україні профільним законодавчим актом, який регулює суспільні відносини з питань волонтерства, є закон України «Про волонтерську діяльність» від 19 квітня 2011 р. У законі ця діяльність визначається як добровільна, соціально спрямована, неприбуткова діяльність, що здійснюється волонтерами шляхом надання волонтерської допомоги [2]. Стосовно особливостей вікових меж у законі зазначено, що особи віком від 14 до 18 років можуть здійснювати волонтерську діяльність за згодою батьків (усиновлювачів), прийомних батьків,

батьків-вихователів або піклувальника. Але ця позиція впроваджує певне обмеження права молоді на самостійність прийняття рішення про зайняття такою діяльністю.

Щодо законодавчих актів, які регулюють питання волонтерської діяльності в Україні, крім профільного закону, також належать закони України «Про соціальну роботу з дітьми та молоддю» від 21 червня 2001 р., «Про соціальні послуги» від 19 червня 2003 р., «Про благодійну діяльність та благодійні організації» від 5 липня 2012 р., «Про фізичну культуру та спорт» від 24 грудня 1993 р.

Стосовно регулювання питань волонтерської діяльності молоді можна зазначити таке. Позитивним аспектом вітчизняного законодавства є закріплення права волонтера на зарахування часу здійснення волонтерської діяльності до навчально-виробничої практики в разі її проходження за напрямом, що відповідає отримуваній спеціальності, за згодою навчального закладу. Такий підхід є дієвим засобом заохочення молоді до волонтерської діяльності. Таким чином, здійснено зв'язок законодавства про волонтерство з освітнім законодавством України. Однак питання волонтерської діяльності молоді потребує подальшого врегулювання, конкретизації в законах України «Про світу», «Про вищу освіту». Це дозволить створити кращі умови для розширення можливостей молодості для отримання вмінь та навичок за різними професійними напрямками діяльності та соціального розвитку молоді завдяки цій діяльності.

Такий підхід повною мірою відповідає політиці ООН. Так, у Молодіжній стратегії ПРООН на 2014-2017 рр. про політику ПРООН щодо волонтерства зазначено, що держави повинні: «Сприяти програмам стажування, виробничої практики та волонтерства для підтримки молодих людей у перехідний період між навчанням та роботою або ж їх реінтеграції на ринку праці після тривалого періоду безробіття через надбання необхідних навичок» [3, с. 61].

Можна зробити висновок про те, що питання волонтерства крім спеціального закону відображено в низці інших законодавчих актів із різних сфер суспільного життя. Цей сегмент громадянської практики, неформальної освіти дуже важливий, тому особливого значення набуває питання конкретизації ролі на місця волонтерської відповідальності в сучасній державній молодіжній політиці. Аналіз нормативно-правових актів свідчить про певну непослідовність визначення державної політики за цим напрямом. Так, у стратегії розвитку державної молодіжної політики на період до 2020 р. питання волонтерської діяльності молоді не включено до напрямів розвитку цієї політики [4].

До завдань органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування належить: сприяння поширення інформації про організації та установи, що залучають до своєї діяльності волонтерів, та про перелік фізичних осіб (у разі їхньої письмової згоди відповідно до закону), організацій та установ, які потребують волонтерської допомоги [5].

З огляду на особливості організаційно-функціонального забезпечення державного управління у сфері волонтерської діяльності та між секторальний характер державної молодіжної політики (освіта, праця, житло, працевлашту-

вання, національно-патріотичне виховання, молодіжний рух, дозвілля, здоровий спосіб життя тощо) можна зазначити наявність труднощів забезпечення розвитку волонтерської діяльності молоді. Беручи до уваги значущість волонтерства для створення умов соціального становлення та розвитку молоді важливо зазначити, що цей сегмент роботи має бути належно відображений у процесі формування та реалізації державної молодіжної політики в Україні.

Список використаних джерел

1. Горєлов Д. М., Корнієвській О.А. Волонтерський рух: світовий досвід та українські Громадянські практики: АНАЛІТ доп. К.: НІСД, 2015. 36 с. URL: www.niss.gov.ua/content/articles/files/volonter-697e4.pdf[Horielov].
2. Про волонтерську діяльність: Закон України від 19 квіт. 2011 р. № 3236-VI. URL: zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3236-17.
3. Аналіз прогалин законодавства України про молодіжну політику в контексті рекомендацій Угоди про асоціацію між Україною та ЄС й іншими відповідними політичними документами ЄС. Підсумковий звіт / виконавець: Кірстен Андерсон, Центр прав дитини Корам, червень 2015 р. 89 с.
4. Матеріали засідання підгрупи, створеної робочою групою з питань благодійництва, волонтерства і громадянської освіти при Координаційній раді з питань розвитку громадянського суспільства, щодо аналізу впливу прийнятого Закону України «Про волонтерську діяльність» на роботу волонтерів і волонтерських груп у державних і громадських організаціях та розвиток громадянського суспільства в Україні. Координаційна рада з питань розвитку громадянського суспільства при Президентові України. URL: civil-rada.in.ua/?p3860.
5. Про внесення змін до деяких законів України щодо волонтерської діяльності: Закон України від 5 берез. 2015 р. № 246-VІІІ- URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/246-19](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/246-19).

СЕРВІСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ Е-ДЕМОКРАТІЇ НА РІВНІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

*Мирний М.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Сердюк О.І.,
кандидат економічних наук, доцент*

Для України інструменти електронної демократії / електронного урядування є відносно новими, тому у 2018 р. вона посідала 82 місце серед 193 країн за результатами комплексного оцінювання розвитку за індексом EGDІ (E-Government Development Index), що свідчить про її значне відставання за темпами впровадження електронного урядування [1].

Однією з найважливіших складових електронної демократії є доступ до

публічної інформації, а іншою є безпосередня участь жителів у процесі управління. За допомогою електронних інструментів в Україні забезпечується участь громадян у творенні публічної політики на всіх рівнях влади. Активно розвиваються такі інноваційні інструменти демократії участі як е-петиції, громадський бюджет, е-звернення. Існує запит на нормативне запровадження е-консультацій, громадських обговорень та громадських рад онлайн, е-голосування, е-виборів тощо. Актуальним є поширення в територіальних громадах практики електронних місцевих ініціатив. Успішність запровадження інструментів е-демократії визначається їх поєднанням з реформою децентралізації.

Концепція розвитку електронного урядування в Україні на період до 2020 р. передбачала трансформаційний шлях подальшого розвитку електронного урядування. Він базується на «посиленні функціональних можливостей електронного урядування та зниженні витрат органів влади на реалізацію владних повноважень шляхом застосування сучасних інноваційних підходів, методологій та технологій (у тому числі Інтернету речей, хмарної інфраструктури, Blockchain, Mobile ID, shareding economy, просування методики опрацювання даних великих обсягів (Big Data), нормативно-правового врегулювання принципів «цифровий за замовчуванням», «одноразове введення інформації» та «сумісність за замовчуванням», а також застосування перспективних форм організації виконання завдань і проектів розвитку електронного урядування, зокрема публічно-приватного партнерства» [2].

На сьогодні в Україні існує достатній банк е-сервісів для поширення в органах місцевого самоврядування технологій е-демократії / урядування.

При створенні органами місцевого самоврядування дієвих механізмів використання сучасних інструментів е-демократії, перш за все, можуть бути використані офіційні державні / урядові портали, єдині платформи колективного користування, власні е-ресурси.

Найбільш відомими та популярними платформами колективного користування є: «Єдина платформа електронної демократії» (сервіси «Місцеві петиції», «Громадський бюджет», «Відкрите місто», «Консультації з громадськістю»; <https://e-dem.ua/>); «Система електронних звернень» (itd.rada.gov.ua/services/petitions/; petition.president.gov.ua); «Відкритий бюджет» (платформа візуалізації та аналізу бюджетної інформації; openbudget.in.ua); «Громадський проект» (платформа для учасницького бюджетування, кожне місто має власний сайт; Кременчук: <https://kremen.pb.org.ua/>); «Розумне місто» (багатофункціональна платформа для електронного врядування та демократії; rozumnemisto.org); «Громадянське суспільство і влада» (інтерактивна урядова інформаційно-аналітична система для проведення консультацій з громадськістю <https://www.kmu.gov.ua/gromadskosti/gromadyanske-suspilstvo-i-vlada>).

Заслужовують на увагу цілий ряд інструментів електронної демократії місцевого рівня. Зокрема, це: «Портал міста» портал відкритих даних Львівської міської ради, що об'єднує ресурси «Основні статистичні показники життя міста», «Показники оцінювання життя мешканцями міста», «Показники ефек-

тивності виконання Комплексної стратегії розвитку Львова»; «Геопортал Львова» - відкрита геоінформаційна система Львівської міської ради, яка забезпечує доступ до містобудівної документації та різної просторової інформації, що стосується містобудування; «Контактний центр міста 1551», який збирає звернення (пропозиції, скарги, заяви, клопотання та подяки) через гарячу лінію КМДА, сайт і мобільний додаток, гарантує розгляд та реагування на всі звернення; «Громадське обговорення проектів нормативно-правових актів КМДА» – портал консультацій з громадськістю шляхом обговорення проектів нормативно-правових актів Київської міської державної адміністрації; «Центр надання адміністративних послуг», (м. Кременчук).

Популяризація е-сервісів в територіальних громадах вимагає проведення відповідних інформаційно-просвітницьких кампаній з залученням лідерів громадської думки та відомих активістів, поширення позитивного досвіду розвитку е-демократії на місцевому рівні.

Важливим залишається нормативне закріплення співмірності офлайн та онлайн-форм участі під час ухвалення рішень та голосування, права на доступ та використання мережі Інтернет, свободи інформації, анонімності, приватності та захисту персональних даних.

Список використаних джерел

1. Барегамян С. Х., Карпі Ю. В. Електронне урядування на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях: сучасний стан та перспективи впровадження в Україні. Державне управління: удосконалення та розвиток. № 11, 2019. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/32.pdf (дата звернення: 27.03.2021).

2. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 20 вересня 2017 р. № 649-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/649-2017-%D1%80> (дата звернення: 27.03.2021).

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ ПРОЄКТІВ

*Мокляк Л.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Мирна О.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Україна, яка споживає у загальному балансі більше 60 – 70 % імпортих енергоресурсів, є однією з енергозалежних країн Європи. І цьому сприяє не тільки їх відсутність, а й неефективне використання, що загрожує національним інтересам та національній безпеці країни. Тому вирішення питань енергозбере-

ження та енергоефективності є одним з першочергових в умовах енергетичної кризи в країні.

В Україні, як і в більшості європейських країн, понад 30 % кінцевої енергії споживається будинками [1]. Це найбільший сектор національної економіки з точки зору енергоспоживання, за яким ідуть промисловість і транспорт. Якщо в індустріальному секторі споживання енергії з часом зменшується (підприємства хоч і поступово, але впроваджують енергоефективні технології), то в житловому нічого не змінюється. Причина такої стагнації – наявність бар'єрів, які перешкоджають власникам житла впроваджувати енергоефективні технології у своїх будинках.

Енергоефективність означає раціональне використання енергетичних ресурсів, досягнення економічно доцільної ефективності використання існуючих паливно-енергетичних ресурсів при дійсному рівні розвитку техніки та технології та дотриманні вимог до навколишнього середовища.

Для населення – це значне скорочення витрат, для країни – економія ресурсів, підвищення продуктивності промисловості і конкурентоспроможності, для екології – обмеження викидів парникових газів в атмосферу, для енергетичних компаній – зниження витрат на паливо і необґрунтованих витрат на будівництво.

Кожний уряд незалежної України одним з головних пріоритетів у своїй діяльності визначав необхідність розв'язання проблем підвищення енергоефективності житлово-комунального господарства. У своїх програмах дій вони намічали шляхи розв'язання цих проблем, розробляли відповідні державні програми, визначали комплекс заходів, які сприяли їх реалізації.

Щоб дати можливість громадянам подавати певні ідеї на конкурс задля покращення життя населення в Полтавській області, було створено ряд програм, які реалізують прагнення громадян до створення проєктів. Даними програмами є «Бюджет участі Полтави», «Бюджет участі Полтавської області», «British Council Активні громадяни», Урядові програми «теплих кредитів» та інші.

Вивчивши проєкти щодо впровадження заходів із енергозбереження та підвищення енергоефективності, згідно Урядової програми, реалізовані в Полтавській області були наступні:

- термомодернізація багатопверхового житлового будинку ОСББ «Меридіан» в м. Кременчук: проведення робіт з облаштування індивідуального теплового пункту (ІТП) та утеплення багатопверхового житлового будинку при підтримці Урядової програми «теплих кредитів» та місцевої програми стимулювання впровадження енергозберігаючих заходів в ОСББ;
- підвищення енергоефективності багатоквартирного будинку за адресою вул. Добровольського, 18 ОСББ «Рубін – 18» м. Горішні Плавні: підвищення енергоефективності багатоквартирного житлового будинку в рамках співпраці зі спільним Проєктом ЄС/ПРООН «МРГ-III»;
- придбання та встановлення ІТП (індивідуального теплового пункту) з

погодним регулюванням в ОСББ «Промінь», будинок по проспекту Героїв Дніпра, 66 м. Горішні Плавні: підвищення енергоефективності багатоквартирного житлового будинку в рамках Урядової програми «теплі кредити» [2].

В Україні також може бути використаний досвід Угорщини, особливо в таких містах, як Львів, Одеса, Миколаїв, Харків та інших, де в центральній частині міста зосереджена велика кількість старих будівель, які мають історично-архітектурну цінність.

Європейський досвід доводить, що в результаті заходів з енергозбереження (утеплення, тощо) споживання енергоресурсів знижується десь на 30 – 40 %. За оцінками експертів, реалізація проектів термомодернізації житлових будинків дала б можливість щороку економити понад 30 млн мВт/год, або приблизно 7 млрд грн.

Як бачимо, Україна – далеко не перша держава у Європі, яка стикнулася з необхідністю підвищення енергоефективності житлових будинків та будівель соціального призначення. Позитивним для нас є те, що, освоюючи нові технології, ми вже можемо покладатися на практичний досвід інших країн. Акумулюючи результати вже реалізованих реформ і власних розробок, ми можемо знайти найбільш прийнятні моделі для кожного регіону України, враховуючи його індивідуальну специфіку. Енергоефективність повинна стати не просто пріоритетом держави, вона повинна стати державною релігією, догмою, аксіомою і «ідеєю фікс» окремо взятої людини.

Список використаних джерел

1. Інтернет-портал «ЛІГА:ЗАКОН» Комплексна державна програма енергозбереження України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/FIN41650>. (Дата звернення: 13.04.2021)

2. Міністерство розвитку громад та територій України. URL: <https://www.minregion.gov.ua/>. (Дата звернення: 13.04.2021)

АНАЛІЗ СПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

*Пиляк І.І.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Мирна О.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

В сучасних умовах реформи місцевого самоврядування одним з найбільш пріоритетних завдань є забезпечення спроможності територіальних громад. Зауважимо, лише спроможна територіальна громада має здатність акумулювати необхідні ресурси для ефективного надання суспільних послуг. З огляду на зазначене актуалізуються питання науково-практичних засад функціонування територіальних громад з виокремленням критеріальних ознак досягнення їх

спроможності, суб'єктної приналежності, елементів функціональної спроможності.

У 2015 р. у контексті реформи адміністративно-територіального устрою та територіальної організації влади в науковий та практичний лексикон введено поняття «спроможна територіальна громада». Теоретичне обґрунтування сутності спроможної територіальної громади визначається єдністю двох понять: «територіальна громада» та «спроможність». Варто звернути увагу на різноманітність підходів до трактування категорії «територіальна громада». Так, Л. Я. Беневська виокремила територіальну громаду з трьох позицій (як соціальну спільноту, як базову ланку адміністративно-територіального устрою, як суб'єкт місцевого самоврядування) та запропонувала системний підхід до визначення територіальної громади як комплексне поєднання трьох попередніх [1, с. 35]. Х. О. Патицька розглядає якісний, екологічний, етнографічний, соціологічний, економічний підходи та наводить власне визначення територіальної громади, який відрізняється від інших підходів акцентом на потребі забезпечення інтересів кожного жителя-члена громади, території та безпосередньо територіальної громади [2]. Законодавче підґрунтя сутності терміна «територіальна громада» закріплено в Конституції України, Законі України «Про місцеве самоврядування», Законопроекті «Про засади адміністративно-територіального устрою України». Поняття спроможності визначається в Академічному словнику української мови, по-перше, як наявність умов, сприятливих для чого-небудь, обставин, які допомагають чомусь; по-друге, як здатність до здійснення чого-небудь; по-третє, як можливість [3]. Багато вітчизняних науковців у своїх дослідженнях оперують нормативно-правовим визначенням «спроможна територіальна громада», однак слід зауважити, що виключність такого формулювання піддається сумніву та потребує додаткової аргументації. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні визначає потребу у формуванні спроможних громад через «проблему погіршення якості та доступності публічних послуг внаслідок ресурсної неспроможності переважної більшості органів місцевого самоврядування здійснювати власні і делеговані повноваження, а також нерозвиненість форм прямого народовладдя, неспроможність членів громад до солідарних дій, спрямованих на захист своїх прав та інтересів, у співпраці з органами місцевого самоврядування і місцевими органами виконавчої влади та досягнення спільних цілей розвитку громади». Очікуваними результатами реалізації цієї Концепції є «утворення об'єднаних територіальних громад, спроможних самостійно або через органи місцевого самоврядування вирішувати питання місцевого значення» [4]. Власне, саме в Концепції закладено широкий підхід до розуміння сутності територіальних громад та їх спроможності через чітку аргументацію проблематики функціонування органів місцевого самоврядування та низької громадської участі при вирішенні питань місцевого значення. Методика формування спроможних громад визначає спроможними територіальні громади сіл (селищ, міст), які в результаті добровільного об'єднання здатні самостійно або через відповідні органи місцевого самоврядування забезпечити належний рівень

надання послуг, зокрема у сфері освіти, культури, охорони здоров'я, соціального захисту, житлово-комунального господарства, враховуючи кадрові ресурси, фінансове забезпечення та розвиток інфраструктури відповідної адміністративно-територіальної одиниці [5]. Таким чином, у Методиці відображено більш звужений підхід до визначення спроможних територіальних громад, ніж задекларований концептуально. Слід також звернути увагу на теоретичну неузгодженість багатьох видів спроможності територіальних громад, адже в згаданій вище Концепції вживаються терміни правової, організаційної та фінансової спроможності місцевого самоврядування (принципи); правової, організаційної та матеріальної спроможності територіальних громад, органів місцевого самоврядування (очікувані результати). У виданні ОЕСР «Підтримання темпу процесу децентралізації в Україні» використовують поняття фінансової та інвестиційної спроможності громади, а також операційної та управлінської спроможності [6]. Нам імпонує точка зору О. В. Сизоненко, яка стверджує, що варто розрізняти три види спроможності: 1) потенціальну чи розрахункову спроможність; 2) спроможність, яка юридично визнається КМУ; 3) реальну спроможність [7]. Однак, на нашу думку, розрахункова спроможність радше характеризується як наявність умов для формування спроможних громад, адже в процесі функціонування (навіть за наявності майже однакових умов) територіальні громади, обираючи різні інструменти досягнення результатів, в кінцевому випадку можуть характеризуватись різними рівнями досягнення спроможності або ж взагалі вважатись неспроможними. Різноманітність підходів і відмінні акценти при формулюванні сутності поняття «спроможна територіальна громада» потребує авторської інтерпретації вказаного терміна, з'ясування суб'єктної визначеності, основних елементів функціональної спроможності та критеріальних ознак її досягнення Суб'єктна визначеність. Варто розрізняти спроможність територіальної громади та спроможність виключно органів виконавчої влади. Спроможність територіальної громади визначається єдністю спроможності органів влади та участі мешканців громади в її життєдіяльності. Елементи функціональної спроможності. На нашу думку, слід розрізняти бюджетну спроможність, інфраструктурну та кадрову спроможність територіальної громади, комплексне урахування яких являє собою їх функціональну спроможність. Загалом функціональна спроможність територіальних громад визначається сукупністю ресурсів, процесів і результатів, що у підсумку дозволять зробити висновок про рівень досягнення спроможності, а також спроможність чи неспроможність територіальної громади. Так, Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства щорічно проводить оцінювання фінансової спроможності територіальних громад, за результатами якого формує їх рейтинг. Позиція Міністерства полягає в тому, що цей рейтинг може бути використаний «для здійснення аналізу щодо ефективності мобілізації власних ресурсів, раціональності використання бюджетних коштів і прийняття якісних управлінських рішень» [8]. В оцінці враховано окремі показники, зокрема власні доходи на одного мешканця, рівень дотаційності та капітальних видатків на одного мешканця без субвенцій з держбюджету, пито-

ма вага видатків на утримання апарату управління у власних ресурсах [8]. Виходячи з базового визначення спроможної територіальної громади, на нашу думку, критеріальними показниками (короткострокові цілі) передусім мали б слугувати секторальні показники надання публічних послуг. Іншим, не менш важливим, напрямом оцінювання спроможності є параметризація ознак розвитку громади, наприклад встановлення порогових значень обсягу капітальних видатків та інших показників. Таким чином, важливо розрізняти спроможність, по-перше, як здатність задовольняти послуги, а подруге, як можливість її соціально-економічного розвитку. Підсумовуючи вищевикладені міркування, сформуємо визначення спроможності територіальних громад. На нашу думку, спроможність територіальної громади – це наявність умов (фінансових, інфраструктурних і кадрових), на основі яких у процесі функціонування визначається здатність територіальної громади надавати публічні послуги, а також можливість задіяти невикористаний та прихований потенціал (інвестиційний, економічний, людський, управлінський, фінансовий, громадської участі) задля розумного, сталого та інклюзивного розвитку територіальної громади.

Список використаних джерел

1. Беновська Л. Я. Територіальна громада як суб'єкт регулювання розвитку територій: теоретичні аспекти. *Регіональна економіка*. 2018. № 1. С. 30-39.
2. Патицька Х. О. Територіальна громада в політико-правовій практиці сучасної України. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2014. Вип. 4(108). С. 320-328. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2014_4_41
3. Спроможність. Академічний словник української мови: сайт. 2018. URL: <http://sum.in.ua/s/spromozhnistj>
4. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 р. №333-р. Законодавство України: сайт. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-p>
5. Про затвердження Методики формування спроможних територіальних громад: постанова Кабінету Міністрів України від 8.04.2015 р. №214. Законодавство України: сайт. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/214-2015-p>
6. Підтримання темпу процесу децентралізації в Україні. ОЕСР: сайт. 2018. URL: <https://read.oecdilibrary.org/urban-rural-and-regionaldevelopment/9789264301481>
7. Сизоненко О. В. Проблеми формування спроможних територіальних громад в умовах процесу децентралізації. *Експериментальні та теоретичні дослідження в сучасних науках*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 5 серпня 2018 р. у м. Суми. 2018. Т. 2. С. 92-95.
8. Оцінка фінансової спроможності 366 об'єднаних територіальних громад за 2017 р. Децентралізація в Україні: сайт. Лютий 2018 р. URL: https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/library/file/177/Буклет_-_Рейтинг_фін._спром_366_ОТГ_за_2017.pdf

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ЦІНОУТВОРЕННЯ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ

*Миколаєнко Анна,
здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг СВО Бакалавр, ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Дядик Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Сучасна теорія ціноутворення пропонує надзвичайно широкий спектр наукових методів установлення ціни та способів її зміни в бік підвищення чи зниження. Маркетинг є процесом планування і здійснення задумів, ціноутворення, просування і реалізації ідей, товарів і послуг за допомогою обміну, задовольняє цілі окремих осіб і організацій. Передусім ціна є важливим елементом, який визначає фінансову стабільність підприємства, його здатність до фінансового ризику. Скажімо, якщо підприємство завищує ціни, то виникає проблема з реалізацією продукції. Це завжди призводить до збільшення дебіторської та кредиторської заборгованості. Цінова політика підприємства є однією з основних складових частин його маркетингової діяльності в сучасних умовах. Правильна розробка цінової політики вимагає від вітчизняних підприємств ретельного аналізу всіх факторів, що можуть впливати на ухвалення рішень, які стосуються цін. Процес ціноутворення потребує визначення складу і структури, а також величини впливу на ціну всіх ціноутворюючих факторів [1].

Усі методи ціноутворення, що застосовуються в маркетингу, класифікуються за двома великими сукупностями: прямими та непрямими методами ціноутворення. Методи прямого ціноутворення передбачають безпосереднє визначення ціни, тобто такі методи дають змогу отримати кількісну характеристику ціни. Методи прямого ціноутворення ґрунтуються на дослідженні властивостей товару та пов'язаних із ним категорій (попитом, собівартістю, конкуренцією тощо). Методи непрямого ціноутворення не дають змоги безпосередньо визначити ціну, але ці методи певним чином впливають або на саму ціну, або на її сприйняття споживачами. Методи непрямого ціноутворення ґрунтуються на категорії товарної пропозиції, тобто на товарі та на комплексі маркетингових заходів, що супроводжують його споживання або використання. Основні сучасні методики маркетингового ціноутворення ґрунтуються на сукупності методів: витратних (побудованих на обліку фактичних витрат на виробництво і реалізацію продукції); ринкових (орієнтованих на споживачів та конкуренцію); параметричних (що враховують у ціні техніко-економічні характеристики продукції) [2].

У практиці ціноутворення вітчизняних підприємств витратний підхід є найбільш поширеним. Він використовується переважно в галузях зі стабільним попитом і конкуренцією. Ринковий підхід передбачає процес формування ціни у сфері обігу, а не у сфері виробництва. За цього підходу основна увага приділяється сприйняттю товару покупцем. Параметричні методи широко за-

стосовуються для розрахунку цін серійних товарів споживчого та виробничого призначення та під час ціноутворення нових товарів. За результатами аналізу переваг і недоліків застосування методів ціноутворення та власних досліджень можна зробити висновки, що здебільшого обмеження є в: надмірному врахуванні внутрішніх чинників; недостатньому врахуванні ринкових чинників, які не пов'язані з конкретним виробництвом; використанні економічних моделей, що не повністю відображають господарські процеси підприємства. Отже, формування маркетингової цінової політики потребує індивідуального підходу до її розробки. Надання маркетологам усебічної та детальної інформації забезпечить правильну цінову політику підприємства [3].

В умовах нестабільного розвитку економіки України проблема підвищення ефективності господарювання вітчизняних підприємств набуває все більшої актуальності. Одним із шляхів її розв'язання є визначення ціни на продукцію, яка, з одного боку, забезпечує підприємству компенсацію витрат та отримання цільового прибутку, з іншого – відповідає ринковим позиціям продукції (серед конкурентів), а в цілому – задовольняє запити споживачів.

Список використаних джерел:

1. Zahrebelna I., Berezina L., Diadyk T., Maksymenko O. Development of integration processes in agro-industrial sphere. *International Journal of Engineering & Technology*. 2018. № 7 (4.8). С. 263-269. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/a9a9/160de1f47a162b22091da22569657ca59c60.pdf> (дата звернення: 14.04.2021).
2. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу. URL: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/58.pdf> (дата звернення: 14.04.2021).
3. Шкварчук Л.О. Ціноутворення: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2006. 460 с.

ФАКТОРИ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

*Золотоверх Анна,
здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг СВО Бакалавр, ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Дядик Т.В.,
Кандидат економічних наук, доцент*

Ринкове ціноутворення базується на загальних об'єктивних і суб'єктивних законах, що діють у суспільстві. Основними з них є закони вартості, попиту, пропозиції, товарно-грошового обігу, корисності благ. Саме вони визначають особливості ціноутворення й подальшу політику його на підприємстві. Ціна товару та його цінність (корисність) проходять перевірку ринком і остаточно формуються на ринку. Кожна фірма ставить до проблем ціноутворення по-своєму [1].

У галузях, де фактори ціноутворення відіграють вирішальну роль (нафто-газовий комплекс, виробництво електроенергії, залізничні перевезення, зв'язок тощо) на підприємствах створюються відділи цін, які розробляють цінову політику або допомагають робити це іншим підрозділам. До основних внутрішніх факторів належать: види товару, що виробляється фірмою (продукція виробничо-технічного призначення, споживчі товари, послуги); витрати підприємства; цілі фірми; розмір фірми (великі фірми є ціновими лідерами); особливості виробничого процесу; життєвий цикл товару; мобільність виробничого процесу; частка ринку, що займає фірма, і становище конкурентів; географія і структура розподілу тощо. Окрім зазначених внутрішніх факторів на встановлення ціни мають вплив фактори, що визначають цінову чутливість споживачів [2].

Основними ціноутворюючими факторами є величина і динаміка попиту та пропонування продукції. Ринок та попит встановлюють верхню границю рівня цін, а витрати – нижній. Кінцеві споживачі та закупівельники промислових товарів врівноважують ціну на товари та види послуг із врахуванням отриманої вигоди від можливості мати чи користуватися товаром чи послугою. Проте ступінь свободи формування продавцем ціни змінюється в залежності від типу ринку. Взагалі фактори поділяють на зовнішні та внутрішні. Проте дані фактори підлягають більш розширеному розподілу та утворюють систему ціноутворюючих факторів (табл. 1).

Таблиця 1

Зовнішні та внутрішні чинники маркетингової цінової політики

Внутрішні фактори	Зовнішні фактори
- мета маркетингу	- тип ринку
- обсяг пропозицій	- кон'юнктура ринку
- типи витрат	- конкуренти
- умови постачань	- характер і рівень попиту
- якість продукції	- споживачі
- етап життєвого циклу товару	- торгівельні посередники
- метод ціноутворення	- державна політика
- рівень новизни товару	- регулювання цін
	- рівень інфляції
	- Науково-технічний прогрес

Джерело: [3]

Основними задачами маркетингового розрахунку цін є врахування відповідних факторів, які зменшують чи розширюють можливий інтервал варіацій цін на то чи інший товар, можна говорити про певну структуру факторів, які так чи інакше впливають на процеси ціноутворення. Значення такого чинника як «ціна» в маркетингу – одна з головних проблем маркетингу взагалі і промислового маркетингу зокрема. Таким чином, процес маркетингового ціноутворення надзвичайно складний, оскільки потрібно враховувати постійний вплив багатьох факторів, які дія яких відбувається постійно та одночасно. Тому

основним ключовим фактором успіху маркетолога, який визначає ціну товару на ринку, є постійне вивчення ринку та споживачів.

Список використаних джерел:

1. Фактори маркетингового ціноутворення. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/17366/1/Pchelyanska%20115-118.pdf> (дата звернення: 12.04.2021).
2. Економічна теорія: фактори ціноутворення. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/21575/ (дата звернення: 12.04.2021).
3. Фактори ціноутворення. URL: <https://studfile.net/preview/5367101/page:2/> (дата звернення: 13.04.2021).

АНАЛІЗ ЦІН СУЧАСНОГО СТАНУ СВІТОВОГО РИНКУ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ

*Поливода Максим,
здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг СВО Бакалавр, ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Дядик Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Вже декілька десятиліть поспіль людство не уявляє своє життя без «досягнень цивілізації», тобто побутової техніки. Плоди технічного прогресу увійшли в наше повсякденне життя і стали його невід’ємною частиною. Під час нових економічних умов споживачі намагаються інвестувати заощадження у технічно складні товари тривалого використання, наприклад у побутову техніку та електроніку, засоби зв’язку. Зростання кількості пропозицій, збільшення кількості місць їх придбання, застосування в торгівлі технологій мультиканальних продаж та просування призвели до того, що у торговельних мереж існує проблема пошуку найбільш оптимальних шляхів залучення й подальшого утримання клієнтів, які намагаються вибрати для себе найбільш зручний канал отримання необхідної інформації та здійснення покупки.

Виробництво побутової техніки є глобалізованим і це підтверджується постійним зростанням його динаміки. Із розвитком та поширенням глобалізаційних процесів, інформаційних технологій, технологізаційних тенденцій у світі відбуваються й відповідні зміни в умовах виробництва побутової техніки. Вдале пристосування до змін є запорукою успіху суб’єктів ринку та закріплення національної позиції на світовій арені. Тому актуальними та важливими залишаються дослідження еволюційних змін та особливостей міжнародного бізнесу в галузі виробництва побутової техніки.

Серед промислових товарів, призначених для особистого споживання, виділяють специфічну групу товарів культурно-побутового та господарського вжитку. До культурно-побутових товарів відносять побутову електронну апаратуру.

туру (телевізори, магнітофони, відеотехніку, персональні комп'ютери, калькулятори), годинники, фотоапаратуру та ін.; до господарських товарів – холодильники, пральні машини, мікрохвильові печі, пылососи, широку гаму інших електропобутових приладів. Наведені товари, а також легкові автомашины, катери, яхти, спортивнотуристський інвентар в економічній літературі називають товарами тривалого користування, оскільки розглянутий у часі період їх споживання визначає особливості ринку цих товарів. За даними аналітичної компанії GfK, у 2018 р. світові продажі побутової техніки та електроніки вперше перевищили позначку в 1 трлн. євро. У 2019 р. GfK прогнозує зростання продажів ще на 2%, завдяки чому глобальний ринок зросте до рівня 1,03 трлн. євро. Зазначена цифра в один трильйон на 4% більше, ніж у 2017 р. Продажі зросли в сегментах телекомунікацій (+7%), малої побутової техніки (+7%), споживчої електроніки (+6%) та офісному обладнанні (+1%). У сегменті великої побутової техніки продажі знизилися на 1% [1].

Позиції найбільшого ринку в 2018 р. продовжує утримувати Азіатсько-Тихоокеанський регіон із часткою продажів 42%, за ним йдуть Європа (25%), Північна Америка (20%), Латинська Америка (7%) і регіон Близького Сходу, Туреччина, Африка (6%). Велика побутова техніка – як і раніше, другий за величиною сегмент ринку. Продажі на ньому становили близько 177 млрд. євро. На побутову техніку (холодильники, мікрохвильовки, пральні машини) в 2018 р. припало близько 17% продажів ринку. Зростання в 2018 р. демонстрували ринки Латинської Америки (+6%), Європи (+3%) і Азіатсько-Тихоокеанського регіону (+2%). За прогнозами GfK, до кінця 2019 р. збережеться глобальне зростання, продажі зростуть на 6% [2]. На комп'ютерні товари й офісні пристрої, включаючи витратні матеріали, у 2018 р. споживачі в усьому світі витратили близько 157 млрд. євро. У сегменті комп'ютерної техніки і периферії спостерігається зростання попиту на високопродуктивні пристрої, особливо це стосується ігрових ПК і ноутбуків. У секторі офісного обладнання та витратних матеріалів глобальні продажі зросли на 3% і становили приблизно 16 млрд. євро. За результатами 2019 р. оборот сегмента може знизитися приблизно на 3%.

Таким чином, сучасний ринок виробництва побутової техніки є сегментованим та монопольним, оскільки більшість ніш та сегментів тривалий час контролюється окремими виробниками та брендами великої побутової техніки. Також існує динамізм у його розвитку, що зумовлено проникненням світових виробників на ринки великої побутової техніки країн СНД, Латинської Америки, Африки, зростанням виробництва китайської великої побутової техніки в рамках використання дешевої робочої сили, перенесення шкідливих для навколишнього природного середовища етапів виробничого процесу в країни Африки.

Список використаних джерел:

1. Національна рада розвідки: глобальні тенденції та альтернативні світи
URL: <http://www.days.gov/index.php/about/organization/nationalintelligencecouncil->

[global](#) (дата звернення: 15.04.2021).

2. Економна побутова техніка: навіщо Україні європейське енергетичне маркування.URL:

http://texty.org.ua/pg/blog/nartext/read/73946/Jekonomna_pobutova_tehnika_navishho_Ukrajin_i_jevrogetychne (дата звернення: 15.04.2021).

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ КАВИ В УКРАЇНІ

*Петрик Катерина,
здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг СВО Бакалавр, ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Дядик Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Вирішальну роль у забезпеченні ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства та його конкурентоспроможності на ринку відіграє маркетинг [1]. Україні ринок кави є одним з найбільш швидкозростаючих. В 2020 р. середньодобове споживання кави в Україні збільшилося на 25 % порівняно з 2019 р. Але за останні декілька років, через збільшення цін на продукцію та зменшення купівельної спроможності населення в Україні, ринок кави в натуральному вираженні скоротився на 20 %. Найбільшими експортерами кави в нашій країні в минулому році були В'єтнам, Польща, Індія та Італія. Разом ці країни поставили 57,3 % імпоротної кави.

Ринок кави в Україні включає в себе кілька сегментів: натуральна (зернова і мелена), розчинна (сублімована, гранульована і порошкова), кавові суміші, кавові напої. Найбільш популярним в структурі продажів кавової продукції є розчинна кава, яка становить близько 40 % . Хоча українці все ще віддають перевагу розчинній каві, попит на зернову зростає дуже динамічно, Його темп найвищий в Європі. І це не дивно, так як рівень споживання натуральної кави на одного жителя у нас в рази нижчий за європейські показники. Так, якщо українець випиває в середньому 3 кг меленої кави, то італієць – 5,5 кг, а швед або фін – 12,4 кг [2].

Місткість ринку кави продовжує зростати. Приросту ринку, в певній мірі, сприяє збільшення культури споживання кави поза будинком – в кафе, барах, ресторанах, на роботі. Вибір українського населення на користь розчинної кави зумовлюється звичками швидкого харчування та споживання напоїв, а також особливостями менталітету українців. Значну частину розчинної кави на українському ринку представляють, в основному, зарубіжні компанії, зокрема: транснаціональні корпорації «Нестле» (Nestle) і «Крафт» (Kraft). У сегменті кавових міксів лідирує «Фудаворлд Маркетинг ТОВ» (Foodaworld Marketing Pte. Ltd). В результаті досліджень встановлено, що на заході країни каву п'ють більше, ніж на сході (табл. 1).

Переваги до вживання кави по регіонах України

Регіон	Не вживаю кави, %	Натуральна кава, %	Кавовий напій, %	Розчинна кава, %
Західний	29,9	3,8	23,3	43,1
Західно-Центральний	41,8	3,3	7,8	47,1
Південний	33,6	4,2	17,6	44,5
Східно-Центральний	37,0	1,4	7,5	54,0
Східний	39	2,1	12,7	47,0

Ринок кави характеризується слабкою сезонністю: спостерігається. Щорічне тимчасове зниження продажів в літні місяці – на 2-4 % з значним відновленням у вересні. Найвищий сезон для ринку кави припадає на зимовий період. Найпопулярнішими ТМ в сегменті зернової кави на сьогоднішній день в Україні є Lavazza, Jacobs і кава зі Львова.

При виборі конкретного виду кави, покупці в Україні орієнтуються спочатку на свої смакові уподобання, а потім – на країну-виробника, репутацію бренду і ціну. Останнім часом зміцнюються позиції кави як елемента швидкого харчування. Його все частіше купують в міських фастфудах на винос. Для кавових гурманів активно відкриваються авторські заклади, де практикуються особливі методи приготування напою, за які клієнти готові платити більше. Ланцюг постачання кави складний. Кавові зерна надходять від виробників трейдерам, від переробників до експортерів, і, нарешті, від тих, хто обсмажує каву до роздрібних торговців.

Спостерігаючи коливання цін на світовому ринку можна дійти висновку що, споживачі у Великій Британії платять найбільше – 16,29 долара за фунт (0,45 кг) розчинної кави. За Британією слідує Мальта з ціною у 13,33 долара та Італія з ціною у 7,45 доларів за фунт обсмаженої кави. Польські поціновувачі кави платять за щоденну дозу кофеїну найменше – 3,17 долара.

Збільшення фінансового добробуту наших співвітчизників буде сприяти зростанню попиту на каву в Україні, причому, чим більш заможними ставатимуть українці, тим більше вони будуть купувати якісні та дорогі сорти. Очікується подальше зростання споживання меленої кави і зниження частки споживання розчинної, яке сприяє розвитку кавової культури в країні.

Підсумовуючи, слід зазначити, що ринок кави в Україні є досить перспективним із значним потенціалом. Серед каналів найбільшу частку в продажах кави займають гіпер/супермаркети – 43 % в натуральному вираженні і 45 % в грошовому. Важливим є те, що за рахунок зростання обсягів внутрішнього виробництва зменшується кількість імпоротної продукції. Найбільш популярними марками кави в Україні є Lavazza, Jacobs, Nescafe, Carte Noire, Галка, MacCoffee і Tchibo.

Список використаних джерел:

1. Дядик Т.В, Іващенко М.Ф. Роль маркетингу в забезпечення економічної безпеки підприємства. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку*. Збірник тез XI Міжнародної науково-практичної конференції. Полтава: ПДАА. 2019. С. 41-44.
2. Ковінько О.М. Маркетингове дослідження розчинної кави. *Матеріали X Міжнародної Науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасної науки»*. 2015. Том 4. С. 23-29.

ЦІНОВА І НЕЦІНОВА КОНКУРЕНЦІЯ

*Цирульнікова Юлія,
здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг СВО Бакалавр, ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Дядик Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Сучасна ринкова економіка являє собою складний організм, що складається з різноманітних виробничих, комерційних, фінансових та інформаційних структур, які взаємодіють на фоні розгалуженої системи правових норм, і об'єднуються єдиним поняттям – ринок. За визначенням ринок – це організована структура, де «зустрічаються» виробники і споживачі, продавці і покупці, де в результаті взаємодії попиту споживачів (попитом називається кількість товару, яку споживачі можуть купити за певною ціною) і пропозиції виробників (пропозиція – це кількість товару, яку виробники продають за певною ціною) встановлюються і ціни товарів, і обсяги продаж. При розгляді структурної організації ринку визначальне значення має кількість виробників (продавців) і кількість споживачів (покупців), що беруть участь у процесі обміну загального еквіваленту вартості (грошей) на якийсь товар. Ця кількість виробників і споживачів, характер і структура відносин між ними визначають взаємодію попиту і пропозиції.

Центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин є поняття конкуренції (competition). Конкуренція – це найважливіша ланка всієї системи ринкового господарства. Стимулом, що спонукає людину до конкурентної боротьби, є прагнення перевершити інших. Предметом конкурентного суперництва на ринках є частки ринку, контрольовані тими чи іншими товаровиробниками. Конкурентна боротьба – це динамічний процес, який сприяє ліпшому забезпеченню ринку товарами. В якості засобів в конкурентній боротьбі для поліпшення своїх позицій на ринку компанії використовують, зокрема, якість виробів, ціну, сервісне обслуговування, асортимент, умови поставок і платежів, рекламу. Однією з традиційних форм конкурентної боротьби є маніпулювання цінами – так звані «війна цін». Вона здійснюється багатьма способами: зниженням цін, локальними змінами цін, сезонними розпродажами, наданням більшого

обсягу послуг за існуючими цінами, подовженням термінів споживчого кредиту тощо. Здебільшого цінова конкуренція застосовується для виштовхування з ринку слабших суперників або проникнення на вже засвоєний ринок [1].

Більш ефективною й більш сучасною формою конкурентної боротьби є нецінова конкуренція. Надходження на ринок продукції більш високої якості або нової споживчої вартості ускладнює відповідні заходи з боку конкурента, тоді як формування високої якості проходить тривалий цикл, що починається накопиченням економічної і науково-технічної інформації. Велику роль в неціновій конкуренції відіграє передпродажне і післяпродажне обслуговування покупця. Передпродажне обслуговування включає задоволення вимог споживачів по умовах поставок: скорочення, регулярність, ритмічність поставок. Післяпродажне обслуговування передбачає створення різних сервісних центрів з обслуговування купленої продукції, включаючи технічне забезпечення, ремонт тощо [2].

В наш час набули великого розвитку різноманітні маркетингові дослідження, що мають на меті вивчення запитів споживача, його відношення до тих чи інших товарів, тоді як знання виробником подібної інформації дозволяє йому точніше уявляти майбутніх покупців його продукції, точніше розуміти й прогнозувати ситуацію на ринку в результаті його дій, зменшувати ризик невдачі тощо. У зв'язку зі зростанням впливу на громадськість засобів масової інформації, преси, реклама стала одним з найважливіших методів ведіння конкурентної боротьби, за допомогою реклами можна певним чином формувати думку споживачів про той чи інший товар, причому як в ліпший, так і в гірший бік.

Список використаних джерел:

1. Цінова і нецінова конкуренція: сфери раціонального використання у поведінці учасників ринку. URL: <https://studfile.net/preview/2399815/page:20/> (дата звернення: 14.04.2021).

2. Нецінова конкуренція як економічний фактор. URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/21696/ (дата звернення: 14.04.2021).

НАЙБІЛЬШІ ЛОГІСТИЧНІ КОМПАНІЇ В УКРАЇНІ

*Дикопавленко В.М.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг, ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник - Боровик Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Логістичні компанії мають великий попит та є актуальними на ринку в Україні, так як вони спеціалізуються на проведенні фізичного товаропотоку і постачальники послуг разом з ними беруть на себе цей товаропотік і завдання

пов'язані з ними.

Логістичні компанії виконують частину або весь комплекс логістики для свого клієнта. До чотирьох основних логістичних функцій належить: транспортування, складування і вантажопереробка, оброблення замовлень, управління запасами. Послуги логістичних компаній спрямовані на загальне управління транспортуванням і зберіганням вантажів.

Завдання, які виконує транспортно-логістична компанія:

- прораховує вартість запланованого перевезення;
- готує всю необхідну дозвільну документацію;
- формує партію вантажу (контролює сортування, упаковку товару та його завантаження / розвантаження);
- займається митним оформленням вантажу і (при бажанні) його страхуванням;
- забезпечує перевезення вантажів багатьма способами доставки, з урахуванням будь-яких відстаней [3].

Якщо взяти міжнародне і внутрішнє транспортування продукції, тоді не легке завдання постає для розв'язання даної проблеми, тому для цього потрібне детальніше опрацювання деяких аспектів, а саме:

- вибір способу транспортування;
- планування маршруту;
- оформлення супутніх документів;
- безпечна доставка.

У ТОП-найбільших логістичних операторів України належать компанії: KÜHNLE + NAGEL, ZAMMLER, RABEN, UVK, FM LOGISTICS. На ринку ці компанії вже давно, але в Україні від недавно, всі вони починали з невеликої кількості штатних працівників, транспортних засобів та складських приміщень. Мають великий товарооборот, в основному їхній дохід йде із-за кордону, а виручка сягає сум від 200 млн. грн до 1100 млн. грн. . Кожна з цих компаній використовує перераховані вище етапи які необхідні для здійснення, щоб оптимально поєднати фінансовий аспект, збереження вантажу і терміни його доставки. Ретельне опрацювання даних питань - і є сферою діяльності логістичної компанії. Менеджери цих компаній підбирають транспорт, необхідний для здійснення перевезення. До уваги беруться терміни, необхідні, для доставки, специфіка і габарити вантажу. Далі йде прорахування оптимальної відстані з урахуванням кліматичних особливостей по маршруту проходження вантажу [2].

Компанії KÜHNLE + NAGEL, ZAMMLER, RABEN, UVK, FM LOGISTICS, що здійснюють організацію авіаперевезень, морських, залізничних та автоперевезень, мають власні перевалочні склади, що дає їм можливість надання додаткового сервісу, пов'язаного з збереженням вантажу. Також, маючи власний спеціалізований автопарк, компанії істотно оптимізують свою роботу, мінімізуючи посередницькі послуги, наприклад для перевезення певних продуктів як морожених так і свіжих, м'ясо-молочних та перевезення великогабаритних вантажів буде використовуватися спеціальний транспорт. Специ-

фікація таких транспортних засобів даного автопарку буде виконана під профіль роботи конкретної логістичної фірми [3].

Незважаючи на те що застосування логістики в економіці України зумовлене сучасними реаліями, управління підприємствами на засадах логістичних підходів приділяється поки що недостатньо уваги порівняно із розвиненими країнами. Удосконалення управління бізнес структурами в сучасних умовах господарювання потребує вирішення низки завдань, найважливішими серед яких є систематизація та узагальнення знань що до функціонування підприємств на засадах логістики.

Як висновок можемо сказати, що транспортно-логістичні компанії не просто надають послуги своєчасної доставки, а безпосередньо підлаштовуються під певний вид вантажу. Починаючи з моменту підписання договору вони покладають на себе всебічну відповідальність за збереження вантажу на весь період до моменту підписання акту про його прийняття.

Список використаних джерел.

1. Кальченко А. Проблеми логістичного ринку послуг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/32609207.pdf>
2. Лебідь І.Г., Кутирев В.В. Транспортно-логістична інфраструктура України: проблеми та перспективи розвитку. Управління проектами, системний аналіз і логістика: Науковий журнал. К.: НТУ, 2012. Вип. 10. С. 192-198
3. Топ-10 найбільших логістичних компаній України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lading.ua/news/10-najbilshih-logistichnih-kompanij-ukrayini-hto-voni/>

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ PR В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

*Магарламова Е.М.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
4 курсу спеціальності 075 Маркетинг, ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник - Терещенко І.О.,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу*

В сучасному світі для вдалого просування продукту недостатньо використовувати лише один елемент маркетингу. Для отримання повноцінного результату, який задовольнить запити замовника і вирішить проблеми підприємства, всі компоненти мають працювати одночасно і злагоджено. Одним із найважливіших складових вдалого просування є PR (паблік рілейшнз, зв'язки з громадськістю).

На сьогодні, окрім традиційних ЗМІ, значним управлінським та інформаційним ресурсом у діяльності організацій стають нові медіа. Так, на думку відомого професора Я. Засурського, «мас-медіа, схоже, втрачає ґрунт серед ма-

сових аудиторій, в той час як громадськість все більше і більше схиляється до того, щоб отримувати новини та інформацію з інтернет-порталів, блогів та програм мобільних телефонів» [1, с. 1].

Схожої думки дотримується й О. Філатова, яка вважає, що Інтернет сприяє переходу до нових способів взаємодії, допомагає усвідомити, в якому напрямку змінюється сучасне спілкування: зростає значення міжособистісного спілкування, змінює характер масова комунікація [2, с. 11].

Соціальні медіа є основою нового медіапростору, втілюються в різноманітних формах, включаючи текстову, візуальну, аудіо та відео, а також розповсюджуються за допомогою різних форумів, соціальних мереж, онлайн-ігор, дошок оголошень та багато ін.

Цифровий PR (digital PR, PR 2.0, ePR) – зв'язки з громадськістю за допомогою Інтернету, що стрімко набирає популярність в усьому світі [3].

Цифровий PR має низку переваг:

1. PR в соціальних мережах сприймається споживачем набагато легше, адже ця дія відбувається в «світі», де йому максимально зручно.
2. В інтернеті інформація розповсюджується швидше, адже вона доступна у значно більшому доступі і для ширшої аудиторії.
3. PR-спеціаліст і сам споживач знаходяться на одному рівні, тому процес комунікації проходить легше і простіше.
4. Завдяки соціальним мережам бренди зможуть легше спілкуватися з своїми клієнтами.
5. В соціальних мережах споживачі можуть давати потужний зворотний зв'язок.
6. PR саме в соціальних мережах є дешевшим та доступнішим, ніж традиційний PR.

Отже, PR в соціальних мережах має багато переваг порівняно з традиційним: цифровий PR значно полегшує комунікацію між брендами та клієнтами, дозволяє отримати зворотний зв'язок, виправити недоліки, є дешевшим і доступнішим, при цьому пропонує значну кількість інструментів для PR-спеціалістів.

Список використаних джерел:

1. Засурский Я.Н. Эпоха массовых коммуникаций еще не закончилась. Материалы Международной конференции «СМИ и глобальные перемены». Факультет журналистики МГУ. Москва, 2005. С.1–3.
2. Быков И. А., Мажоров Д. А., Слуцкий П. А., Филатова О. Г. Интернет-технологии в связях с общественностью: [учеб. пособие]. Санкт-Петербург: Роза мира, 2010. 275 с.
3. Соловья В.Д. Основы PR в бизнесе: [учеб. пособие]. Москва: Изд-во «Э», 2016. 416 с.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ

*Костельна Л.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
3 курсу спеціальності 075 Маркетинг, ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник - Терещенко І.О.,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу*

Конкурентоспроможність продукції – поняття багатогранне: це відповідність продукції умовам ринку, і конкретним потребам споживача. В умовах насиченості ринку та конкуренції споживачі здійснюють свій вибір на користь якіснішої продукції.

Тому конкурентоспроможність підприємства і потрібність його продукції серед споживачів будуть залежати від відповідності якості продукції існуючим і невиявленим запитам споживачів. Виходячи з цього, значення маркетингу в сучасних умовах зростає [1].

Іншими словами, можна сказати, що конкурентоспроможність – це здатність задовольнити потреби споживачів, а також забезпечити її виробнику ефективний збут[3].

У 2020-21 рр. соняшникова олія додала у ціні понад 45,0 % в зв'язку з низькою врожайністю 2020 р. Конкуренція на ринку соняшникової олії почала зростати в слід за цінами, а експорт зернових олійних культур зростає у перші місяці року [4].

Рівень конкурентоспроможності соняшникової олії залежить від факторів формування, якісних і економічних показників. До таких факторів відносять тенденції розвитку економіки і ринку, науково-технічний процес, зміни кон'юнктури ринку та імідж підприємства та авторитет країни-виробника. Друга група факторів – це показники якості самої продукції, здатність до зберігання, її гарантія. Третя група факторів – це вплив економічного показника, що формує собівартість і ціну продукції [2].

Маркетингова діяльність в підприємствах вимагає дослідження конкурентних переваг, прогнозування обсягів продажу, аналізу кон'юнктури ринку. Всі ці дані можна отримати за допомогою маркетингових досліджень, які включають в себе аналіз даних, збір інформації, узагальнення всіх даних, прогнозування та визначення стратегії з урахуванням всіх ринкових умов.

Для того аби успішно виконати це має бути достовірна та своєчасна інформація. При цьому потрібно відмітити, що аграрний маркетинг формується на об'єктивних особливостях сільськогосподарського виробництва, (в т.ч. ринок соняшникової олії) спричинених комплексом природно-кліматичних, соціально-економічних, політико-правових чинників [5].

Серед шляхів удосконалення організації та підвищення ефективності застосування маркетингової стратегії на підприємстві можна виділити наступні:

забезпечення організаційної єдності підрозділів підприємств шляхом їхньої активної комунікації і чіткого розподілу зобов'язань, підвищення оперативності аналізу необхідних даних за рахунок використання в повному обсязі новітніх інформаційних технологій.

Таким чином, можна стверджувати, що успішна діяльність сільськогосподарських підприємств та підвищення конкурентоспроможності соняшникової олії на внутрішньому ринку та міжнародних ринках в значній мірі залежить від використання факторів підвищення конкурентоспроможності виробництва сировини і реалізації готової продукції посереднику і кінцевому споживачу.

Список використаних джерел

1. Формування маркетингових стратегій у забезпеченні конкурентоспроможності аграрних підприємств URL : https://www.investplan.com.ua/pdf/22_2018/16.pdf. (дата звернення: 05.04.2021).
2. Роль екологічного маркетингу у формуванні конкурентоспроможності органічного сектору сільського господарства URL : https://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/172.pdf. (дата звернення: 05.04.2021).
3. Організація аграрного підприємства URL : <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=865338>. (дата звернення: 05.04.2021).
4. Аналіз споживчого ринку олієжирової продукції як елемент оцінки конкурентоспроможності переробних підприємств АПК URL : https://www.investplan.com.ua/pdf/12_2017/18.pdf. (дата звернення: 05.04.2021).
5. Забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України на інноваційній основі. URL : https://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/3657/3/avtoreferat_Pilavets_.pdf. (дата звернення: 05.04.2021).

ІНТЕГРУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

*Пащенко В.М.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
4 курсу спеціальності 075 Маркетинг, ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник - Терещенко І.О.,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу*

Сьогодні людство не стоїть на місці, а активно рухається вперед, досить динамічно розвиваючись, разом з цим активно розвиваються і інформаційні технології та все популярнішими стають соціальні мережі, як засіб для ко-

мунікації між людьми. Разом з цим розвивається і маркетингові комунікації – це одна з основних і складних елементів комплексу маркетингу організації. Маркетинговими комунікаціями можна назвати повідомлення і засоби масової інформації, спрямовані на передачу інформації про продукт і встановлення зв'язку з цільовою аудиторією, ринком.

На сьогодні користувачів інтернету вже більше 4,5 млрд. Аудиторія соціальних мереж сьогодні досить швидкими темпами зростає, приєднуючи до себе десятки тисяч нових користувачів, що перетворило цю галузь у комерційно вигідний напрям.

Саме тому бізнес почав досить активно інтегруватися та вкладати кошти, в просуваючи власний товар в соціальних мережах. Спираючись на статистику кожен із нас витрачає на соціальні мережі від двох до п'яти годин власного часу, тому соціальні мережі стали одним із основних засобів комунікації з цільовою аудиторією, а маркетингова діяльність в цьому напрямку стала активно розвиватися та інтегруватися.

Маркетингова діяльність в соціальних мережах направлена в першу чергу на вирішення декількох головних задач та проблем які бізнес ставить перед собою кожного дня, а саме:

1. Впізнаваність бренду, сьогодні кожна з відомих компаній має свої сторінки в соціальних мережах. Це дозволяє максимально тісно спілкуватися з аудиторією.

2. Максимізація продаж товару, для великої кількості бізнесменів аудиторія соцмереж стала основною, для продажу продукції.

3. Збільшення кількості клієнтів, головним напрямком розвитку маркетингових комунікацій в соціальних мережах, став напрямок нарощування цільової аудиторії.

Маркетингова діяльність все активніше почала перетікати на роботу з аудиторією соціальних мереж, можна виділити декілька основних інструментів маркетингових комунікацій, а саме реклама – інструмент, що тісно інтегрувався в соціальні мережі. Реклама в соціальних мережах являється основним засобом донесення інформації про товар до клієнта. За допомогою таргетингу інформацію отримує відповідна цільова аудиторія.

Наступним інструментом являється персональний продаж, соціальні мережі відкрили великі можливості для персонального спілкування з цільовою аудиторією, соціальні мережі дають можливість максимально тісного спілкування з клієнтом.[1]

Можна також виділити стимулювання збуту – заохочення цільової аудиторії до купівлі товару та плідного співробітництва. Пропаганда – особиста форма інформаційного впливу на громадськість з метою інформування про фірму, її діяльність та товари, що вона випускає.

В напрямі інтегрування з бізнесом та маркетингом працюють і самі соціальні мережі, додаючи все нові функції саме для комунікації з цільовою аудиторією та просування власної продукції. Вже сьогодні соцмережі повністю охоплювати всі аспекти життя людини та бізнесу.

Унікальність соціальних мереж полягає в тому, що вони дають можливість підприємству взаємодіяти безпосередньо зі споживачами, без нав'язливої дії традиційних маркетингових технологій. Наприклад, якщо підприємство створює сторінку свого продукту в соціальних мережах, користувачі можуть взаємодіяти залишаючи там свої коментарі, рекомендації, огляди, задавати питання та взаємодіяти один з одним, щоб обговорити компанію, бренд, продукт чи послугу [2-3].

Отже, маркетингова діяльність відіграє важливу роль в успішності просування бренда, товару чи компанії в соціальних мережах, що спрямоване на залучення все більшої кількості споживачів, збільшення цільової аудиторії, покращення іміджу компанії, через формування лояльності споживачів до бренда. Маркетинг тісно переплітається та інтегрується в соціальні мережі, кожного дня з'являються все нові методи впливу на споживача саме через мережу інтернет, а розробка маркетингових стратегій також все частіше націлена саме на розвиток компанії та просування товару через соціальні мережі.

Список використаних джерел

1. Баран Р.Я., Романчукевич М.Й., Гнатюк Новітні інструменти Інтернет-маркетингу. *Економіка Крима*. № 4 (33). 2010. С. 328-331.
2. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. Т. 2, № 4. 2014. С. 64-74
3. 10 неймовірних фактів про соціальні мережі. Енциклопедія корисного. URL : <https://korysne.co.ua/10-nejmovirnyh-faktiv-pro-sotsmerezhi/> (дата звернення: 05.04.2021).

АНАЛІЗ ТЕХНОЛОГІЙ LPWAN

*Кравченко І.В., Ягушак В.В.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Слюсарь І.І.,
кандидат технічних наук, доцент*

Як відомо [1], енергоефективна мережа дальнього радіусу дії (Low-Power Wide-Area Network, LPWAN) забезпечує безпроводову передачу невеликих за обсягом даних на дальні відстані, розроблена для розподілених мереж телеметрії, міжмашинної взаємодії та Інтернету речей (Internet of Things, IoT) [2]. Вона орієнтована на програми, що вимагають гарантованої передачі невеликого обсягу даних, можливості тривалої роботи мережевих пристроїв від автономних джерел живлення, великого територіального охоплення безпроводовою мережею.

Велика дальність передачі сигналу у порівнянні з іншими безпроводовими технологіями досягає 10-15 км. Низький рівень споживання енергії у кінце-

вих пристроїв, завдяки мінімальним витратам енергії на передачу невеликого пакета даних. Висока проникаюча здатність радіосигналу в міській забудові при використанні частот суб-ГГц діапазону. Висока масштабованість мережі на великих територіях. Відсутність необхідності отримання частотного дозволу та плати за радіочастотний спектр, внаслідок використання неліцензованому частот (ISM band).

Особливістю LPWAN є низьке енергоспоживання (Low-Power) і широке територіальне охоплення (Wide-Area). В основі принципу передачі даних за технологією LPWAN на фізичному рівні РНУ лежить властивість радіосистем – збільшення енергетики, а значить і дальності зв'язку при зменшенні швидкості передачі. LPWAN-мережа схожі за принципом роботи мереж мобільного зв'язку. Вона використовує топологію «зірка», де кожен пристрій взаємодіє з базовою станцією безпосередньо. Зазвичай, для передачі даних через LPWAN, застосовується неліцензований спектр частот, дозволених до вільного використання в регіоні побудови мережі: 2,4 ГГц, 868/915, 433 і 169 МГц. Але існують рішення, що спираються на застосування частотних діапазонів, які використовують мережі мобільного зв'язку. В цілому, до LPWAN відносяться такі технології як: EC-GSM-IoT, LoRaWAN, LTE-M, NB-IoT, Sigfox.

Аналіз сучасного вітчизняного ринку рішень та проектів IoT, дозволяє зробити висновок, що в Україні найбільшого поширення набули LoRaWAN і NB-IoT.

Згідно [3], LoRaWAN (Long Range Wide-Area Networks) має такі переваги: велика дальність передачі сигналу (досягає 10-15 км) у порівнянні з іншими технологіями, що використовуються для телеметрії; низький рівень споживання енергії у кінцевих пристроїв, завдяки мінімальним витратам енергії на передачу невеликого пакета даних; висока проникаюча здатність радіосигналу в міській забудові при використанні частот субгігагерцового діапазону; висока масштабованість мережі на великих територіях; відсутність необхідності отримання частотного дозволу та плати за радіочастотний спектр, внаслідок використання неліцензованому частот (ISM band). До недоліків слід віднести відносно низьку пропускну здатність; затримка передачі даних від датчика до кінцевого додатку; відсутність єдиного стандарту, який визначає фізичний шар і управління доступом до середовища для бездротових LPWAN-мереж; ризики зашумленості спектра неліцензійного діапазону частот; пропріетарна технологія модуляції LoRa, «закрита» патентом Semtech; обмеження потужності сигналу.

Згідно [4], технологія Narrowband IoT (Nb-IoT) – «вузькосмуговий IoT», він же стандарт LTE-cat.M2, має низку переваг таких, як широка зона охоплення, швидка модернізація існуючої мережі, низьке енергоспоживання, що гарантує 10-річний термін служби батареї, низьку вартість терміналу, Plug and Play, підвищену надійність і високу мережу операторського класу безпеки. Модель Nb-IoT містить у собі більш 50-ти випадків використання, що охоплюють багато категорій послуг, такі як: інтелектуальний облік (електрика, газ і вода); охоронно-пожежна сигналізація для будинків і комерційних об'єктів; прилади для виміру параметрів здоров'я; відстеження людей, тварин або предметів; розумні

міські інфраструктури, такі як вуличні ліхтарі або система контролю та обліку транспортних засобів; підключення промислових приладів.

Порівнюючи властиві можливості Nb-IoT з іншими технологіями LPWAN такими, як e-MTC, SIGFOX, LoRa, Nb-IoT забезпечує більш високу продуктивність. Nb-IoT є найбільш привабливою технологією з погляду мережних інвестицій, сценаріїв покриття, обсягу трафіку і надійності мережі. З іншого боку, у порівнянні з LoRaWAN при використанні Nb-IoT необхідно оплачувати абонентську плату мобільному оператору зв'язку, що не завжди є прийнятним.

Список використаних джерел:

1. Слюсарь І.І. Слюсар В.І., Подгорний П.А. Аналіз технологій IoBNT / І.І. Слюсарь. 71 Наукова конференція професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів університету: зб. тез, м. Полтава, травень 2018 р. Полтава, 2020. Т. 1. С. 360.

2. Уткін Ю.В., Копішинська О.П., Слюсар В.І., Слюсарь І.І. Промисловий інтернет речей як основа функціонування аграрного підприємства. *Наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу ПДАА за підсумками НДР в 2019 р.:* зб. наук. праць, м. Полтава, 22-23 квітня 2020 р. Полтава, 2020. С. 83-84.

3. URL: <https://itechinfo.ru/content/технология-lora>.

4. Sliusar I.I. Slyusar V.I., Chernikov R.A., Tokar Y.V. Synthesis to the segment of network 5G with support of IoT. *Nauka i studia*. 2020. № 7. Р. 70-75.

АНАЛІЗ ФУНКЦІОНАЛУ ПРОЕКТІВ ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ

*Колєсник В.В., Тарабан В.В.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Слюсарь І.І.,
кандидат технічних наук, доцент*

Завдяки поширенню безпроводових мереж, появі хмарних обчислень і розвитку технологій міжмашинної взаємодії (M2M) [1], концепція Інтернету речей (Internet of Things, IoT) активно розвивається [2], і, поряд з великими даними (Big Data), хмарними обчисленнями та мережами мобільному зв'язку 5G [3] є одним з найбільш перспективних напрямків розвитку інформаційних і телекомунікаційних технологій найближчих років. При цьому, всі перераховані вище напрямки тісно пов'язані між собою: технологія машинного навчання (як основна складова загальної ідеології Big Data) – це те, що здатне перетворити дані, зібрані з різних датчиків і сенсорів, в інформацію, а мережі мобільного зв'язку 5G будуть ключовим транспортним ресурсом для зв'язку тих самих пристроїв з миру IoT.

IoT є критичним елементом цифрової трансформації бізнесу та може відігравати ключову роль у цифровому бізнесі, у тому числі в якості засобу пе-

ретворення продуктів і послуг. Можливості застосування IoT надзвичайно широкі. Фактично, у міру ускладнення машин, речі можуть діяти від імені своїх власників і користувачів. Це призводить до тенденції, яку називають «речі як клієнти». На даний час, виділяють низку базових характеристик IoT [1]:

- взаємозв'язаність – всі пристрої взаємодіють через глобальну або локальну інфраструктуру інформаційного обміну;

- сервіси, що орієнтовані на пристрої – IoT здатний забезпечити семантичну узгодженість між фізичними об'єктами реального світу і їх інформаційним поданням у віртуальному просторі і об'єднати фізичні пристрої з урахуванням правил і обмежень.

- гетерогенність – пристрої в IoT неоднорідні за визначенням і можуть належати різним мережам і апаратних платформ, що не є перешкодою до взаємодії.

- динамічність – стан пристроїв змінюється постійно: включення і виключення, контекстна і технологічна інформація, включаючи місце розташування і швидкість. Кількість підключених пристроїв також може динамічно змінюватися.

- масштабність – кількість пристроїв, які будуть «спілкуватися» і отримувати керуючий вплив в десятки разів перевищить кількість вузлів в поточній мережі Інтернет. Очевидно, що кількість комунікацій, які можуть бути ініційовані пристроями, радикально перевищить можливе число з'єднань, ініціаторами яких виступають люди. Тому, на перший план виходять питання інтерпретації даних, з метою їх подальшого застосування. На основі цих характеристик можливо виконати класифікацію реалізацій IoT за наступними ознаками.

1. За застосуванням: побутові / промислові. В свою чергу, промислові можна поділити за сферою застосування: транспорт, сільське господарство, медицина, військові та ін.

2. За важливістю наслідків застосування: звичайні / критичні.

3. За можливостями щодо руху: статичні / динамічні.

4. За вимогами до часу проходження сигналу: реального часу / мало критичні до часу.

5. За ступенем захищеності: сильно захищені / слабо захищені.

При цьому реалізуються різні моделі взаємодії: «річ - річ» (Thing-Thing), «річ - користувач» (Thing-User) і «річ - веб- об'єкт» (Thing-Web Object). З'єднання «розумних речей» (Smart Things) в єдину мережу надає критично важливі якісні зміни для розвитку людської життєдіяльності [4]. Значне поширення розумних речей робить нераціональним використання традиційної моделі взаємодії «клієнт - сервер» з точки зору обміну трафіком.

У місцях їх знаходження часто дуже важко забезпечити високошвидкісні канали з низькою затримкою, а власна обчислювальна потужність дозволяє проводити необхідну обробку даних, реалізуючи концепцію «туманних обчислень» (Fog Computing). Функціональним елементом туманних обчислень є мікроконтролери, які об'єднуються в розподілену обчислювальну мережу. Їх завдання здійснювати зберігання та обробку інформації, що надходить, надаючи об-

числювальні потужності для різноманітних прикладних задач, які здійснюють адміністрування систем без участі людини. Отримувані ж на цьому рівні структуровані дані можуть передаватися через спеціалізовані інтерфейси програмування додатків (Application Programming Interface, API) в різноманітні системи хмарних обчислень для подальшої обробки, в тому числі і з залученням людських ресурсів.

Список використаних джерел:

1. URL: <https://itechinfo.ru>.
2. Уткін Ю.В., Копішинська О.П., Слюсар В.І., Слюсарь І.І. Промисловий інтернет речей як основа функціонування аграрного підприємства. *Наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу ПДАА за підсумками НДР в 2019 р.:* зб. наук. праць, м. Полтава, 22-23 квітня 2020 р. Полтава, 2020. С. 83-84.
3. Sliusar I.I. Slyusar V.I., Chernikov R.A., Tokar Y.V. Synthesis to the segment of network 5G with support of IoT. *Nauka i studia*. 2020. № 7. Р. 70-75.
4. Слюсарь І.І., Слюсар В.І., Колодій В.В., Погуляй Р.Д. Спільне використання технологій AR і IoT в системах Smart House *Проблеми інформатизації:* тези доп. 6-ої міжнар. наук.-техн. конф., м. Черкаси, 14-16 листоп. 2018 р. Черкас, 2018. С. 102.

ВЛАСТИВОСТІ ПОЛІПЕРЕСТАВЛЕНЬ. ЗАДАЧІ ОПТИМІЗАЦІЇ НА ПОЛІПЕРЕСТАВЛЕННЯХ

*Кулінченко І.Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Одарущенко О.Б.,
кандидат технічних наук, доцент*

Дослідження задач дискретної оптимізації є передумовою успішного моделювання важливих економічних, природних, соціальних та інших процесів. Методи дискретного програмування є менш розробленими, ніж методи лінійного та опуклого програмування. Однак теорія дискретного програмування неперервно вдосконалюється, а її методи постійно розвиваються. Дослідження в області дискретної оптимізації проводяться в провідних наукових центрах. Велика кількість публікацій, що з'явилася останнім часом і присвячена дискретній та комбінаторній оптимізації, свідчить про необхідність та важливість подібних досліджень. В Україні серед вчених, роботи яких присвячені різним аспектам комбінаторній оптимізації, в першу чергу, слід виділити І.В. Сергієнка, Н.З. Шора, Ю.Г. Стояна, О.О. Ємця, О.А. Павлова, В.О. Перепелицю, С.В. Яковлева та багатьох інших.

Оптимізаційні задачі комбінаторного типу складають важливий клас дискретних оптимізаційних задач, при розв'язуванні яких знаходиться екстремаль-

не значення цільової функції, заданої на деякій комбінаторній множині (переставлень, розміщень, сполучень тощо) [1-4].

Наступним кроком у розв'язанні задач на комбінаторних множинах стало виокремлення евклідової комбінаторної оптимізації, нового напрямку, який швидко розвивається.

Теорія і методи евклідової комбінаторної оптимізації включають систематичне вивчення властивостей евклідових комбінаторних множин та їх системне дослідження. Поряд з добре відомими евклідовими комбінаторними множинами переставлень, розміщень, сполучень, розбиттів виділяють більш складні структури – полікомбінаторні множини. Інтерес до них обумовлений, перш за все, потребами практики, оскільки значна кількість задач добре описується саме з використанням апарату полікомбінаторних множин. Для дослідження властивостей задач на полікомбінаторних множинах необхідно визначити і дослідити властивості цих комбінаторних множин та їх опуклих оболонок.

Тому задачі евклідової оптимізації на полікомбінаторних множинах невідривно пов'язані з комбінаторною теорією многогранників. А отже, дослідження властивостей комбінаторних многогранників, що є опуклими оболонками евклідових комбінаторних множин, є необхідністю для пошуку розв'язків оптимізаційних задач [5].

Дослідження останніх років в області комп'ютерних технологій обумовлюють підвищений інтерес до комбінаторних і полікомбінаторних конфігурацій, які використовуються при створенні сучасних алгоритмів і програм розв'язування оптимізаційних задач на ЕОМ.

Таким чином, все викладене вище, і найголовніше – нові потреби практики, підкреслюють актуальність нових досліджень в області оптимізації на полікомбінаторних множинах.

Актуальність теми. Задачі дискретної і зокрема комбінаторної оптимізації виступають математичними моделями важливих задач в різних галузях діяльності людини, організацій, систем. Такі задачі, їх властивості, методи їх розв'язування вже декілька десятиліть є предметом досліджень багатьох науковців та наукових колективів. При цьому такі дослідження базуються на властивостях самих евклідових комбінаторних множин.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є розвиток теорії евклідової комбінаторної оптимізації шляхом дослідження властивостей задач оптимізації на множині поліпереставлень, для оптимізації перевезень – розробка методу розв'язування транспортних задач.

Список використаних джерел

1. Баранов В. И. Стечкин Б.С. Экстремальные комбинаторные задачи и их приложения. Москва, 1989. 160 с.
2. Стоян Ю. Г., Ємець О.О. Теорія і методи евклідової комбінаторної оптимізації. Київ, 1993. 188 с.
3. Стоян Ю. Г., Яковлев С.В. Математические модели и оптимизационные методы геометрического проектирования. Киев, 1986. 268 с.

4. Емец О. А. Евклидовы комбинаторные множества и оптимизация на них. Новое в математическом программировании: учебн. пособ. Киев, 1992. 92 с.

5. Теория расписаний и вычислительные машины. Э. Г. Кофмана. Москва, 1984. 334 с.

МЕНЕДЖМЕНТ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ

*Вельбой М.Б.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник - Олійник А.С.,
кандидат економічних наук, старший викладач*

Правове забезпечення полягає у використанні засобів і форм юридичного впливу на персонал з метою досягнення ефективної діяльності підприємства.

Основними завданнями правового забезпечення є:

- правове регулювання трудових відносин, що складаються між роботодавцем і найманим робітником;
- захист прав і законних інтересів працівників, що впливають із трудових відносин;
- дотримання, виконання і застосування норм діючого законодавства у сфері праці, трудових відносин;
- розробка та затвердження локальних нормативних актів організаційного, організаційно-розпорядницького й економічного характеру;
- підготовка пропозицій про зміну діючих або скасування застарілих і тих, що фактично втратили силу, нормативних актів, виданих на підприємстві з трудових та кадрових питань.

Невід’ємне право громадянина України на працю гарантує основний закон. Конституція України проголошує працю вільною. Кожен має право самостійно розпоряджатися своїми здібностями, обирати вид трудової діяльності та професію, яка подобається; отримувати за свою працю заробітну плату не нижче встановленого законодавством мінімального розміру; працювати в належних, безпечних і здорових умовах праці. Згідно з Конституцією України кожна людина має право на вільний розвиток своєї особистості [7].

Закон України «Про зайнятість населення» визначає правові, економічні й організаційні основи зайнятості населення та його захисту від безробіття, а також соціальні гарантії з боку держави в реалізації громадянами права на працю [1].

Закон України «Про колективні договори і угоди» визначає правові засади розроблення, укладення та виконання колективних договорів і угод для сприяння регулюванню трудових відносин та соціально-економічних інтересів працівників і власників [2].

Закон України «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (кон-

фліктів)» визначає правові й організаційні засади функціонування системи заходів щодо вирішення колективних трудових спорів (конфліктів); він спрямований на здійснення взаємодії сторін соціально-трудових відносин у процесі врегулювання колективних трудових спорів (конфліктів), що виникли між ними [6].

Закон України «Про оплату праці» визначає економічні, правові та організаційні засади оплати праці працівників, які перебувають у трудових відносинах на підставі трудового договору з підприємствами усіх форм власності та господарювання, а також з окремими громадянами; сфери державного й договірної регулювання оплати праці; він спрямований на забезпечення відтворювальної та стимулюючої функцій заробітної плати [3].

Закон України «Про охорону праці» визначає основні положення щодо реалізації конституційного права громадян на охорону їхнього життя та здоров'я в процесі трудової діяльності; регулює за участю відповідних державних органів відносини між власником підприємства й працівником з питань безпеки, гігієни праці та виробничого середовища та встановлює єдиний порядок організації охорони праці в Україні [4].

Закон України «Про пенсійне забезпечення» гарантує всім непрацездатним громадянам України право на матеріальне забезпечення за рахунок суспільних фондів споживання наданням трудових і соціальних пенсій. Закон спрямований на те, щоб повніше враховувалась суспільнокорисна праця як джерело зростання добробуту народу й кожної людини, установлює єдність умов і норм пенсійного забезпечення працівників [5].

Отже, практичне вирішення всіх завдань з управління персоналом не повинно суперечити основним положенням Конституції України, законодавства про працю та інших законодавчих актів України.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про зайнятість населення». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>.
2. Закон України «Про колективні договори і угоди». URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/3356-12>.
3. Закон України «Про оплату праці». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80>.
4. Закон України «Про охорону праці». URL: zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg.
5. Закон України «Про пенсійне забезпечення». URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1788-12>.
6. Закон України «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/137/98-%D0%B2%D1%80>.
7. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ЯК ДЖЕРЕЛО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Горопашина А.В., Стовбун Д.Е.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Маркіна І.А.,
доктор економічних наук, професор*

Швидка зміна споживчого попиту, підвищення вимог працівників до умов праці і якості життя змушують підприємство проводити аналіз та оцінку зовнішнього середовища, прогнозувати його зміни в майбутньому; створювати систему управління, яка підтримувала б рівновагу між середовищем, характером і результатом діяльності підприємства. Зрозуміло, що без розвитку персоналу неможливий і розвиток самого підприємства. Вибір вірного напрямку розвитку персоналу – прямий шлях до зростання продуктивності праці, лідерства на ринку.

Питання розвитку персоналу в системі стратегічного менеджменту підприємства розглядалося у роботах таких науковців, як Вакуленко Ю., Вороніна В., Галич О., Діденко Н., Зось-Кіор М., Кіндранська Г., Лисенко Ю., Маркіна І., Терещенко І., Шимановська-Діанич Л., Грузіна І. та ін. Тим часом, як показує дослідження, в практиці сучасних українських підприємств існують певні проблеми, які потребують вирішення як в методологічному, так і методичному плані, з огляду на специфіку національної економіки.

Стратегічний менеджмент персоналу в рамках нового підходу до управління підприємством дає величезні переваги організаціям, функціонуючим в різних сферах життєдіяльності сучасного суспільства [3, с. 76]. Ці переваги полягають в раціональному використанні обмежених ресурсів, і головним чином, часу. Крім того, стратегічний менеджмент народжує відчуття впевненості у персоналі організацій і їх менеджерів, сприяє послідовній розробці та реалізації управлінських рішень, орієнтує на сталий розвиток в умовах ринку [2].

Важливим завданням стратегічного управління персоналом є визначення шляхів його реалізації. До них відносяться рішення з урахуванням поставлених цілей завдань пошуку, набору та відбору необхідних кадрів, складання і реалізація плану розвитку кар'єри, навчання та перепідготовка кадрів, оцінка кадрового потенціалу на певний момент [1, с. 27].

Поряд з мотивацією на конкретний момент часу і за конкретну роботу важливим моментом є, на нашу думку, так звана «перспективна мотивація». Працівник має бачити, що інтереси розвитку підприємства збігаються з його інтересами; що по досягненню поставлених стратегічних цілей його матеріальна і моральна мотивація може зрости. У зв'язку з цим необхідним є створення ефективною системи оцінки існуючого інтелектуального та професійного рівня працівників, визначення необхідних знань та компетенцій і розробка послідовної і всебічної структури розвитку персоналу [4, с. 72].

Проте, в практиці українських підприємств є певні проблеми. З одного боку, часто топ-менеджери не бачать і не розуміють вигоду від вкладення капіталу в інтелектуальні ресурси, в їх розвиток. З іншого боку, на багатьох підприємствах здійснюються інвестиції в навчання персоналу, але не оцінюється її ефективність. Тому вкрай важливо, щоб програми навчання були націлені на здійснення виробленої стратегії бізнесу. Розвиток персоналу має бути пов'язаний із показниками роботи, а саме їх поліпшення, як в цілому по підприємству, так і в кожному працівникові.

У зв'язку з цим, на нашу думку, методика оцінки результативності навчання і розвитку персоналу повинна включати наступні етапи:

Етап 1. На основі виробленої стратегії розвитку підприємства і стратегії розвитку персоналу визначення необхідних знань та компетенцій працівників.

Етап 2. Відбір учасників навчання.

Етап 3. Оцінка їх інтелектуального та професійного рівня.

Етап 4. Розробка індивідуальних карт навчання.

Етап 5. Навчання персоналу в навчальній компанії.

Етап 6. Оцінка навчання.

Успіх стратегічного менеджменту в значній мірі залежить і повинен спиратися на ефективну систему стратегії управління персоналом.

Список використаних джерел

1. Галич О. А., Вакуленко Ю. В., Терещенко І. О., Крутько Т. В. Стратегічне управління персоналом як фактор зростання конкурентоспроможності підприємства. *Агросвіт*. 2019. № 6. С. 27-32. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/4573> (дата звернення 05.04.2021).

2. Зось-Кіор М. В., Семенюта М. В. Система оцінки персоналу підприємства в конкурентних умовах ведення бізнесу. *Ефективна економіка*, 2020. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7648> (дата звернення 02.04.2021).

3. Маркіна І. А., Вороніна В. Л., Хорошко Д. Р. Управління інноваційним потенціалом як фактор стратегічного розвитку та конкурентних переваг підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. № 3 (26). С. 76-81.

4. Сазонова Т. О., Касян А. О. Інноваційні аспекти в стратегічному управлінні сучасним підприємством. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2014. № 2 (64). С. 72-77.

ЗАВДАННЯ І НАПРЯМИ РОБОТИ СЛУЖБ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

*Данілейко Б.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник - Олійник А.С.,
кандидат економічних наук, старший викладач*

Будь-яка організація складається з підрозділів, зайнятих основною діяльністю, і підрозділів, які забезпечують нормальну роботу організації. Відділ управління персоналом є функціональним, його працівники прямо не беруть участі в основній діяльності організації.

Управління персоналом як діяльність більш широке поняття, ніж просте управління працівниками, і у даний час із простих кадрових служб, які займались тільки чисто веденням обліку та оформленням документів, перетворились у багатопрофільні відділи (служби) персоналу, основними завданнями яких є [3]:

- розробка і реалізація заходів формування трудового колективу;
- планування та регулювання професійного й кваліфікаційного розвитку персоналу, процесів його звільнення та переміщення.

Нові служби управління персоналом створюються, як правило, на базі традиційних служб: відділу кадрів, відділу організації праці та заробітної плати, відділу охорони праці і техніки безпеки. Завданням нових служб є реалізація кадрової політики і координації дій з питань управління персоналом в організації. До функцій даного відділу входить: розробка систем стимулювання трудової діяльності, управління професійним розвитком персоналу, запобігання конфліктів, вивчення ринку праці.

Служби управління персоналом набувають нових функцій під впливом взаємодії таких факторів, як ринкові відносини, приватна власність, швидка зміна законодавства та зміна ціннісних орієнтацій людей. Деякі джерела виділяють такі функції [2]:

- формування оптимального управлінського апарату, визначення перспективної і поточної потреби у менеджерах;
- контролінг персоналу, завданням якого є вивчення впливу існуючого розміщення працівників на робочих місцях за результатами роботи підприємства;
- аналіз соціальної та економічної ефективності тих чи інших методів управління персоналом;
- координація планування персоналу з плануванням в інших сферах діяльності підприємства.

У даний час основними напрямками діяльності кадрових служб є [1]:

- забезпечення комплексного вирішення завдань якісного формування та ефективного використання кадрового потенціалу на основі управління всіма

компонентами людського фактора: від трудової підготовки і профорієнтації молоді до піклування про ветеранів праці;

- активізація діяльності по стабілізації трудових колективів, підвищення трудової і соціальної активності працівників на основі удосконалення соціально-культурних і морально-психологічних стимулів;

- забезпечення соціальних гарантій у сфері зайнятості, що вимагає від працівників кадрової служби дотримання порядку працевлаштування і перенавчання працівників, які вивільняються, надання їм встановлених пільг і компенсацій.

Таким чином, суть роботи управління персоналом полягає у визначенні, що конкретно, ким, як і за допомогою чого будуть вирішуватись питання кадрової політики. Вирішення цих завдань ґрунтуються на основних методах управління, які відповідають за роботу з кадрами і повинні забезпечити:

- максимальне використання потенціалу досвідчених спеціалістів, навчання і висунення для їх заміни тільки тих молодих працівників, які уже здатні високопрофесійно працювати в ринкових умовах;

- виявлення тих, які гальмують розвиток підприємства;
- висунення на керівні посади власних працівників, а не зі сторони;
- розвиток здібностей працівників;
- адоволення потреб колективу;
- піклування про своїх працівників.

Список використаних джерел

1. Бардась А. В. Менеджмент: навч. посіб. Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2012. 381 с.

2. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот, С. О. Цимбалюк. Київ: КНЕУ, 2011. 397 с.

3. Федоренко В. Г. Основи менеджменту : підручник. Київ: «Алерта», 2007. 420 с.

МЕНЕДЖМЕНТ ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ

*Лук'яновець Н.М.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник - Олійник А.С.,
кандидат економічних наук, старший викладач*

У нинішніх ринкових умовах розвитку аграрного виробництва вагомим елементом виробничої діяльності всіх суб'єктів господарювання є витрати, які характеризують економічну стійкість, конкурентоспроможність та ефективність виробництва. Процес просування продукції від товаровиробника до споживача здійснюється з понесенням витрат, які відбуваються на всіх етапах виробничо-

господарської діяльності і тим самим забезпечують комплексну реалізацію поставленого завдання.

Витрати є необхідною умовою функціонування підприємства. Величина витрат істотно впливає на формування фінансових результатів, а також є основою для оцінки ефективності діяльності підприємства. Досягнення будь-якої мети, забезпечення кінцевого результату потребує витрат. І об'єктивність суспільного розвитку, і факти практичної діяльності, і закономірності сучасної дійсності, і логіка пізнання показують, що спочатку мають місце витрати, а потім результати, пов'язані з цими витратами. З такого порядку і витікає те надзвичайно особливе місце витрат у життєдіяльності всіх суб'єктів господарювання [3].

Виробничі витрати в умовах ринкової економіки є інструментом управління виробничо-господарською діяльністю, тому їх доцільно розглядати у трьох площинах (рис. 1).

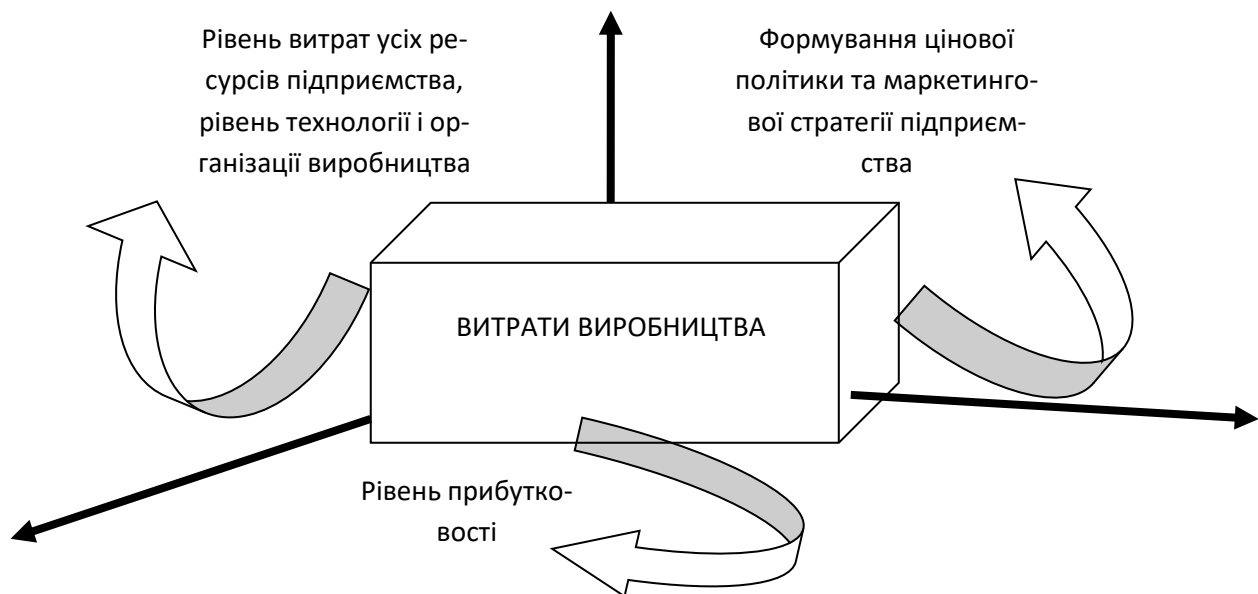


Рис. 1. Виробничі витрати у сучасних ринкових умовах [1]

На нашу думку, виробничі витрати є базою для виробничого процесу, елементом економічної системи підприємства, важелем формування цін, складовою управлінського процесу та результатом виробництва кінцевої продукції.

Витрати виробництва є одним з важливих елементів ринкової економіки. За умов досконалої конкуренції витрати виробництва мають значний вплив не лише на розмір прибутку, а й на ефективність подальшої діяльності. Вони відображають складні економічні, технологічні, організаційні взаємозв'язки у системі господарської діяльності, являють собою сукупність ресурсів, виражених у вартісному виразі та використаних у виробничих процесах для досягнення поставленої мети.

Джерелами формування витрат виробництва є всі виробничі ресурси (природні, трудові, капітал, підприємницька діяльність), які використовуються у виробничому процесі. Особливості функціонування перелічених ресурсів ва-

гомо впливають на формування відповідних виробничих витрат [2].

Отже, при вивченні процесу формування виробничих витрат необхідно враховувати, що на їх обсяги впливає не тільки внутрішнє, але і зовнішнє середовище здійснення процесу виробництва, а також фактори з інших сфер діяльності. А у виробничому процесі можливе зростання витрат перед масштабним виходом продукції та після завершення кругообігу вивільнення значних коштів. При рівномірному використанні грошових коштів по кварталах, закономірність сезонності простежується не завжди, і залежить не тільки від природних та кліматичних особливостей конкретного фермерського господарства, а й рівня інтенсивності виробництва та спеціалізації.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: підручник. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ : КНЕУ, 2004. 624 с.
2. Сачовський І. М. До аналізу основних показників виробничої діяльності фермерських господарств Полтавської області. *Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво*. 2015. № 2. С. 75–82.
3. Тулуш Л. Д., Радченко О. Д. Стратегічні напрями бюджетного регулювання розвитку агропромислового виробництва в Україні. *Економіка АПК*. 2012. № 10. С. 81–90.

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС В СУЧАСНИХ УМОВАХ

*Мирошник К.М.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ УЕПІТ*

*Науковий керівник - Шульженко І.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Комунікація є смисловим аспектом соціальної взаємодії, однією із найбільших загальних характеристик будь-якої діяльності, включаючи управління. Комунікація є тим процесом, який і забезпечує утворення суспільства.

Кожна людина щодня користується комунікаціями, але лише деякі це роблять досить узгоджено. Майже все, що роблять керівники, аби полегшити досягнення цілей організації, потребує ефективного обміну інформацією..

Однак комунікації – це складний процес, що складається з взаємозалежних кроків. Кожен з цих кроків потрібен для того, щоб зробити наші думки зрозумілими іншій особі. Мета кожного керівника – зробити процес комунікації якнайбільш ефективнішим [1].

Комунікативний процес – це обмін інформацією між двома чи більше людьми.

Основна мета комунікативного процесу – забезпечення розуміння інфор-

мації, що є предметом обміну, тобто повідомлень.

Комунікативний процес розпочинається, коли одна особа (відправник) хоче передати факт, ідею, думку чи іншу інформацію комусь іншому (одержувачу). Наступна дія – це кодування інформації у формі, що відповідає ситуації. Кодування може набувати форми слів, виразу обличчя, жестів, або навіть художнього вираження й фізичних дій.

Таким чином, у процесі обміну інформацією можна виділити чотири базових елементи.

Відправник – особа, яка генерує ідеї або збирає інформацію й передає її.

Повідомлення – власне інформація, що закодована за допомогою символів.

Канал – засіб передачі інформації.

Одержувач – особа чи особи, яким адресована інформація і які інтерпретують її.

Крім того, комунікації можуть бути перервані перешкодою — шумом або розмовою людей поблизу. Комунікаційний процес на підприємстві складаються з шести взаємопов'язаних елементів:

- відправник-кодувальник - особа, яка генерує ідею або збирає і передає інформацію;
- повідомлення - інформація, закодована за допомогою символів;
- канал - засіб передавання інформації;
- одержувач-декодувальник - особа, якій призначена інформація і яка її готова сприйняти;
- сприйняття;
- зворотній зв'язок (реакція).

Комунікаційний процес вважається завершеним, коли отримувач показав своє розуміння інформації відправнику

Обмінюючись інформацією, відправник і одержувач проходять кілька взаємопов'язаних етапів комунікативного процесу. До взаємопов'язаних етапів, як правило, відносять:

Зародження ідеї . Обмін інформацією починається з формулювання ідеї або відбору інформації. На цьому етапі необхідно усвідомити, які ідеї призначені для передачі до того, як ви відправляєте повідомлення, а також оцінити адекватність і доречність ваших ідей з урахуванням конкретної ситуації і мети комунікацій.

Кодування і вибір каналу. Перш ніж передати ідею, відправник повинен за допомогою символів закодувати її, використавши для цього слова, інтонації і жести (мова тіла). Таке кодування перетворює ідею в повідомлення.

Передача. На третьому етапі відправник використовує канал для доставки повідомлення (закодованої ідеї або сукупності ідей) одержувачу.

Декодування. Після передачі повідомлення відправником одержувач декодує його. Декодування - це переклад символів відправника в думці одержувача.

Зворотній зв'язок. Одним з найважливіших елементів процесу ко-

мунікацій є її сприйняття, яке досягається налагодженням двохстороннього зв'язку. Особливу роль відіграє зворотній зв'язок, який показує реакцію одержувача на повідомлення. За допомогою зворотнього зв'язку ми можемо оцінити ефективність нашої комунікації [2].

Отже, менеджери повинні пам'ятати, що шуми присутні завжди, і на кожному етапі процесу обміну інформацією відбувається певне викривлення суті повідомлення. Тому необхідною умовою ефективних комунікацій в організації є забезпечення надійного зворотного зв'язку, адже будь-яка система, в тому числі і комунікаційна, може ефективно функціонувати лише за умови наявності ефективного зворотного зв'язку. При цьому відправник та адресат міняються ролями, і відправник має можливість впевнитися у правильності інтерпретації свого повідомлення.

Список використаних джерел

1. Лесько О.Й. Етика ділових відносин: навч. Посібник. Вінниця : ВНТУ, 2011. 320 с.
2. Балабанова Л.В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. 238 с.

ВАЖЛИВІСТЬ ГЕНДЕРНИХ ЗАСАД ДІЛОВИХ ВІДНОСИН

*Прокопенко Н.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Шульженко І.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

За останні декілька десятиліть етичні та психологічні засади функціонування ділового життя зазнали серйозних змін. В першу чергу це стосується питання “ділової жінки”. Ми стали свідками швидкого просування жінок на високі професійні пости в корпораціях та до числа власників компаній та фірм. Але проблема гендерної рівності ще далека до свого вирішення. У свідомості суспільства, існують стереотипи, які заважають реалізації ідеї гендерної рівності в діловій сфері. Серед них можна виділити такі [1]:

- небажання чоловіків допускати в діловий світ жінок;
- перешкоди кар’єрному зростанню за гендерним принципом;
- сприйняття жінки, яка займає керівну посаду, чоловіками- менеджерами як конкурента;
- скептичне ставлення чоловіків-адміністраторів до жінок менеджерів;
- надання переваги підлеглими чоловікові в ролі боса;
- наявність гендерних конфліктів в організації, які викликані тим, що чоловіки-підлеглі не визнають за жінкою права керувати;
- більші можливості у чоловіків знайти добре оплачувану роботу;

- нав'язування жінкам мускулінного ділового стилю;

Головне в діловій субординації – посада або належність до більш високого посадового рівня. Але належність до тієї чи іншої статі відіграє значну роль в побудові ділових стосунків, кар'єрному зростанні, службовій поведінці і конкретних вчинках. Визначено деякі особливості жінок і чоловіків та їх прояв в діловій сфері, що дасть можливість уникати етичних помилок і конфліктів в процесі ділового спілкування. На думку психологів [1]:

- жінки мають більш витончений смак, ніж чоловіки; чіткіше бачать відмінності в матеріалах, формах, кольорах;
- жінки більшою мірою відчувають страх, побоювання перед керівництвом, ситуаціями та обставинами;
- у жінок емоційний початок бере гору над раціональним;
- жінки менше, ніж чоловіки, орієнтовані на успіх;
- жінки легше адаптуються до нових умов праці, обставин, методів керівництва.

Для чоловіків притаманним є розрахунок, зіставлення фактів, логічний аналіз і раціональний підхід. У жінок своя жіноча логіка, яка відрізняється інтуїцією, ситуаційністю, асоціативністю. Рисами жіночого характеру є доброта, м'якість, висока чутливість, емоційність. Властивості характеру чоловіків – самостійність, надійність, схильність до ризику, твердість. Чоловіки цінують у собі ділові якості, інтелект, мужність.

Для жінок важливим є позитивна оцінка їх зовнішності, жіночості, емоційності. Оскільки жінки більш емоційні, ніж чоловіки, вони частіше бувають «конфліктоносіями». До конфліктності також приводять максималістські судження жінок, що теж проявляються частіше, ніж у чоловіків. З іншого боку, наведені властивості жінок дозволяють їм краще розуміти інших людей, проявляти до них співчуття. Жінки більш уважні до дрібниць, деталей, але узагальнення, висновки – не завжди їх сфера. Відмінністю також є те, що у чоловіків, краще ніж у жінок, розвинута просторова уява.

Тому для попередження можливого виникнення ситуацій, які можуть викликати етичні порушення, для створення сприятливої моральної атмосфери потрібно враховувати психологічні особливості представників різних статей. Проте в сфері ділового етикету існує ряд рекомендацій, що є результатом того, що в деяких випадках перевага віддається жінці [2]:

- жінка перша подає руку для рукостискання;
- жінці рекомендують чоловіка, а не навпаки;
- в службовому автомобілі жінка займає більш почесне місце і першою сідає в автомобіль;
- в службовому приміщенні жінка може прийняти допомогу чоловіка (з урахуванням його більшої фізичної сили) при необхідності пересунути чи перенести меблі або якесь важке обладнання;
- чоловік поступається жінці дорогою.

Таким чином, належність до тієї чи іншої статі накладає на суб'єктів ділових стосунків додаткові обов'язки з дотримання норм ділового етикету.

Список використаних джерел

1. Альохіна Ія. Імідж і етикет в бізнесі / Альохіна Ія. М. : Дело, 2003. 112 с. URL: <https://altairbook.com/books/1545490-imidj-i-etiket-v-biznese.html> (дата звернення 21.03.2021)
2. Андреева І. В. Етика ділових відносин . СПб : Вектор, 2006. 160 с. URL: <https://www.labirint.ru/books/69576/>(дата звернення 21.03.2021)
3. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів. Вінниця : НОВА КНИГА, 2002. 223 с. URL: [//textbook.com.ua/etika-ta-estetika/1473446657/s-13?page=2](http://textbook.com.ua/etika-ta-estetika/1473446657/s-13?page=2)(дата звернення 21.03.2021)

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Матухно Г.І., здобувач СВО Бакалавр,
ОПП Екологія, спеціальності 101 Екологія*

*Науковий керівник - Волкова Н.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин*

Необхідною умовою існування й розвитку суспільства є праця, як доцільна діяльність людей, що спрямована на задоволення їхніх життєвих потреб. Одним із елементів праці є її мотивування на рівні учасників трудових відносин. Системою мотивації характеризується комплекс взаємопов'язаних заходів, що стимулюють окремого працівника або трудовий колектив у цілому до досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності аграрного підприємства.

В сучасних умовах проблема мотивації особистості набула важливого значення, оскільки вирішення задач, що постали перед суспільством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної основи, здатної спонукати персонал підприємств до ефективної діяльності. Тобто застосування таких форм і методів стимулювання особистості, котрі б сприяли високій результативності її роботи [1].

Розгляд питань про удосконалення всіх аспектів мотивації працюючих будуть актуальними ще на протязі багатьох років, що залежить на сам перед від організованості й зацікавленості в цьому самих підприємств, економічної політики уряду та рівня соціального розвитку населення.

Незважаючи на наявність сучасного інформативно-економічного досвіду зарубіжних країн, мотиви на вітчизняних аграрних підприємствах побудовані досить примітивно, і досі потребують видозмін та нововведень задля безпосереднього благополуччя працюючих, розвитку та одержання високих економічних результатів самими підприємствами.

Наразі існує ряд невирішених проблем, які постають перед керівництвом аграрних підприємств, а саме:

- недостатність розуміння та уявлень про мотивацію, як у працівників так і

в менеджерів;

- недієвість застарілих (примітивних) методів і форм мотивації;
- гіперболізація фінансових методів мотивації поряд з непопулярністю моральних;

- «голодна» взаємодія з працівниками підприємств;
- відсутність системності мотивації, тощо [1].

В умовах сьогодення, мотивація працівників є вагомим фактором успіху кожного підприємства, не залежно від виду діяльності. В ідеалі кожен працівник цінує свій час та налаштований на успіх, при цьому кожен роботодавець цінує одержаний результат і очікує робочих успіхів від працівників. Маючи сучасний капіталістичний підхід до праці, мотивація втрачає свою первинну ідейність, а саме створення засад і умов, котрі стимулюють індивідуум на досягнення певних цілей, що, в свою чергу, призводить до зацікавленості працівника лише в фінансовій винагороді за свою роботу.

Порівнюючи консервативні фактори мотивації серед колишніх (радянських) державних виробництв, а саме: статусну політику соціуму, пільгове забезпечення рекреаційної та медичної форм, привілеї сімейно-житлового забезпечення, преференція етнічно-культурного розвитку, першочерговість захисту прав та обов'язків, надання різноманітних послуг та можливостей (в більшості випадків безкоштовно) для самореалізації та інш. – фактори мотивації підприємств сьогодення явно програють.

Не можливо не відмітити ряд головних причин, які стоять не перепоні розвитку мотиваційних заходів:

- незадовільні умови праці та перевищення вимог до неї (і самого працюючого) поряд з невиннованими нагородами;
- протилежність поглядів працюючої спільноти, або взагалі байдужість;
- мотиваційна неосвіченість керівників;
- низька конкурентоспроможність підприємств;
- нестабільність підприємств та плинність кадрів;
- здебільшого пострадянські технічно-матеріальні бази праці [3].

Окремою особливістю мотивації є морально-психологічне забезпечення умов, потреб та інтересів, як для однієї особи, так і колективу в цілому. Цей напрям мотивації також недостатньо використовується вітчизняними аграрними підприємствами. Основні невдачі проявляються: в відсутності або недосконалості практичних аспектів психологічної взаємодії з працюючими; відсутності повноцінного соціального захисту та гарантій працівників; закріпаченні інтересів саморозвитку; відсутності або недостатньої психологічної підтримки працюючих в цілому; зростанні безробіття (масові скорочення), що підвищує психологічний тиск на працівників. Слід зауважити, що перераховані фактори та їх особливості є лише незначною частиною проблем підприємств аграрної сфери.

Тому нині першочерговим завданням аграрних підприємств виступає обов'язкова модернізація мотиваційних засад та функцій не лише в матеріальній моделі, а також впровадження чи вдосконалення соціальної, соціально-

натуральної та моральної моделей мотивації.

Список використаних джерел:

1. Андреев К.Л., Еремеев М.А. Теоретические аспекты исследования мотивации персонала в контексте экономики труда. *Вестник ВГУ. Сер.: Экономика и управление*. 2008. № 1.
2. Гавкалова Н. Л. Мотивація персоналу аграрних підприємств в умовах євроінтеграційних перетворень. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Полтава: ПУЕТ, 2015. № 1. С. 137-143.
3. Циганенко Г. В., Литвинчук Б. О. Обґрунтування мотивації персоналу сільськогосподарських підприємств. *Динаміка розвитку сучасної науки: матеріали Міжнар. наук. конф.*, 15 листоп., 2019 р. Чернівці: МЦНД, Т. 1, 2019. С. 78-81.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В БАНКІВСЬКІЙ УСТАНОВІ

*Стародубцева І.О.,
здобувачка вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Менеджмент, спеціальність 073 Менеджмент, ННІ ЕУПІТ*

Науковий керівник – Писаренко В.В., доктор економічних наук, професор

Одним з основних елементів просування банку на ринку будь-яких послуг в умовах ринкової економіки є маркетинг.

Маркетинг послуг – це система узгодження пропонованих послуг з послугами, які користуються попитом на ринку і які підприємство здатне запропонувати з прибутком для себе і більш ефективно, ніж це роблять конкуренти. Завдання маркетингу послуг – допомогти споживачеві оцінити підприємство та його послуги і вирішити чи підходять послуги підприємства для нього □□□.

Банківський маркетинг (як економічна категорія) – це відносини між суб'єктами кредитно-фінансових відносин - банками, фінансовими посередниками, споживачами (фізичними та юр.особами) з приводу задоволення потреб і вирішення проблем клієнтів банку в банківських продуктах, що призводить до економічного успіху банків і клієнтів та приносить користь суспільству в цілому [2].

Окремої уваги заслуговує визначення запропоноване Л.Ф. Романенко у монографічному дослідженні «Банківський маркетинг», яке вийшло друком у 2001 році. Автором вперше зроблена спроба консолідувати два головних підходи до визначення суті банківського маркетингу як філософії банківської діяльності і як способу здійснення підприємницької політики банку. У результаті автором зроблено висновок, що банківський маркетинг - це «філософія, стратегія й тактика банку, що спрямовані на ефективне задоволення потреб, запитів і сподівань, вирішення проблем існуючих і потенційних банківських клієнтів

шляхом успішної реалізації на ринку банківських продуктів, які враховують тенденції розвитку ринку та приносять користь суспільству завдяки управлінню активами і пасивами, прибутками і витратами, ліквідністю банку, рівнем ризику його операцій»[3].

Маркетингові послуги можуть, створюватись, оплачуватися та проводитися за ініціативою власника марки, виробника продукції, торговельної мережі. При цьому витрати на послуги несе сам замовник цих послуг. Замовниками цих послуг можуть бути любі великі підприємства або малі оптові продавці які зацікавлені в даній послугі. Також підприємства можуть купувати уже готові дослідження певного ринку для власної вигоди і для створення нової послуги □□□.

Зараз дуже багато підприємців зацікавлені в тому, аби надати для людини якомога кращі послуги, щоб людина стала постійним клієнтом і для того аби створити авторитет підприємства на ринку. Для маркетингової діяльності підприємство повинно: проводити дослідження ринку; здійснювати його аналіз; розробляти маркетинговий комплекс □□□.

Збільшення обсягів виробництва організаційної діяльності обмежена колом покупців, які постійно користуються послугами організації, тому вони вибирають один з напрямів:

1. Стратегія створення мереж.
2. Стратегія нових послуг ґрунтується на репутації організації та знаннях менеджерів про потреби клієнтів.
3. Мультисегментна стратегія.
4. Змішана стратегія □□□.

Маркетингова стратегія банку – постановка довгострокових цілей банку та опис заходів для задоволення потреб клієнтів та отримання прибутку у майбутньому.

Маркетингова стратегія являється концепцією управління діяльністю банку, що має бути направлена на вивчення ринку та його кон'юнктури, визначення потреб потенційних та існуючих клієнтів та створення банківських продуктів, що будуть задовольняти ці потреби. Основними цілями маркетингової стратегії банку є:

- збільшення клієнтської бази;
 - збільшення якості та об'єму пропонованих банківських продуктів;
 - збільшення чистого прибутку банківської установи
 - формування та стимулювання попиту на банківські продукти
- Для досягнення визначених цілей банк виконує наступні задачі:
- налагодження партнерських відносин з клієнтом;
 - маркетингові комунікації по просуванню банківського продукту;
 - стимулювання робітників банку продажу банківських продуктів.

Стратегія складається з двох самостійних категорій: стратегії та планування. Під стратегією розуміємо мистецтво управління діяльністю комерційним банком, яке поєднує у собі теорію та практику поведінки з клієнтами. Планування – це інструмент збільшення клієнтської бази.

Таким чином маркетингова стратегія в банку розділяється на дві частини:

- формулювання, розробка, постановка цілей та задач банку, а також підтримка відповідності теперішнім цілям та можливостям комерційного банку;
- розробка програми дій банку (реалізація вибраної стратегії банку) [7].

Суть основних задач розробки маркетингової стратегії банку полягає в максимальному задоволенні вимог клієнтів в об'ємі, властивостях та якості банківських продуктів. Таким чином створюються найкращі умови для формування довгострокових ділових партнерських відносин; забезпечення рентабельної роботи банку у постійній невизначеності фінансового ринку; забезпечення ліквідності банку. Ефективна діяльність банку має на увазі наявність добре опрацьованого комплексу різних маркетингових технологій, що сприяють своєчасно реагувати на зміну зовнішньої та внутрішньої ситуацій на фінансовому ринку.

Список використаних джерел

1. Маркетинг послуг.URL:
<https://sites.google.com/site/marketingdistance/tema-5/5-8-marketing-poslug>.
2. Вовк, В.Я., Кредитування і контроль [Текст] : навч. посіб. К.: «Знання», 2008. 463 с. ISBN: 978- 966-346- 402-2;
3. Энциклопедия финансового риск-менеджмента. под ред. А.А. Лобанова и А.В. Чугунова. М.: Альпина Паблишер, 2003. 786 с.
4. Маркетингові послуги: оформлення та податковий облік. URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/5204>.
5. Маркетинг послуг. URL: <https://studopedia.org/7-99289.html>.
6. Маркетинг послуг
URL: https://stud.com.ua/913/marketing/marketing_poslug.
7. Thomas L.C. Credit Scoring and its applications: Monograph. Philadelphia: SIAM, 2002. 248 p.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

*Молодцов Р.Ю.,
здобувач вищої освіти, спеціальності 076
Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, СВО Магістр*

*Науковий керівник - Писаренко С.В.
кандидат сільськогосподарських наук, доцент кафедри підприємництва і
права*

Конкурентоспроможність в економічній аграрній науці відноситься до ключових категорій, що відображає ефективність формування та використання ресурсного потенціалу спеціалізації, інвестиційно-інноваційних можливостей

та резервів, важелів управління та маркетингу в аграрних підприємствах всіх форм власності та організації виробництва.

Конкурентоспроможність як економічна категорія, яка вивчає економічні відносини з приводу створення та реалізації комплексу конкурентних переваг. Її об'єктивність виявляється в незалежності складових, що формуються відповідно до дії економічних законів і не можуть бути об'єктом суб'єктивного впливу. Конкурентоспроможність як характеристика конкурентного положення господарюючого суб'єкта має реальні порівняльні ознаки прояву, оцінка яких формується на основі суб'єктивних уявлень щодо його конкурентних можливостей на конкретному ринку у визначений час [1].

Конкурентоспроможність – це складне системне поняття, що в перекладі з латинської мови означає суперництво, широко використовується в теорії та практиці економічного аналізу та поєднує у собі набір та взаємодію наступних елементів. Ефективне господарювання на ринку і протистояння конкуренції, наявність ефективної стратегії конкурентного розвитку, можливість утримання та реалізації конкурентних переваг, виробництво конкурентоспроможної продукції з мінімальними витратами, забезпечення розширеного відтворення господарської діяльності та досягнення стійкого становища виробника на ринку[2].

Результати проведених досліджень економічного змісту категорії «конкурентоспроможність» дають підстави стверджувати, що в сучасних умовах підвищеної невизначеності ринкового середовища аграрні підприємства повинні намагатися забезпечувати стійкий конкурентний статус.

Розглянемо детально головні елементи системи формування конкурентоспроможності підприємств агробізнесу. В умовах національного і світового ринку конкурентоспроможність забезпечується різного роду комбінаціями переваг одних господарюючих суб'єктів відносно інших. Для розвитку конкурентоспроможності підприємство повинно мати певний набір конкурентних переваг – сукупності елементів та параметрів, які стратегічно важливі для здійснення господарювання та перемоги у конкурентній боротьбі. Конкурентні переваги підприємства (організації) – перевага, висока компетентність підприємства у будь-якій галузі діяльності або у випуску продукції у порівнянні з конкуруючими підприємствами [5, с. 70].

Підприємство може успішно існувати і розвиватися, якщо воно володіє певними конкурентними перевагами, які створюють передумови для ефективності функціонування підприємства. Існуючі конкурентні переваги підприємства фактично являють собою реалізовані можливості підприємства [4]. Вплив позитивних факторів на конкурентоспроможність підприємств агропродовольчої сфери матиме позитивний ефект за умови значного поліпшення результативності господарської діяльності та утриманні конкурентних переваг.

Вплив негативних факторів на формування конкурентоспроможності підприємств є нормальним процесом ринкової економіки, хоча і не бажаним. Ключовими моментами зниження впливу негативних факторів мають стати: мінімізація втрат усіх видів ресурсів, мобільність та гнучкість системи менеджменту підприємства, утримання конкурентних переваг підприємства в коротко-

строковій перспективі. Слід відмітити, що в реаліях сьогодення, має посилитися роль державної підтримки підприємств агропродовольчої сфери

З огляду на інтеграцію України до ЄС, необхідно здійснити такі заходи державної підтримки підвищення конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств та продовольчої продукції:

1) всебічна підтримка сільгосптоваровиробників в орієнтації на споживача;

2) стимулювання забезпечення цінової доступності аграрної продовольчої продукції для всіх соціальних груп населення;

3) поширення використання «нішової» спеціалізації виробництв, що може забезпечити країну високоякісними сільськогосподарськими продуктами харчування та ефективний експорт;

4) розвиток органічного землеробства саме на базі малих аграрних підприємств та господарств населення як найбільш відповідного структурі їх агресурсного потенціалу;

5) використання маркетингових стратегій організації виробництва та збуту продовольчої продукції;

6) створення дорадчих та консалтингових структур, обслуговуючих кооперативів з метою забезпечення ефективної діяльності вітчизняних товаровиробників у сегменті малого та середнього агробізнесу [3].

Отже в умовах інтеграційних процесів України до світового економічного простору конкурентоспроможність підприємств агропродовольчої сфери є фундаментальною основою національної безпеки. Формування стійких конкурентних переваг потребує певного часу. Зусилля суб'єктів господарювання, які не забезпечили позитивного економічного ефекту в поточному році, можуть бути елементом конкурентної стратегії, що виявиться у перспективі. Це вимагає продовження дослідження особливостей формування конкурентних переваг сільськогосподарських товаровиробників

Список використаних джерел:

1. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства. К. : Центр навчальної літератури, 2008. 384 с.

2. Отенко І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства. Х. ХНЕУ, 2005. 212 с

3. Постол А.А. Регулювання конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції вітчизняних аграрних підприємств в умовах євроінтеграції. // Науковий вісник Херсонського державного університету Серія Економічні науки. 2015. № 10. С. 50-53. Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_10/160.pdf

4. Ткачук Г.Ю. Формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу : сучасний стан та перспективи розвитку. Житомир : ЖДТУ, 2012. 200 с.

5. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг. М.: Интел-Синтез, 2000. 640 с.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ

*Хоменко О.Г.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Федірець О.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Стратегічне планування доцільне тоді, коли воно реалізується. Для цього керівництво повинно розробляти додаткові плани і вказівки щодо забезпечення цілей і налагодження процесу реалізації стратегічного плану.

Основне завдання додаткового планування і розробки вказівок – це організація майбутніх рішень і дій, спрямованих на реалізацію альтернатив, які на думку керівництва сприятливі для досягнення загальної мети.

Якщо стратегію розвитку організації розробляють за допомогою стратегічного планування, відповідно тактику визначають на основі поточного планування. При цьому тактику узгоджують з уже розробленою стратегією. Тактика розрахована на коротший відрізок часу, ніж стратегія.

По закінченні розробки стратегічних та тактичних планів розпочинають узагальнення додаткових орієнтирів, для того щоб уникнути неоднозначного тлумачення планових завдань та дезорганізації. Цим етапом у процесі реалізації виступає розробка політики – це загального керівництва для дій та прийняття рішень, та полегшують досягнення цілей.

У процесі керівництва управлінськими діями розробки політики недостатньо. Потрібні процедури, розраховані на ситуації, які дозволяють забезпечити послідовність певних пов'язаних між собою дій [1, с. 299].

Після реалізації стратегію слід оцінити – що є останнім заключним процесу стратегічного планування. Саму стратегію оцінюють, порівнюючи досягнуті результати роботи з цілями. Сам процес оцінки використовується як своєрідний механізм зворотного зв'язку призначений для коригування стратегії. При цьому, щоб бути ефективною, зазначена оцінка має здійснюватися комплексно, системно і безпосередньо на всіх рівнях та у всіх ланках системи управління підприємством.

У процесі формування стратегії проводиться аналіз існуючого конкурентного середовища, в якому діє організація, з метою визначення потенційно небезпечних загроз з боку конкурентів. Під час етапу прийняття стратегії керівництву доцільно спрогнозувати реакцію на стратегію конкурентів і визначитися стосовно своїх відповідних дій. Максимально швидкою може бути реакція конкурентів при великій кількості компаній, що конкурують даній галузі, високому рівні стандартизації продукції та невисокій нормі прибутку.

При цьому одним з ефективних захисних кроків підприємства, що функціонує в межах ринків з інтенсивною конкуренцією, можуть стати ситуаційні плани, які допомагають підприємству нейтралізувати різноманітні дії

конкурентів. При цьому якість обраної стратегії слід оцінити за кількістю заздалегідь визначених ситуаційних модифікацій. Доцільно, щоб в кожній ситуації менеджер мав декілька рекомендацій стосовно напрямків діяльності підприємства. Чим більша кількість засобів для усунення дій конкурентів, тим більш ефективніша стратегія підприємства [2, с. 114].

Сама оцінка діючої стратегії має відбуватися під час поточного контролю (рис. 1).

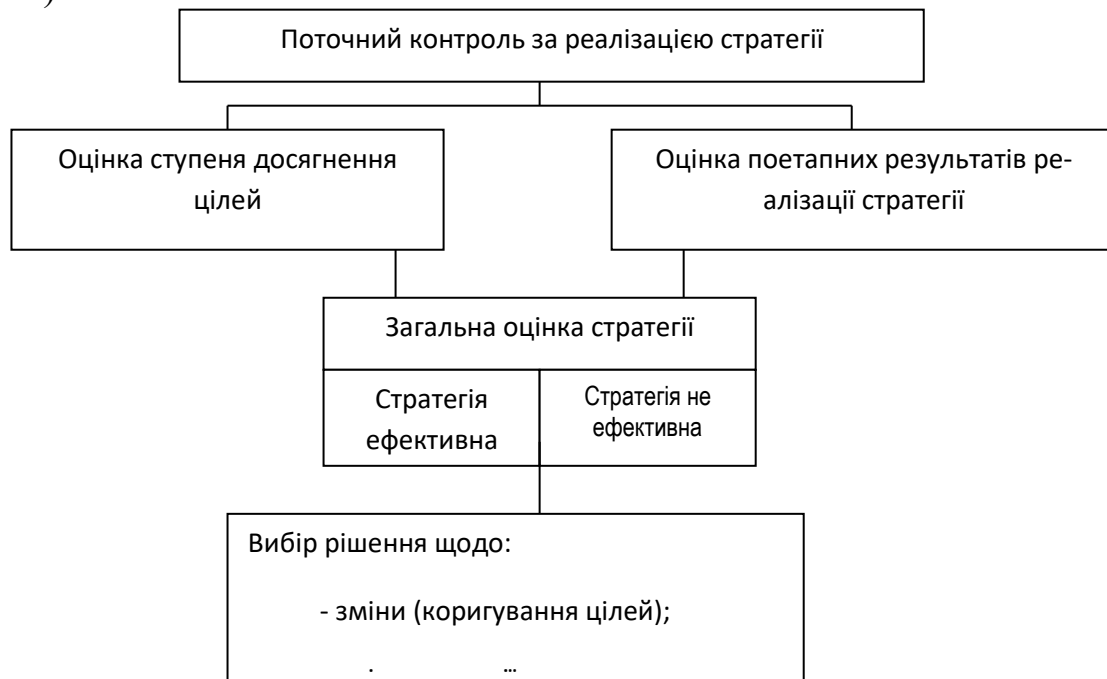


Рис. 1 Схема поточного контролю під час реалізації стратегії

Джерело: opracowano автором на основі [2, 3]

Перевірка погодженості стратегії порівняно з організаційними традиціями й оточенням. Менеджмент підприємства зобов'язаний перевірити відповідність обраної стратегії існуючій структурі управління підприємством, організаційній культурі та загальним цілям підприємства, а також визначити, яким чином враховує стратегія сильні та слабкі сторони підприємства, можливості та загрози, які існують у зовнішньому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Кобелєв В. М., Захарченко Ю. В. Теоретичні та методологічні основи формування стратегії розвитку підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. № 42. С. 297-303.
2. Стратегічне управління: О. Б. Гевко, Н. М. Шведа Тернопіль ФОП Паланиця В. А., 2017. 152 с.
3. Федірець О.В., Руденко О.Д., Дейнека А.В. Формування стратегії аграрних підприємств. *Економічні студії*. Львів, 2020. № 3(29). С. 102-107

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ МАРКЕТИНГОВОЇ ПІДСИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

*Чернов А.Б.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Вороніна В.Л.,
кандидат економічних наук, доцент*

Маркетингова підсистема підприємства являє собою творчу управлінську діяльність, завдання якої полягає в розвитку ринку товарів, послуг і робочої сили шляхом оцінки потреб клієнтів, а також в проведенні практичних заходів для задоволення цих потреб. За допомогою менеджменту маркетингової підсистеми координуються можливості виробництва і розподіл товарів і послуг, а також визначається, які кроки необхідно зробити, щоб продати товар або послугу кінцевому споживачеві.

Дослідженню проблем маркетингового менеджменту присвячені роботи відомих закордонних і вітчизняних науковців. Вважається, що введення в науковий обіг поняття «маркетинговий менеджмент» («marketing management»), а також його подальше поширення в теорії та практиці управління тісно пов'язано з Г. Армстронгом, П. Друкером, Ф. Котлером, К. Келлером та ін. На їх думку, менеджмент маркетингової підсистеми пов'язаний з ринковою діяльністю не лише на рівні окремого підприємства, а й на рівні відповідних ринків та територій і суспільства в цілому; на дослідженні впливу управління, яке ґрунтується на засобах маркетингу, а також на конкретизації процедур маркетингового менеджменту, які застосовуються в діяльності підприємств [1].

Взагалі під менеджментом розуміють діяльність групи осіб, які відповідно до чинного законодавства беруть на себе зобов'язання по управлінню корпоративним бізнесом і власністю фірми. Менеджери – це ті, хто самостійно організовують виробництво, вміють вивчати ринок, відчують кон'юнктуру, динаміку попиту і реагують на них, відповідно трансформуючи виробництво. Вони самостійно розпоряджаються фінансами, а також ділової кар'єрою і доходами підвідомчого персоналу. Менеджмент – це процес управління матеріальними та людськими ресурсами, який забезпечує інтеграцію і ефективне їх використання для досягнення поставлених цілей. Маркетинг – це комплекс дій підприємця, спрямований на забезпечення руху потоків товарів або послуг від виробників до споживачів [2, с. 47].

У 1985 р. деякі науковці вперше стали визначати маркетинг як процес планування і втілення в життя задуму (ідеї товару або послуги), ціноутворення, просування і реалізації ідей, товарів, послуг і т.п. за рахунок обміну, який задовольняє потреби окремих осіб або організацій. Дане визначення відображає підхід до розуміння маркетингу в рамках теорії менеджменту.

Погоджуємося з дослідниками, які вважають, що під маркетинговим менеджментом доцільно розуміти [1]:

- холістичну концепцію комплексного управління ринковою діяльністю підприємства (на принципах маркетингу), яка в умовах гострої конкурентної боротьби спирається на ринкову орієнтацію;
- особливий спосіб мислення керівників підприємства та менеджерів всіх рівнів – прийняття необхідних управлінських рішень з урахуванням вимог ринку;
- систему методів управління підприємством, що передбачає використання маркетингових підходів та інструментів під час вирішення максимально широкого кола завдань різних сфер менеджменту.

В цьому відношенні «менеджмент маркетингової підсистеми підприємства» означає:

1. Вірно поставити цілі маркетингу, тобто так, щоб оптимально пов'язати можливості ринкової ситуації і науково-виробничий, збутовий і сервісний потенціал фірми. Це все – питання правильної оцінки стану ринку і стану фірми і ефективних методик розрахунків.
2. Правильно спланувати всі заходи маркетингу та ефективно організувати їх здійснення для досягнення зазначених цілей.
3. Своєчасно проводити оперативне втручання в хід маркетингових процесів в зв'язку з обставинами і ситуацією, що змінюються.
4. Ефективно контролювати і на основі цих даних аналізувати та оцінювати весь хід маркетингу в фірмі, готуючи необхідні корективи цілей, засобів і методів маркетингу на майбутнє.
5. Стимулювати ефективну роботу всього персоналу, зайнятого в маркетингу (незалежно від його належності до фірми), для отримання максимальної творчої віддачі.

В узькому розумінні, менеджмент маркетингової підсистеми підприємства як одна з численних функціональних завдань компанії повинен здійснюватися відповідно до схваленого плану маркетингу, який, в свою чергу, є частиною загального плану діяльності компанії. Управління маркетингом здійснюється в рамках певного зовнішнього і внутрішнього середовища, вплив якого позначається на його постановці, межах і методах.

Узагальнюючи розглянуті підходи, пропонуємо поняття «менеджмент маркетингової підсистеми підприємства» розглядати, як – аналіз, планування, втілення в життя і контроль за проведенням заходів, розрахованих на встановлення, зміцнення і підтримку вигідних обмінів з цільовим ринком для досягнення конкретних цілей підприємства.

Список використаних джерел

1. Актуальні проблеми економіки, обліку та менеджменту. URL: http://viem.edu.ua/konf_V4_1/art.php?id=0151 (дата звернення: 03.04.2021).
2. Маркіна І. А., Вороніна В. Л., Чернов А. Б., Шульга В. Ю. Проблеми маркетингового менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Аграрних підприємств в сучасних умовах господарювання. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2020. Вип. 2 (84). С. 47-51.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ЗАСОБІВ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ

*Шкурат В.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

У сучасному світі інформація про відіграє надважливу роль. Каналів зв'язку стає все більше, і поширення інформації набуває миттєвого характеру.

Для того, щоб підтримувати позитивний імідж бізнесу, менеджери у всьому світі повинні конкурувати не лише зі своїми колегами-конкурентами, але й з іншими групами, які продукують та поширюють інформацію.

За сучасних умов тема психологічного та інформаційного впливу стала надзвичайно актуальною у сфері бізнесу.

Враховуючи той факт, що наше суспільство постійно розвивається, одночасно і сфери професійного спілкування не позбавлена подібної динаміки. Необхідно констатувати той факт, що у сучасному середовищі професійного спілкування дедалі більше зустрічаються незвичні, нестандартні ситуації серед співрозмовників, які вимагають спеціальних компетентностей для успішного їх вирішення.

Перш за все, мова йде про випадки, коли одне поняття замінюється іншим, коли людина говорить одне, а має на увазі щось інше. Маніпуляція починається там, де закінчуються логіка та здоровий глузд. Тому що вона апелює до почуттів

Багато вчених вважають, що важливим кроком у розвитку маніпуляцій є позначення даним словом фокусника, який працює руками без застосування складних пристосувань («фокусник-маніпулятор»). Маніпулятор використовує психологічні стереотипи глядачів для відволікання, фокусування і дії на уяву, створюючи ілюзії сприйняття для досягнення ефекту.

Маніпуляція – це прихований вплив, факт якого не повинен бути помічений об'єктом маніпуляції. До людей, свідомістю яких маніпулюють, ставляться не як до особистостей, а як до об'єктів, особливого роду речей.

Будь-яка маніпуляція свідомістю є взаємодією. Жертвою маніпуляції людина може стати лише в тому випадку, якщо вона виступає як співучасник [3, с. 36].

Найважливішою відповіддю на маніпуляції є пошук справжнього значення у словах і діях тих, хто хоче приховати це значення, тлумачення чи його інтерпретацію.

Маніпулятивна поведінка – це спосіб побудови відносин, коли один учасник намагається досягти своїх цілей за рахунок іншого, останній не підозрює, що його поведінка справді виправдана ініціатором взаємодії.

Основними правилами застосування маніпулятивних засобів в професійному спілкуванні є:

щоб маніпулювати іншими, необхідно навчитися розпізнавати їх маніпуляції;

маніпуляцією слід користуватися лише тоді, коли інші засоби досягнення мети виявились неефективними;

перш ніж маніпулювати співрозмовником, потрібно продумати можливі варіанти «виходу із ситуації».

У свою чергу, головними компонентами, за допомогою чого здійснюється маніпуляція, є наступні:

1. Мова – використання малозрозумілих або маловживаних слів.
2. Емоції – демонстрація своїх почуттів (яскрава експресія).
3. Повторення: повторення є головним інструментом переконання, пропаганди.
4. «Дозування» інформації: зазвичай, інформація, поділяється на невеликі частини для того, що її неможливо було осмислити у цілому і зробити правильний вибір.
5. «Вилучення з контексту»: вилучення проблеми з реального контексту, ігноруючи важливі зовнішні фактори.
6. «Прикриття авторитетом»: коли на підтримку певного твердження залучається авторитет [2, с. 87].

Отже, підсумовуючи все вище сказано можна дійти висновку, що в сучасному професійному спілкуванні активно застосовуються маніпулятивними прийоми.

Кожен конкретний крок у маніпуляціях забезпечує вирішення певної психологічної проблеми. Отже, він може не тільки надати суспільству знання про зовнішнє середовище, заповнивши важливий зміст повідомлення, переданого через різні комунікаційні канали, але також може навмисно формувати внутрішнє середовище на основі емоційних стереотипів.

Як зазначає дослідник, висока динамічність змін функціонування ринку, його насичення різноманітними видами продукції та послуг, формування високонкурентного середовища актуалізують необхідність застосування підприємствами певних інструментів з метою формування і зміцнення їх іміджу [1, с. 42].

Резюмуючи вищенаведене, необхідно зазначити, що маніпуляції у професійному спілкуванні є надзвичайно поширеними і стосуються не тільки стосунків з конкурентами, але також усередині команд та індивідуальних комунікацій.

Список використаних джерел:

1. Воронько-Невіднича Т. В. Етапи формування іміджу підприємства. *Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору*. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (заочна форма). Полтава, 2020. 345 с. С. 42–44. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/9768/1/%D0%92%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D1%8C%D0%BA%D0%BE-%D0%9D%D0%B5%D0>

%B2%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%B0.pdf/.

2. Марченя П. П. Современные подходы к изучению масс и массового сознания в истории: тенденции и результаты. *Современные исследования социальных проблем*. 2010. №3. С. 86–90.

3. Черникова В. Е. Манипуляция массовым сознанием как феномен информационного общества. *Теория и практика общественного развития*. 2015. №3. С. 34–44.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «НАУКОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ»

*Шульга В.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник - Іщейкін Т. Є.,
кандидат економічних наук, доцент*

Зростання продуктивності праці значною мірою зумовлює удосконалення організації праці на науковій основі.

Організація праці – це система заходів, що забезпечує функціонування живої праці з ціллю зростання її ефективності та досягнення найповнішого використання засобів виробництва.

Розбіжність понять "організація праці" і "наукова організація праці"(НОП) визначається їхнім методом, підходом до вирішення проблем, ступенем обґрунтування конкретних рішень. Слово "наукова" означає, що рішення практичних питань організації праці повинні спиратися не на емпіричні оцінки і досвід, а на ретельний науковий аналіз організації праці, на досягнення науки і практики, що забезпечують раціональну й ефективну її організацію.

Наукова організація праці – це процес внесення до існуючої організації праці здобутих наукою і практикою удосконалень, що підвищують загальну її продуктивність.

За сучасних умов науковою вважається така організація праці, яка ґрунтується на використанні досягнень науки і передового досвіду, прогресивних форм господарювання, застосуванні технічних засобів, створюючи тим самим умови для ефективної праці працівників, для збереження їхнього здоров'я і працездатності [1].

Сутність аналізу організації праці полягає в комплексному дослідженні діючої системи організації праці в цілому й окремих її елементів, у виявленні впливу стану організації праці на економічні і соціальні показники і підсистеми підприємства, на використання робочого часу й основних фондів, на продуктивність і ефективність праці і виробництва, на якість роботи, на працездатність і здоров'я працівників, на розвиток і використання трудового потенціалу, мотивацію персоналу і т.д. Головною метою аналізу організації праці є

одержання об'єктивної, науково-обґрунтованої і комплексної інформації про стан системи організації праці.

У ході аналізу наукової організації праці необхідно: оцінити раціональність установлених форм поділу і кооперування праці і їх відповідність технічному рівню виробництва і психофізіологічним і соціальним вимогам; перевірити правильність розміщення і використання працівників відповідно до їхнього професійно-кваліфікаційного рівня й організації виробництва; установити рівень і причини втрат і нераціональних витрат робочого часу; установити ступінь відповідності фактичних умов праці нормативним, оцінити раціональність режимів праці і відпочинку; визначити ступінь ефективності форм винагороди персоналу; оцінити стан організації й обслуговування робочих місць, їхню відповідність технічним, організаційним і економічним вимогам, нормам техніки безпеки й охорони праці; оцінити застосовувані працівниками методи праці, ступінь їх раціональності, ефективності і безпеки; оцінити стан нормування праці; визначити найбільш ефективні напрямки удосконалення організації праці з погляду їхнього впливу на результати діяльності підприємства; одержати дані для розрахунку порівняльної ефективності існуючого і проектного рівня організації праці; виявити вплив організації праці на інші підсистеми внутрішньогосподарського контролю (ВГК) підприємства [2].

Ефективність заходів НОП визначається різноманітністю одержуваних результатів господарської діяльності підприємства. Результат виробництва буває економічним або соціальним. Економічний ефект відображає різні вартісні показники, що характеризують проміжні і кінцеві результати виробництва на підприємстві (в об'єднанні підприємств).

Соціальний ефект зводиться до скорочення тривалості робочого тижня, збільшення нових робочих місць і рівня зайнятості людей, поліпшення умов праці та побуту, стану оточуючого середовища, загальної безпеки життя тощо.

В залежності від об'єкту, стосовно якого визначають результативність заходів НОП, розрізняють локальний і народногосподарський ефекти.

Локальний ефект означає конкретний результат виробничо-господарської чи іншої діяльності даного підприємства, внаслідок якої воно має певний зиск. Якщо ж виробництво продукції на даному підприємстві вимагає додаткових витрат ресурсів, але її споживання (використання) на іншому підприємстві пов'язане з меншими експлуатаційними витратами або іншими позитивними наслідками діяльності, то йдеться про визначення народногосподарського ефекту, тобто спільного ефекту у сферах виробництва і споживання відповідних виробів (послуг).

Внаслідок здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства, впровадження на ньому прибуткових певних технічних, організаційних або економічних заходів має місце первісний (одноразовий) ефект. Проте, майже завжди початковий ефект може повторюватися і примножуватися завдяки різноспрямованому та багаторазовому використанню таких заходів не лише на виробничому, але й інших підприємствах і сферах діяльності [3].

Отже, наукова організація праці передбачає систематичне впровадження

досягнень науки і передового досвіду та дозволяє найкращим чином поєднувати техніку і людей в єдиному виробничому процесі, забезпечує найбільш ефективне використання матеріальних і трудових ресурсів та безперервне підвищення продуктивності праці.

Список використаних джерел

1. Фінанси. Планування і контроль на підприємстві. Наукова організація праці та її впровадження на підприємстві. URL: https://pidru4niki.com/92363/finansy/naukova_organizatsiya_pratsi_vprovadzhennya_pidpriyemstvi (дата звернення: 08.04. 2021).

2. Аналіз і проектування організації праці. Аналіз рівня й ефективності організації праці. URL: <https://studfile.net/preview/5197678/page:15/> (дата звернення: 06.04. 2021).

3. Економіка підприємства. Наукова організація праці на виробництві. URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/19747/ (дата звернення: 06.04. 2021).

ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ У ПІДВИЩЕННІ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Ястреба В.М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

У сучасних умовах бізнесу маркетингова діяльність повинна реагувати швидко й гнучко на постійні трансформації зовнішнього середовища. Використання маркетингу вітчизняними суб'єктами господарювання широко розповсюджене. Проте, більшість підприємств лише частково використовує окремі функції, що призводить до зниження результативності маркетингової діяльності в цілому.

Залежно від факторів, припущень або суперечностей, внаслідок яких формується гнучкість, відбувається адаптація до змін навколишнього середовища й забезпечується розвиток підприємства, лежить потенціал суб'єкта господарювання.

Очевидно, що однією з важливих передумов підвищення прибутковості функціонування підприємств є зростання маркетингового потенціалу, і для цього всі існуючі можливості повинні бути ретельно вивчені та використані у повній мірі.

Так, Л.А. Мороз і Т.В. Лебідь [3] під маркетинговим потенціалом розуміють сукупність внутрішніх можливостей і зовнішніх шансів підприємства задовольняти потреби споживачів та отримувати на цій основі максимальні економічні вигоди. Тобто діяльність комерційно зацікавлених підприємств

спрямована на досягнення максимального рівня прибутку із застосуванням усіх можливих маркетингових заходів, розширення виробничого, інноваційного, інвестиційного та стратегічного потенціалу.

Цілком обґрунтовано можна говорити про те, що розвиток підприємства значною мірою забезпечується маркетинговою складовою потенціалу. При цьому роль маркетингових складових потенціалу виявляється на трьох рівнях, а саме:

- оперативно-тактичному;
- продуктово-ринковому (конкурентному);
- стратегічному.

Зазначені рівні у сукупності утворюють взаємопов'язаний ієрархічно-структурний підхід до розвитку підприємства на базі маркетингових складових потенціалу [2, с. 122].

Маркетинговий потенціал підприємства доцільно розглядати у вузькому і широкому змісті, у вузькому змісті комплексний маркетинговий потенціал являє собою сукупний потенціал маркетингових ресурсів і сукупний потенціал маркетингових зусиль підприємства, ефективне використання якого забезпечить досягнення корпоративних цілей. У широкому змісті маркетинговий потенціал – це де композиція маркетингових ресурсів і маркетингових зусиль на окремі потенціали [4, с. 269].

Уже зазначалося, що маркетинговий потенціал підприємства є частиною потенціалу підприємства і формується за рахунок розробки концепції створення і використання образу (іміджу) підприємства, привабливого для потенційного споживача (покупця). Образ (імідж) підприємства формується за рахунок маркетингових інструментів просування. Розвиток і реалізація маркетингового потенціалу підприємства відбивається на збільшенні числа споживачів підприємства (інвесторів тощо), на підвищенні його впізнаності й привабливості, поліпшенні іміджу. Даний потенціал підприємства покликаний забезпечити зв'язки між попитом і пропозицією на продукцію за рахунок активних маркетингових заходів, збалансувати потреби споживачів (попит) з можливостями підприємства (пропозицією) [1, с. 12].

Оскільки, що маркетинговий потенціал відіграє важливу роль у забезпеченні постійної конкурентоспроможності як організації, так і її продукції, тому важливого значення набуває врахування і удосконалення кожного його елемента.

Список використаних джерел:

1. Воронько Т.В. Передумови формування та розвитку маркетингового потенціалу аграрних підприємств. Агросвіт. 2012. № 3. С. 11–14.
2. Деревльов В.Л. Роль маркетингового потенціалу у забезпеченні розвитку підприємства. Бізнес-навігатор. 2018. Вип 3-1 (46). С. 118–123. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2018/46_1_2018/27.pdf.
3. Мороз Л.А., Лебідь Т.В. Стратегічний аналіз маркетингового потенціалу підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політех-

ніка». 2009. С. 45-50.

4. Рєпіна І.М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління. *Вісник Української академії державного управління при Президентові України*. 2006. № 2. С. 262–271.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ВЗАЄМОДІЇ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

*Конопльов В.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Світлична А.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва і права*

На сучасному етапі функціонування підприємств йде поступова зміна та перехід до нового розуміння їх призначення. Створення підприємства відбувається за участю зацікавлених сторін, стейкхолдерів, без ефективної взаємодії з якими організація не може успішно розвиватися. Однією з цілей діяльності підприємства є зростання його цінності для акціонерів, але у процесі свого функціонування підприємство створює цінність для всіх учасників процесу взаємодії, і саме це сприяє розвитку та підвищенню економічної стійкості. Тому вивчення питання ефективної взаємодії з зацікавленими сторонами є актуальним та важливим з точки зору наукового та практичного застосування [2]. Під стейкхолдерами в стратегічному менеджменті прийнято розуміти окремих індивідів або групи осіб, які можуть впливати на результати діяльності компанії, або на яких впливає процес досягнення підприємством своїх завдань. Підприємство характеризується відносинами з багатьма групами осіб та окремими індивідами, кожний з яких має можливість впливу на її дії або інтерес по відношенню до діяльності підприємства [1, с. 13].

Породжений соціальним розвитком, бізнес повинен служити інтересам суспільства (а не навпаки), нести перед ним відповідальність, відповідати його очікуванням та вимогам. У силу цього, суспільство просто вимагає від ділових кіл соціально відповідальної діяльності [3, с. 43]. Зобов'язання ТОВ Агрофірма «Зоря-Агро» Миргородського району Полтавської області по відношенню до стейкхолдерів наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Зобов'язання ТОВ Агрофірма «Зоря-Агро» по відношенню до стейкхолдерів

Зобов'язання у сфері політики соціального розвитку	Групи стейкхолдерів
1	2
Дотримання трудових та соціальних прав і можливостей співробітників	Співробітники, їхні родини, підрядники
Дотримання законодавчих вимог стосовно отримання лікарняного, освіти, оплачуваної відпустки, захисту мате-	
Забезпечення здорових та безпечних умов праці. Ліквідація чинників, які несуть загрозу здоров'ю та життю персоналу. Забезпечення відповідних санітарно-побутових	
Дотримання прав персоналу щодо свободи об'єднань та прийняття участі в колективному договорі	
Гарантія гідної заробітної плати та тривалості робочого дня відповідно до нормативно-правових актів	
Відсутність дискримінації працівників за ознаками раси, віросповідання, національної приналежності, інвалідності, політичних поглядів чи віку, усунення застосування психологічного або фізичного насилля	
Модернізація процесів виробництва та поліпшення інфраструктури з метою раціонального використання ресурсів	Навколишнє середовище, майбутні покоління, інвестори, пайовики, місцеві спільноти, мешканці села
Виробництво продукції згідно з якісними показниками згідно	
Використання технологій, що спрямовані на зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище, скорочення важких викидів, оптимізація використання відходів	
Забезпечення виробництва якісної та конкурентної продукції	Покупці, підприємства
Узгодження зусиль публічного управління у сфері економічного, соціального, а також культурного розвитку території	Органи публічної влади, місцевого самоврядування, місцеві спільноти, акціонери, інвестори
Підтримання постійної взаємодії зі стейкхолдерами, обговорення та узгодження їх потреб та проблем, які відносяться до соціального впливу; розробка результативних	Усі стейкхолдери
Інформування суспільства про діяльність щодо соціального розвитку	ЗМІ, усі стейкхолдери

Отже, соціальна відповідальність – це швидкозростаючий актив, але взаємодія зі стейкхолдерами як спланований стратегічний напрям дає мож-

ливість підприємству розвиватись. ТОВ Агрофірма «Зоря-Агро» підтримує соціальне підприємництво, постійно контактує з жителями с. Солонці. Контактів відбувається це через особисті зв'язки і засоби масової інформації. Важливу роль при взаємодії підприємства із зацікавленими сторонами має баланс інтересів суб'єктів у рамках соціальної відповідальності.

Список використаних джерел

1. Гоголя О. П., Кудінова І. П. Соціальна відповідальність бізнесу. К.: Видавництво Національного університету біоресурсів і природокористування України. 2018. 79 с.
2. Center corporate social responsibility development. URL : <http://csr-ukraine.org> (дата звернення: 25.03.2021 р.).
3. Король С. Інституційний підхід до соціальної відповідальності бізнесу. *Вісник КНТЕУ*. 2013. № 3. С. 42–55.



СЕКЦІЯ ФАКУЛЬТЕТУ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ

«ПАРТИЗАНСЬКИЙ МАРКЕТИНГ» ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖІВ

*Ковалевська К. Л.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Єгорова О. В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Партизанський маркетинг – напрям маркетингу, особливостями якого є відмова від відкритої конкуренції на ринку та використання нестандартних маловитратних, але ефективних способів реклами для залучення клієнтів [1, 3].

Термін «партизанський маркетинг» увів Джей Конрад Левінсона [2] в однойменній книзі та поширили автори праці «Маркетингові війни» Джек Траут та Ел Райс. Виник партизанський маркетинг, зокрема, як відповідь на так звану «рекламну (або банерну) сліпоту» покупців, які ігнорують набридлу рекламу різних типів, що атакує їх звідусіль. Як наслідок – вкладання великих сум у класичну рекламу дає досить низькі результати.

Партизанський маркетинг відрізняє від звичайного маркетингу використання маловитратних методів просування товару чи послуги, поєднане з нестандартним, креативним підходом до створення реклами. Замість традиційної реклами в засобах масової інформації тут використовують нетрадиційні рекламні канали або дешеві рекламоносії. Наприклад, останніми роками рекламні оголошення малюють як трафаретні рисунки або графіті на асфальті, бордюрах тощо. До найдавніших (і, зауважимо, не законних) способів розповісти про свій бізнес відносяться несанкціоновані рекламні оголошення на стовпах, зупинках громадського транспорту, стінах будинків, ліфтах та інших місцях. Гарною альтернативою цього формату реклами є розміщення інформаційних табличок у під'їздах будинків, на яких з поміж номерів телефонів аварійних служб зазначають власні контакти (приміром, служби вантажоперевезень або домашнього майстра).

Ще один спосіб розповісти про свою продукцію, особливо аудиторії похилого віку, – інформаційні листи, «замасковані» під газети, які кладуть до поштових скриньок. В них серед порад щодо домашнього господарства, здоров'я тощо дається реклама певних товарів. В таких виданнях використовують класичний прийом «партизанського маркетингу» – відгук підставного клієнта (людини, яка висловлює задоволення товаром або послугою в публікаціях, соціальних мережах, відео тощо). Часто тактику «досвіду користувача» використовують із залученням експертів (проте якщо запросити «зірок» реклама не буде малобюджетною). Від таких осіб, відомих у певних колах, інформація сприймається як особиста рекомендація, якій можна довіряти. Також ефективним способом розповісти про свій бізнес є виступ власника бізнесу в ролі експерта або створення тематичної групи у соціальних

мережах. Наприклад, майстриня з манікюру може дати корисну пораду з догляду за нігтями та зазначити у якому салоні можна пройти таку процедуру.

Наведені приклади ілюструють тактику «невидимої реклами», про яку споживач і не здогадується, що це реклама. Компанія Sony використовувала цю тактику у 2002 році, наймаючи акторів, які просили перехожих в різних містах сфотографувати їх на новий телефон Sony і в ході розмови розповідали про його численні переваги. Одним зі способів прихованої реклами (проте досить дорогим) є Product Placement – згадка або начебто випадкова демонстрація товару у тексті або відео, наприклад, у фільмі, кліпі або на телешоу.

В партизанському маркетингу для підвищення пізнаваності компанії (бренду) або товару створюють «галас», наприклад, в соцмережах чи на форумах. Звісно, при публічному обговоренні можуть бути й негативні відгуки про товар або послугу, проте, якщо конструктивно реагувати на зауваження, виправляти власні помилки – незадоволений клієнт може стати «адвокатом бренда» [3].

Серед інших цікавих прийомів «партизанського маркетингу» відмітимо:

- створення вірусного контенту для просування продукту у соціальних мережах. Якщо створити відеоролик, пост, мем або публікацію, які викликають у користувачів Мережі бажання поділитися, реклама розлетиться дуже швидко. Звісно щоб контент став популярним, він повинен викликати емоції – сміх, ностальгію, бути оригінальним та неординарним;

- флешмоби. Передбачають організацію цікавого заходу, який приверне увагу багатьох. Під час флешмобу група осіб виконує певні дії у визначений час та у певному місці. Мода на рекламні флешмоби розпочалась в 2009 році в Ліверпулі з танця від мобільного оператора T-Mobile;

- автоматичний запис на регулярні послуги. Наприклад, квітковий салон може направити повідомлення клієнту «Рік тому Ви замовляли букет на день народження Вашої дружини. Бажаєте оформити замовлення цього року?»;

- персоналізовані привітання зі святами найбільш важливих клієнтів з щирими побажаннями та дарунком невеликого бонусу при наступному замовленні;

- надання безкоштовної послуги або продукції в обмін на відгук.

Таким чином, «партизанськими» називають маркетингові заходи, які виходять за рамки загальноприйнятих способів і коштів рекламних комунікацій і просування товару. Реклама повинна привертати увагу великої кількості людей, викликати сильні емоції та відчуття, такі як сміх, цікавість, шок тощо.

Перевагами «партизанського маркетингу» є:

- дієвість. Він дозволяє ефективно просувати свій товар чи послугу, допомагає залучати нових клієнтів і слугує збільшенню прибутку підприємства;

- менші витрати у порівнянні з традиційною рекламою. Проте, мова йде про фінансові витрати, водночас, така стратегія потребує багато часу на розробку, підготовку та реалізацію;

- швидкість результатів;

- широкий асортимент інструментарію і спеціальної техніки;

– велике охоплення цільового сегмента.

Недоліки «партизанського маркетингу»:

- складний механізм використання окремих технік;
- деякі прийоми цієї стратегії базуються на обмані, хитрощах, маніпуляціях, провокаціях або епатажі;
- короткі, таємничі повідомлення іноді незрозумілі для більшості людей.
- можливий негативний ефект, який викликають спам і прихований вплив;
- високі вимоги до прояву креативності та неповторної ідеї, для поширення інформації потрібно бути творчою людиною з почуттям гумору, розвинутою уявою, мисленням «поза рамками»;
- в багатьох випадках «партизанський маркетинг» може бути лише доповненням до традиційного, оскільки не може його повністю замінити.

Список використаних джерел

1. Партизанський маркетинг. Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Партизанський маркетинг](https://uk.wikipedia.org/wiki/Партизанський_маркетинг) (дата звернення: 01.04.2021 р.)
2. Левінсон Дж. К. Партизанський маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах. Москва: Издательство «Манн, Иванов и Фербер». 2015. 432 с.
3. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Socialair.ru: веб-сайт. URL: <https://socialair.ru/articles/guerilla/> (дата звернення: 01.04.2021 р.)

ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

*Колотій В. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Єгорова О. В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Сільське господарство, при якому синтетичні добрива, пестициди, регулятори росту рослин та кормові добавки свідомо повністю виключають або мінімізуються називають органічним, екологічним або біологічним сільським господарством. В органічному землеробстві не використовують мінеральні та хімічні добрива, отрутохімікати, а з шкідниками борються біологічними методами – шумами, світлом, пастками, температурними режимами. У тваринництві використовують корми без консервантів, утримують худобу та птицю без антибіотиків та гормонів-стимуляторів зростання, збудників апетиту, у безстресових умовах утримують й транспортують. Під час переробки продукції заборонені штучні ароматизатори, барвники, рафінування, мінералізація та інші прийоми, що вбивають поживні властивості продукту.

Останніми роками в Україні, як і у світі в цілому, виробництво екологічно чистих продуктів набуває все більшої популярності й воно може стати для України пріоритетним напрямком розвитку сільського господарства. Проте, досягти цієї мети можливо лише за умови комплексного дослідження факторів, що перешкоджають розвитку органічного сільськогосподарського виробництва, та розробці заходів щодо подолання їх негативного впливу.

Серед головних переваг органічного сільського господарства:

- екологічні: збереження екологічного балансу середовища, зниження техногенного впливу на ґрунти та природні води, збереження та відновлення ґрунтів, біорізноманіття рослин й тварин в агроландшафтах;
- соціальні: забезпечення населення якісними продуктами, покращення здоров'я нації, підвищення зайнятості та добробуту населення;
- економічні: підвищення конкурентоспроможності продукції, зростання рентабельності виробництва [2].

Одним з основних рушіїв розвитку органічного сільського господарства є можливість експорту продукції. Експорт української органічної продукції втричі перевищує обсяг внутрішнього споживчого ринку і 2019 р. становив 99 млн євро. Найбільшу кількість вітчизняної органічної продукції Україна експортувала у Нідерланди, Німеччину, США, Швейцарію, Італію. Наша країна посіла перше місце за обсягами експортованої органічної продукції до ЄС. Основними видами експортованої продукції є зернові, олійні, ягоди, гриби, горіхи фрукти, тобто переважно органічна сировина [3].

Також розвивається й внутрішній український споживчий ринок органічної продукції. Зацікавленість споживачів у здоровому та повноцінному харчуванні зростає, одночасно підвищується свідомість щодо збереження навколишнього середовища.

Головні фактори, що перешкоджають розвитку внутрішнього ринку органічної продукції в Україні:

- низька купівельна спроможність населення;
- переважання експорту органічної сировини;
- недостатність знань споживачів про органічну продукцію;
- недосконале інституційне забезпечення та відсутність державної фінансової підтримки;
- інноваційна пасивність виробників та управлінських структур;
- слабка обізнаність виробників щодо органічного виробництва.

Стримують органічне виробництво перешкоди для українських товаровиробників зайняти вагоме місце на світовому ринку. Зрозуміло, що уряди європейських країн захищають своїх виробників і новим гравцям надзвичайно важко зайняти частку ринку традиційних товарів у Європі.

Процес переходу на органічне господарювання в Україні на сьогодні супроводжується певними ризиками та необхідністю вирішення низки проблем. Це низька технологічна культура агровиробництва всіх рівнів, починаючи від особистого селянського господарства до великих аграрних об'єднань; відсутність відповідної законодавчої й нормативної бази; часткові втрати урожаю на

перехідному періоді у зв'язку зі зменшенням обсягів виробництва продукції (особливо це актуально для господарств, що застосовували інтенсивні технології), хоча ці втрати дещо компенсуються вищою ціною на органічну продукцію; все ще низький рівень обізнаності населення і виробників щодо переваг органічного землеробства та самих органічних продуктів.

Вважаємо що головною причиною гальмування розвитку органічного господарства в Україні є брак фінансових ресурсів, відсутність державної підтримки органічного виробника. Основним джерелом фінансування витрат у вітчизняних аграрних підприємств є їх власні кошти, адже через відсутність сприятливого інвестиційного клімату та стабільного економічного та політичного стану в державі інвестори з обережністю вкладають кошти у дану сферу. Тому для України актуальним питанням є збільшення державної участі у фінансуванні органічного напрямку аграрних підприємств.

Список використаних джерел

1. Бойко Л. О. Органічне виробництво в Україні: перспективний напрям сталого розвитку *Таврійський науковий вісник*. Серія: Економіка: Науковий журнал. Вип. 1. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2020. С. 87-95.

2. Кравцов Д. Органічне сільське господарство: 5 основних переваг. UHBDP: веб-сайт. URL: <https://uhbdp.org/ua/eco-technologies/articles/1813-orhanichne-silске-hospodarstvo-5-osnovnykh-perevah> (дата звернення: 15.12.2020).

3. Україна – на другому місці за експортом органічної продукції до ЄС. УКРІНФОРМ: веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3040089-ukraina-na-drugomu-misci-za-eksportom-organichnoi-produkcii-do-es.html> (дата звернення: 15.12.2020).

КЛАСИФІКАЦІЯ ЧИННИКІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Махно С. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Тютюнник Ю. М.,
кандидат економічних наук, доцент*

Ефективність діяльності суб'єктів господарювання, виробництва та управління завжди була однією з головних проблем сучасної економічної науки та практики. Власники та керівники підприємств зацікавлені в досягненні належної ефективності бізнесу, що є мрією, метою та вершиною ділового успіху. Поняття «ефективність» відноситься до найбільш поширених бізнес-термінів.

Для успішного управління підприємством зручно використовувати різні показники ефективності. Економічні служби зазвичай оперують такими пока-

зниками оцінки, як фінансові показники, показники ефективності та соціальні показники, але ці показники не можуть забезпечити всебічної та об'єктивної оцінки результатів діяльності бізнесу. Серед показників можливостей для подальшого розвитку підприємств важливими є структура активів та відповідних їм джерел фінансування; підвищення рівня ділової активності та фінансової стійкості підприємства; прискорення динаміки виробництва продукції, поліпшення її якості та підвищення конкурентоспроможності; приріст вартості бізнесу. Необхідно також запровадити механізм швидкого відстеження нефінансових показників, що впливають на фінансові результати діяльності. Моніторинг системи управління для розуміння ефективності використання потенціалу компанії повинен бути інформаційною основою для оцінки загального потенціалу та різних його складових, рівня використання та ступеня відповідності внутрішнім та зовнішнім чинникам (рис. 1).

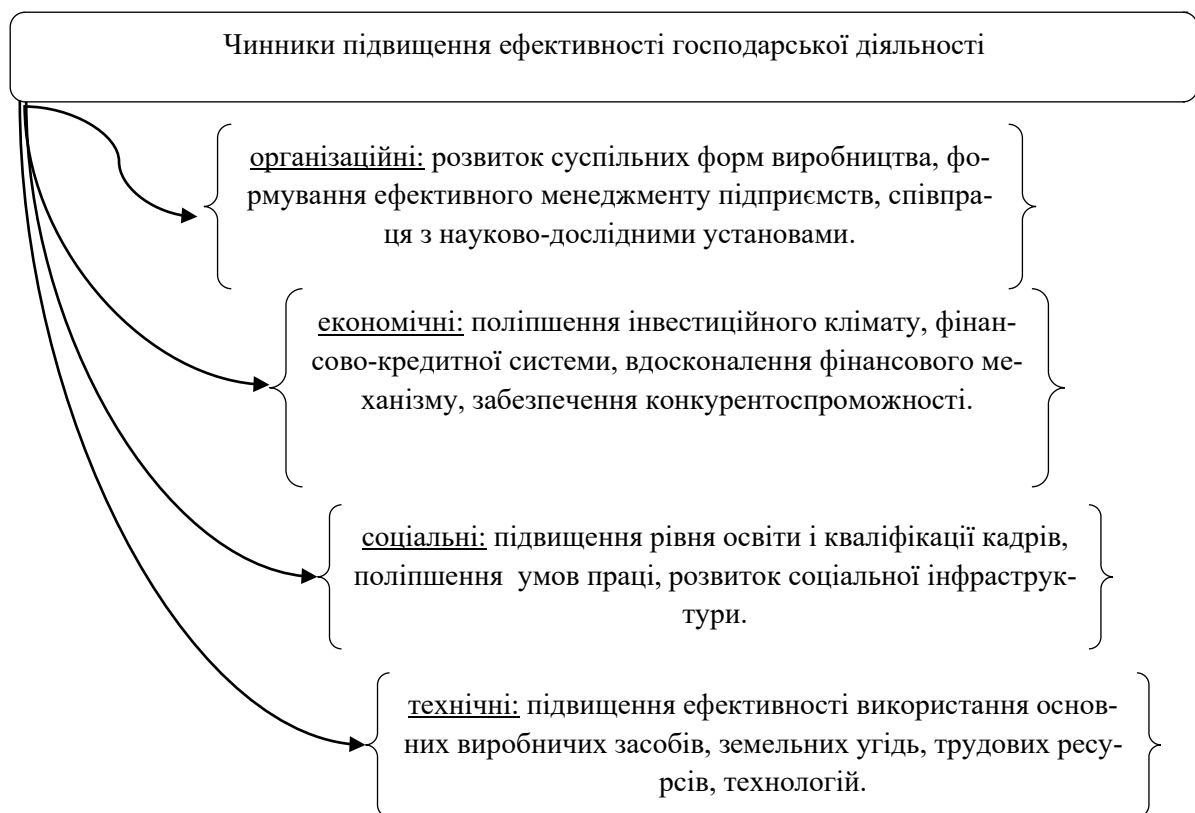


Рис. 1. Чинники підвищення ефективності господарської діяльності підприємства [1]

Підвищення економічної ефективності господарської діяльності підприємства, як правило, відбувається шляхом зменшення собівартості продукції, фізичної кількості трудових та фінансових ресурсів. Для вітчизняних підприємств, які працюють у ринковому середовищі, що зазвичай характеризується невизначеністю, нестабільністю та постійним ризиком, ефективне управління є основним виходом вирішення існуючих проблем.

Стандарт економічної ефективності повинен виражати мету господарської діяльності підприємства та шляхи її досягнення. З огляду на це стандарти

економічної ефективності повинні відповідати таким вимогам: показувати результати економічної діяльності; фіксувати й вимірювати ступінь досягнення поставленої мети [2]. Вчені ще не досягли консенсусу щодо єдності стандартів ефективності.

Деякі економісти вважають, що від незалежних підприємств до всієї національної економіки економічна структура повинна бути однаковою на всіх рівнях. Інші вважають, що стандарти ефективності не можуть бути однаковими на всіх рівнях виробничої організації. Вони повинні виражати характеристики об'єкта дослідження, будь то загальна економіка, галузь чи підприємство [3].

Список використаних джерел

1. Ажаман І. Сутність та структура економічного потенціалу підприємства. *Економіка та держава*. 2018. № 4. С. 22-25.

3. Котирева С.О. Сутність та особливості управління економічним потенціалом підприємства. *Науковий вісник*. 2017. № 17. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/17_1/234_Kotyriewa_17_1.pdf (дата звернення: 05.04.2021).

4. Гречко А.В. Балагир Б.В. Дослідження шляхів підвищення ефективності управління виробничою діяльністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2016/18.pdf (дата звернення: 05.04.2021).

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ

*Овчаренко А. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Тютюнник Ю. М.,
кандидат економічних наук, доцент*

Капітал та його структурна модель мають безпосередній вплив на фінансовий стан підприємства, зокрема на платоспроможність, кредитоспроможність, ліквідність, прибутковість та рентабельність. Капітал є головним елементом та базою для ведення господарської діяльності підприємства, тому його ретельний та професійний аналіз дозволяє отримати обґрунтовану та важливу інформацію щодо фінансового стану об'єкта дослідження і розробити відповідне управлінське рішення, яке дозволить підприємству досягти поставлених задач.

На законодавчому рівні поняття «власний капітал» закріплене в НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Так, під власним капіталом розуміється частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань [1]. Дане визначення відображає порядок розрахунку власного

капіталу, але не розкриває джерел його формування та напрямків використання. У міжнародних стандартах бухгалтерського обліку не використовується такий термін, як «власний капітал», еквівалентом до нього в зарубіжній практиці є поняття «чисті активи» (netassets).

План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291 містить перелік рахунків і схем реєстрації та групування на них фактів фінансово-господарської діяльності (кореспонденція рахунків) у бухгалтерському обліку [2]. План рахунків використовується для контирування документів первинного обліку, ведення регістрів бухгалтерського обліку, в тому числі пов'язаних із власним капіталом.

Із метою узагальнення даних про стан і рух власного капіталу підприємства Планом рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій передбачено рахунки класу 4 «Власний капітал та забезпечення зобов'язань», на яких відображуються рух складових частин власного капіталу та деяких інших видів капіталу, що Планом рахунків передбачено обліковувати на рахунках цього класу. За даними цих рахунків формується Звіт про власний капітал (форма № 4 фінансової звітності). Для обліку майже кожного виду власного капіталу передбачено окремий рахунок. З назви рахунка видно, яка саме інформація накопичується на ньому.

Невід'ємними складовими бухгалтерського обліку є великий потік первинних документів, постійне виконання арифметичних операцій, перевірка правильності розрахунків і проведення операцій, зіставлення даних з інформацією на суміжних ділянках обліку тощо. Саме на стадії первинного обліку відбувається збір інформації про господарські операції та явища, її реєстрація у первинних облікових документах, що забезпечує підвищення ефективності контролю та управління діяльністю підприємства (компанії, фірми).

Поточний фінансовий (бухгалтерський) облік містить розрізнену інформацію про господарську діяльність підприємства. Для одержання інформації про результати такої діяльності дані поточного обліку необхідно узагальнити в певній системі показників. Це досягається складанням звітності, яка є завершальною стадією ведення фінансового (бухгалтерського) обліку. Фінансова звітність є структурованим відображенням фінансового стану та фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання. Зокрема, її метою є надання інформації про власний капітал підприємства в цілому та його види, яка є корисною для власників та широкого кола користувачів під час прийняття ними економічних рішень щодо примноження та ефективності використання власного капіталу [3, с. 8].

У результаті проведеного дослідження розглянуто та систематизовано основні нормативно-правові акти як загального, так і спеціального характеру, які, у свою чергу, дадуть змогу бухгалтерам своєчасно та правильно відображати в обліку операції з формування та зміни статутного, додаткового, резервного, вилученого капіталу та інших видів власного капіталу. Проаналізувавши зміни в законодавстві, які відбулися останнім часом, можна зазначити, що це

безперечно стане ще одним етапом успішного його розвитку в Україні. В той же час перехід на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та звітності потребує адекватного відображення власного капіталу в обліку та звітності для зрозумілості та корисності її користувачам та гармонізації чинних НП(С)БО із МСБО.

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: наказ Міністерства фінансів України від 7 лютого 2013 р. № 73 / *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0336-13> (дата звернення: 08.04.2021).
2. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: наказ Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11#Text> (дата звернення: 08.04.2021).
3. Любар О. О. Нормативно-правове регулювання бухгалтерського обліку власного капіталу. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. С. 1-11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua> (дата звернення: 08.04.2021).

ОСОБЛИВОСТІ ІНДЕКСНОГО МЕТОДУ

*Хоменко А. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Рудич А. І.,
кандидат економічних наук, доцент*

Індекси створювалися як інструмент динаміки споживчих цін. На початку XVII ст. англійський купець Т. Ман доводив переваги торгівлі з Індією. Які ввозились з Туреччини і Індії в Англію, закупівля товарів у Індії втричі дешевша порівняно з Туреччини. Індекс, як і будь-який статистичний показник, поєднує в собі якісний та кількісний аспекти [1, с. 39].

Індексний метод це один з найбільш інформативних, потужних і поширених інструментів економічного аналізу. Вони дають змогу вимірювати та виявити вплив факторів і вивчати взаємозв'язки, аналізувати зміну явища у просторі, часі, а також оцінювати рівень виконання завдання. Застосовуючи індексний метод формулює зміну різних показників обсягів виробленої продукції, вартості і собівартості продукції, виробничих потужностей, продуктивності праці, посівних площ, цін. Широкого застосування набув індексний метод у торгівлі. Обраховуються якісні показники та індекси обсягу, завдяки характеризуються зміни обсягів надходження та реалізації товарних запасів, продуктивності праці, товарів, цін, прибутку, витрат тощо [3].

Індексний метод це обчислення загальних індексів, що дають змогу спів-

віднести між собою показники за складними сукупностями. Завдяки індексному методу можна виконати такі завдання:

- 1) відокремлення зміни структури явища на зміну індексованої величини;
- 2) характеристика загального складного явища чи окремих елементів;
- 3) виділення впливу одного з факторів шляхом елімінування впливу інших.

Основною особливістю індексного методу є те, що його складові компоненти (абсолютні, відносні та середні величини) належать до певної об'єднуючої їх системи. Будь-які з перерахованих величин, що знаходяться поза системою, не мають відношення до індексного методу. Здатність індексного методу об'єднати в певну, цілеспрямовану систему ізольовані статистичні величини, являє собою той якісно новий рівень обробки статистичних даних, який відрізняє його від методів відносних і середніх величин. Отже, індексний метод і його основний інструмент – індекс – на відміну від названих методів повинен ототожнюватись передусім з поняттями «система» і «взаємозв'язок» [2].

Останнім часом вчені намагаються розробити показники, які могли повною мірою оцінити рівень благополуччя життя людей, їх соціально-економічний розвиток. Зазвичай застосовували і продовжують застосовувати, скажімо так, більш економічні показники рівня та продовження життя населення, наприклад, ВВП на душу населення. І тому вчені британського центру наукових досліджень New Economic Foundation (NEF) прийшли до висновку, що це не можна вважати правильним і коректним, оскільки самій людині мало що дає розмір ВВП, який на неї припадає, у людей інші критерії та поняття задоволеності власним життям.

Міжнародний індекс щастя (англ. Happy Planet Index) – являє собою індекс, що відображає добробут людей та стан навколишнього середовища в різних країнах світу, який був запропонований NEF в 2006 році. Головне завдання індексу відобразити «реальний» добробут будь-якої нації. Для порівняння рівня життя в різних країнах світу чи континенту використовується значення ВВП на душу населення або індекс розвитку людського потенціалу, але ці індекси не завжди можуть відобразити реальний стан речей. Зокрема порівняння значення ВВП вважається недоречним, оскільки кінцева мета більшості людей не бути багатими, а бути щасливими та здоровими [4].

Україна посіла п'яте місце серед країн з найменшим «індексом щастя». У 2020 році він становив 14 % – це більш ніж удвічі нижчий показник, ніж був у 2019 році. Про це свідчать результати опитування Gallup International, яке провели в Україні фонд «Демократичні ініціативи» та Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). За результатами опитування 49 % українців заявили, що вважають себе щасливими, 14 % вважають себе ані щасливими, ані нещасливими, а ще 35 % відповіли, що є нещасливими. Усього в опитуванні в Україні взяли участь 1 004 респонденти. Водночас 37 % українців вважають, що 2021 рік буде кращим, ніж попередній, а 51 % вважають, що наступний рік буде роком економічних труднощів. Загальний «індекс щастя» українців у 2020 році становив 14 %. У 2019-му цей показник був майже вдвічі вищим і становив 33 %, а у 2018 був на рівні всього 8 %. Загалом цей індекс в Україні дещо ниж-

чий, ніж у світі (нижчий, ніж так званий світовий індекс щастя) [4].

Отже, індексний метод – це комплексна характеристика відносної зміни явищ у часі, просторі або в порівнянні з яким-небудь еталоном таких явищ, які внаслідок наявності функціональної залежності між ними представлені системою взаємопов'язаних показників за принципом представлення інтегрального результату через його складові.

Список використаних джерел

1. Герасименко С. С. Україна у сучасному світі: порівняльна багатомірна оцінка. *Статистика України*. 2010. № 4. С. 31-36.
2. Дорогань-Писаренко Л. О., Єгорова О. В., Рудич А. І. Статистика: навч. посіб. Полтава: РВВ ПДАУ. 2021. 300 с.
3. Купалова Г. І. Теорія економічного аналізу: навч. посіб. Київ, Центр навчальної літератури. 2008. 639 с.
4. Україна – індекс щастя 2020. URL: <https://hromadske.ua/posts/ukrayina-uvijshla-do-pyatirki-najbilsh-neshaslivih-krayin-svitu-za-rik-indeks-shastyavpav-majzhe-vdvichi-opituvannya>.

ІСТОРІЯ ВИБІРКОВОГО МЕТОДУ

*Цимбал А. І.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Рудич А. І.,
кандидат економічних наук, доцент*

З розвитком ринкових відносин стрімко зростають потреби в соціальній, економічній та управлінській інформації. Якщо обробку статистичних даних можна вести з використанням комп'ютерних програм, то збір первинної інформації, забезпечують кореспонденти та працівники обліку, кількість яких з часом тільки збільшується.

На сьогоднішній день, коли світом править інформація, головне завдання статистики не в зростанні фізичного обсягу зібраних даних, а в кількості і якості інформації, яку можна отримати при тому ж обсязі. За словами Д. Бернала, прогрес в науці починається із рішення питань, поставлених економічною необхідністю. Тому в першу чергу розвиток вибіркового спостереження викликали потреби господарювання. Насправді не існує єдиної методології, щодо статистичних методів. Методологічні основи базуються на сучасних наукових розробках, зокрема на досвіді проведення обстежень соціально-економічних явищ в США, Великій Британії, Польщі. В більшості країн світу для забезпечення зростаючих інформаційних потреб використовують вибіркові спостереження, особливо це стосується оцінки показників розвитку підприємств, сільськогос-

подарського виробництва, доходів і витрат домогосподарств [4].

Вже починаючи з XVIII століття, вивчення методів випадкового відбору та його застосування мало широкий розгляд в руках вчених та дослідників. Але теорія і практика випадкового відбору до початку XX століття були відокремлені. Історію та подальший розвиток вибіркового методу вивчали: І. Я. Матюха, Е. Енгель, М. К. Дружинін, А. В. Чаянов, А. Г. Ковалевський, О. Агафоненко, Е. Векслер та інші.

Взагалі визначення поняття вибіркового методу можна тлумачити так: статистичний метод дослідження загальних властивостей сукупності будь-яких об'єктів на основі вивчення властивостей лише частини цих об'єктів, узятих на вибірку. Вибірковими даними користуються досить широко в різних сферах діяльності людини (наприклад, для оцінки якості продукції). Вибірковий метод відрізняється особливими механізмами практичного застосування. Ідея його використання виникла на порівняно пізніх етапах становлення статистики. Основною перешкодою на шляху його широкого застосування стала проблема визначення найефективнішого формування вибіркової сукупності, а також недовіра вчених і практиків до вибіркового методу як повноцінної альтернативи суцільного спостереження [5].

Вперше положення теорії ймовірності поєднав з практичними питаннями вибіркового методу М. В. Остроградський. Користуючись апаратом середньої математики він розрахував надійність вибірки армійських товарів, відібраних наугад для вивчення їх якості. Майже одночасно, в 1846 році, була опублікована робота Д. П. Журавського про проблеми вибіркового методу з економічної точки зору [4].

Першим посібником із застосування вибіркового методу в статистиці стала робота Ф. Йейтса «Вибірковий метод в переписах і обстеженнях», написана у зв'язку з рекомендаціями Підкомісії ООН по статистичній вибірці, висунутими на першій сесії в Лейк Саксесі в 1947 році [3].

Також статистики пов'язують початок розвитку наукової теорії вибіркового методу з іменем А. Н. Кієра – директора Норвежського статистичного бюро. Теорія і практика вибіркового методу російськими статистиками розвивалась швидше, ніж на Заході. Однак планове керівництво господарством у роки радянської влади, створення системи народногосподарського обліку сприяло розвитку суцільного спостереження і обов'язкової державної звітності. В таких умовах розвиток вибіркового методу і його застосування на практиці призупинилось [2].

Загалом, у період 20-х років XX століття стрімко розвивались теоретичні засади вибіркового методу. У цей час ще не була сформована єдина термінологія та методика проведення вибірових обстежень, тому головними особливостями цього періоду було наукове обґрунтування та розробка методів оцінювання вибірових показників на основі методів теорії ймовірності математичної статистики [5].

Тільки в 1925 році Міжнародний статистичний інститут прийняв рішення про застосування вибіркового методу в статистиці, схваливши два основних

види вибірки: випадковий і цільовий відбір. Для випадкового відбору це повторна і безповторна вибірка. Під цільовим розуміли відбір районів, репрезентативних у відношенні деяких ознак, відомих як для вибірки, так і для генеральної сукупності [1].

Використання вибірових обстежень на території сучасної України бере свій початок з кінця ХІХ століття, коли вона входила до складу Російської імперії. Принципова відмінність від західної статистики була в тому, що в Росії вибірове спостереження вважалося, переважно, доповненням до суцільного спостереження, в той час, як на Заході за відсутності практики суцільних обстежень не виникало такого обережного відношення до вибірового методу. І лише з переходом України на міжнародні стандарти в області статистики були створені умови для більш широкого використання вибірових обстежень у різних галузях. Вони стали важливим джерелом соціально-економічних та демографічних характеристик домогосподарств України, без яких останнім часом стало неможливо обходитись при аналізі економічної та соціальної політики, планування розвитку країни та прийняття рішень на всіх рівнях [5].

Повертаючись у сьогоднішній день, ми власноруч можемо з легкістю виконати дослідження за допомогою вибірового методу. Для цього нам знадобиться: теоретичні знання, практичні навички; цілеспрямованість, натхнення та широкий кругозір сучасних можливостей та інформації. Наприклад, щоб охарактеризувати деяку групу студентів та обрати серед них тих, хто візьме участь у поїздки закордон, потрібно: опитати самих ЗВО та скласти список бажаючих, перед тим вибравши варіант опитування; з цього списку обрати певну кількість осіб. А як саме обрати цю кількість і вивчає метод вибірового спостереження та має такі типи відбору: випадковий, механічний, типовий, серійний, багатоступеневий. Далі слід провести сам процес відбору, проаналізувати та поширити дані з урахуванням помилки. Так, якщо коротко, ми можемо поетапно описати дії, і завершивши дослідження зробити висновок, що після зробленої роботи керівнику групи стане набагато простіше, адже все вирішувалось математично, а не через довгі роздуми й погляди незадоволених студентів.

Отже, досліджуючи історію розвитку вибірового методу у статистиці можна зробити певні висновки: вибіровий метод та його застосування у дослідженнях переконує нас у тому, що можна отримати репрезентативні дані та підтвердити їх математичними розрахунками, що дасть можливість уявити певну картину. Адже теоретично доведено, що на підставі тільки одного спостереження можна оцінити показники генеральної сукупності, і не тільки їх значення, а і похибки, з якими вони розраховані. Вибіровий метод можна назвати сучасним та ефективним у ряді багатьох завдань, цікавим у процесі визначення імовірності.

Список використаних джерел

1. Гранков В. П. Выборочное наблюдение. Изд.2-е, перераб. и доп. Москва. Госстатиздат, 1963. URL : https://books.google.co.ls/books/about/%D0%92%D1%8B%D1%80%D0%BE%D1%D0%B5_%D0%BDD0%B5

%D0%BD%D0%B8.html?hl=zh-&id=bSLPAAAAMAAJ&output=html_text.

2. Деркач О. Історія розвитку вибіркового методу. Розвиток інформаційних систем обліку, аналізу та аудиту на етапі становлення цифрової економіки, Київ. 2015. С. 116-117.

3. Йейтс Ф. Выборочный метод в переписях и исследованиях. Москва: Статистика, 1965. 433 с. URL: https://www.google.com/search?q=3.%09%gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAXQ2z9Y2z9g3EhoAnAAeACAAZABiAHxAZIBAzEuMZgBAKABAaABAqoBB2d3cy13aXqwAQDAAQE&sclient=gws-z&ved=0ahUKEwjs3urkqPjvAhVtoosKHeixCRgQ4dUDCA0

4. Ніпорко Н. І. Історія розвитку вибіркового методу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. № 9. С. 48-51.

5. Рабуш Л. Історичні витoki використання вибірових обстежень у галузі сільського господарства. *Економічний аналіз*. Випуск 10. Ч. 2. Київ. 2012.

ФРІЛАНСЕРИ: ПЕРЕВАГИ ТА ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

*Василенко Л. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Томілін О. О.,
доктор економічних наук, професор*

Виникнення та розвиток фрілансу пов'язують з потребою у додатковому заробітку, втратою робочого місця, бажанням самостійно організовувати свою роботу, тощо. В даний період це досить актуальна тема, адже існує проблема нестабільної економічної ситуації в світі, що змушує людину змінювати свій напрямок діяльності і пристосовуватися до зовнішніх умов. Фрілансерами є висококваліфіковані працівники, які незалежні від організації та самостійно надають послуги замовникам дистанційно [1, с. 376].

Аналізуючи дану професію можна відокремити деякі переваги недоліки працевлаштування.

До основних переваг відносять: свобода вибору замовника та обсягів робочого завдання, що дає можливість відмовлятися від нецікавих проєктів, вільний графік роботи, який можна балансувати іншими сферами життя чи додатковим заробітком, відсутня транспортна проблема (особливо актуально для великих міст та мегаполісів), порівняно високий рівень доходу і можливість ним управляти (більше працюєш – більше заробляєш), максимально комфортні умови праці та відсутність прив'язаності до конкретного робочого місця, що дозволяє працювати там, де є комп'ютер і стабільний Інтернет, перспектива для міжнародної співпраці, і т. д. [2].

Але існують мінуси даної професії, як пов'язані з тим, що організація ро-

боти фрілансера потребує якісного робочого простору (окрема кімната, безперебійна електромережа та мережа Internet, хороше освітлення), сучасного технічного оснащення, психологічного комфорту працівника, що забезпечить високу здатність концентрувати увагу при потребі у зміні середовища [3].

Основним недоліком фрілансу є непостійність роботи. Людина багато часу витрачає та створення власного іміджу та пошуку роботодавця, який міг би забезпечити гарантії отримання оплати за виконану роботу, адже не завжди існують пропозиції, які задовольняють потреби.

На законодавчому рівні досить складно отримати захист своїх прав від правоохоронних органів з питань Інтернет-шахрайства та крадіжки інтелектуальної власності, бо існує недосконала правова база, проте при офіційному оформленні юридичного статусу фрілансер отримує переваги, такі як, можливість вибору оптимальної системи оподаткування, авторська право, соціальний пакет, тощо.

Щодо перспектив розвитку трудового потенціалу фрілансера, то існує так зване поняття «скляна стеля», що відображає ситуацію, коли є можливість розвивати лише предметні вміння у своїй галузі.

На нашу думку, для того щоб мінімізувати фактори ризику працівникові необхідно дотримуватись основних рекомендацій:

1. Створити своє якісне портфоліо, де будуть зібрані роботи фрілансера, що слугуватиме його саморекламою.

2. При співробітництві з біржею потрібно вирішити для себе який формат буде доцільнішим.

3. Для економії часу та постійному робочому навантаженню, необхідно підтримувати кількість робіт, які виконуються за короткострокові терміни, це сприяє вдосконаленню самоорганізації та впевненості в майбутньому.

4. Під час переговорів з роботодавцем потрібно обов'язково укласти договір, у якому будуть зазначені всі умови співробітництва та розміри плати.

5. Якщо фрілансер має достатній досвід роботи, то краще віддавати перевагу довгостроковим контрактам, що забезпечать постійний потік роботи від конкретного роботодавця упродовж усього терміну дії угоди.

Таким чином, за допомогою даних вказівок, можна розглядати фріланс як перспективний спосіб зайнятості, адже зараз ця сфера швидко розповсюджується та залучає до себе спеціалістів різних професій, що дає можливість швидко співпрацювати та реагувати на економічні зміни у світі.

Список використаної літератури

1. Кузьмін О. Є., Солярчук Н. Ю. Фріланс та загальна характеристика фрілансера. *Науковий вісник НЛТУ України*. НУ «Львівська політехніка», 2012. Вип. 22.7. С. 375–380.

2. Зайченко К. С. Ринок фрілансу в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5994> (дата звернення: 10.04.2021).

3. Тертичний О. О. Фріланс як сучасний вид трудових відносин. *Вісник*

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

*Василенко А. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Глуценко Ю. А.,
кандидат економічних наук, доцент*

Розвиток цифрової економіки у сучасному світі відбувається разом із удосконаленням інформаційних технологій. Розвиток цифрової інфраструктури вносить відповідні зміни в усіх галузях, долаючи на своєму шляху більш традиційні моделі

Головною метою розвитку цифрової інфраструктури в Україні є: «..можливість усіх громадян без обмежень та труднощів технічного, організаційного та фінансового характеру (зокрема соціально незахищені верстви населення) скористатися цифровими можливостями незалежно від свого місцезнаходження чи проживання та не перебували в сегменті «цифрового розриву»» [2].

Дієвою цифровізація виявилася для проектних команд та невеликих компаній, в зв'язку з створенням та швидким представленням нових продуктів на ринок, цим самим зміщуючи акценти з великих компаній до стартапів. Цифрова трансформація зумовлює виникнення нових унікальних процесів і систем, що складають їх нову ціннісну сутність (наприклад, цифровий банкінг, Uber, Airbnb, тощо) [4].

У наш час найбільш масштабне застосування цифрових технологій відбувається на сегментах фінансового ринку, що внесло суттєві зміни в процеси обігу та торгівлі фінансовими інструментами. Стає очевидним, що в найближчі роки більшість банків будуть надавати послуги в інтернеті, а всі грошові операції користувачі виконуватимуть з допомогою гаджетів. З фінансового ринку можуть зовсім зникнути платіжні картки. І це не дивно, адже останнім часом діджиталізація та електронні гроші активно опановують всі сегменти фінансового ринку та банківські установи, які його обслуговують.

Діджиталізація загалом привносить зміни у всі сфери суспільного життя, що навіть лише опосередковано можуть бути пов'язані з використанням цифрових технологій.

Економічна криза 2008 року, яка спровокувала подальші зміни у світовій фінансовій системі стала поштовхом до діджиталізації фінансового та банківського сектору. Також банки зосередилися на зниженні витрат і управлінні капіталом та операційних ризиків, тоді як рівень довіри клієнтів до банків почав

падати не тільки через кризу, але й внаслідок непрозорості і низької швидкості операцій, високої вартості послуг, відсутності зручних мобільних додатків [1].

Таким чином, головним завданням сучасних банків стає обслуговування «гаджет до гаджету». Виникла необхідність у мобільному банкінгу. Однак, банки все рівно диктують правила та змушують слідувати їх клієнту, тоді як фінтех-компанії мають готовність і здатність розпізнавати потреби споживача фінансових послуг і намагаються відповідати їм.

Банкам нічого не залишається, як змінюватися під впливом клієнтів, а фінансово грамотні клієнти змусять банки змінюватися. Перехід на цифрові технології впливає і на персонал. Зростає попит на фахівців з опрацювання даних із наявним банківським досвідом – а такий набір навичок на сучасному ринку знайти нелегко. Тож для цієї галузі настав час залучати нові таланти й розробляти сучасну модель.

Деякі банки для трансформації власних бізнес-процесів уже використовують технологію блокчейн, оскільки вона пропонує безпечну та зручну альтернативу традиційному банкінгу, а також мінімізує випадки шахрайства у фінансовому світі.

Блокчейн уже застосовують у таких банківських операціях, як платежі (транскордонні, однорангові, корпоративні та міжбанківські) шляхом переведення прямих інвестицій, відстежування похідних товарів [3].

Отже, діджиталізації банківського сектору набирає обертів. І тільки від активності кожного банку залежить його конкурентна позиція на даному сегменті ринку. Світовий досвід свідчить, що банки які першими почали впроваджувати цифрову економіку, отримали серйозну фору щодо конкурентів. Україна також поступово провадить шлях діджиталізації, а клієнти банків уже можуть користуватись більшістю банківських он-лайн послуг. Подальший розвиток цих технологій зробить фінансові послуги доступними, комфортними та зрозумілими кожному. При цьому банківським установам необхідно впроваджувати інновації, щоб утримувати конкурентні позиції в умовах швидкої зміни інфраструктури фінансового ринку.

Список використаних джерел

1. Васильєва, Т. А., Леонов, С. В., Рубанов П. М. Трансформація обігових фінансових інструментів в умовах цифровізації фінансового сектору економіки. *Вісник Сумського державного університету*. 2017. № 3. С. 15-21.

2. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження КМУ від 17 січня 2018 р. № 67-р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80/conv#n68> (дата звернення: 10.04.2021).

3. Україна 2030 е – Україна з цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>.

4. Цифрове майбутнє банкінгу. URL: <https://news.sap.com/ukraine/2018/06/digital-future-bank/>.

ДІЯЛЬНІСТЬ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ УСТАНОВ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

*Ведмідь М. О., Голобородько В. В.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Бражник Л. В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Від стану та ефективності функціонування фінансового ринку залежить економічний розвиток країни. Важливою частиною ринку фінансових послуг є сегмент небанківських фінансово-кредитних установ. Його роль полягає в наданні доступу до дешевих і якісних фінансових продуктів і послуг вітчизняним підприємствам та фізичним особам в умовах, що банківський сектор надає кредити під досить високі відсоткові ставки. Питанню сутності, особливостей функціонування та розвитку парабанківських посередників приділяли увагу багато вітчизняних науковців, серед них: О. Василик, С. Науменкова, А. Пересада, В. Ходаківська, В. Шелудько та інші.

Небанківські фінансово-кредитні установи (НФКУ), як правило, мають не тільки значний вплив на розвиток окремих секторів економіки, а й через залучення і перерозподіл залучених коштів у фінансові активи виконують провідну соціально-економічну функцію. Окремі науковці притримуються думки, що парабанківська система є сукупністю небанківських кредитних установ, які орієнтовані, по-перше, на обслуговування певних видів клієнтів, по-друге, на виконання окремих кредитних послуг [1].

Оскільки діяльність небанківських фінансово-кредитних установ є схожою з діяльністю банків, доцільно наголосити на спільних та відмінних рисах. До спільних рис можна віднести: функціонування у секторі опосередкованого фінансування, формування пасивів через випуск боргових зобов'язань (для НФКУ вони є менш ліквідними, чим банківські), розміщення власних ресурсів в дохідні активи через купівлю боргових зобов'язань, тощо. Серед відмінностей можна виділити: діяльність небанківських фінансово-кредитних установ не пов'язана з базовими банківськими операціями, вона не стосується процесу формування депозитів, не має впливу на пропозицію грошей, а отже і не контролюється так жорстко, як діяльність банків.

Серед парабанківських посередників України можливо виділити страхові компанії, а саме, ризикові і зі страхування життя, пенсійні фонди, що є недержавними, кредитні установи, такі як кредитні спілки, ломбарди, інші кредитні установи тощо, фінансові компанії, у тому числі лізингові, факторингові, компанії по операціям із нерухомістю, фінансуванню будівництва та інститути спільного інвестування [2].

Наведена динаміка кількості небанківських фінансово-кредитних інститутів на рис. 1 дає змогу зробити висновок, що за аналізований період кількість

учасників на ключових секторах парабанківської системи зменшилася на 380 одиниць, що в відносному вираженні становить 15,3 %.

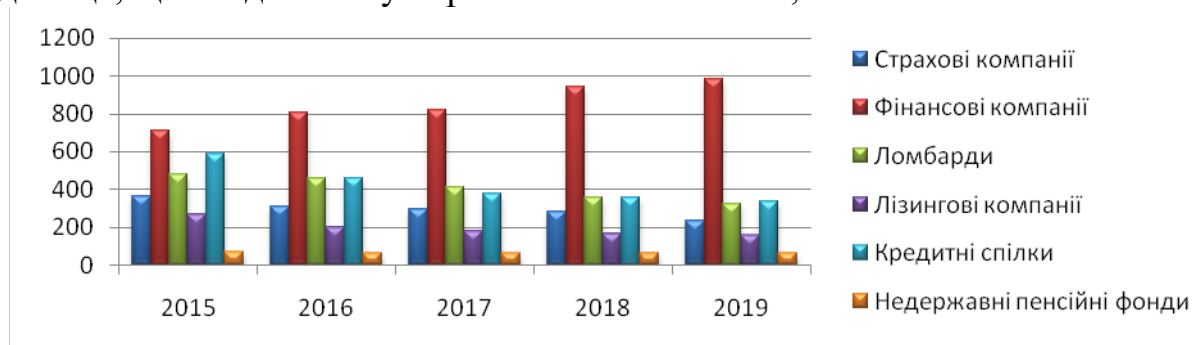


Рис. 1. Динаміка небанківських фінансово-кредитних інститутів
Джерело: побудовано за даними [3]

Динаміка 2015-2019 років свідчить, що кількість страхових компаній зменшилася на 35,5 %. Кількість ломбардів, що працювали у 2019 році – 324, що на 158 менше, ніж у 2015. Недержавні пенсійні фонди та лізингові компанії також зменшилися на 9,7 % і 41,4 % відповідно. Позитивну динаміку мали лише фінансові компанії, кількість яких збільшилася на 275 одиниць.

Варто зазначити, що кількість небанківських фінансово-кредитних установ в Україні переважає над кількістю діючих банків. Проте така ситуація не свідчить про високий рівень розвитку небанківського сектору, адже розмір активів банків значно перевищує активи небанківських фінансово-кредитних установ. Попри деяке зменшення суб'єктів фінансового ринку, протягом останніх двох років спостерігається стаке зростання ключових показників його розвитку. Серед рис багатьох українських небанківських фінансово-кредитних установ варто виділити невідповідність їх діяльності міжнародним стандартам та правилам. Наприклад, інформаційна закритість таких установ негативно впливає на розвиток ринку небанківських фінансових послуг та слабка капіталізація зменшує стійкість та конкурентоздатність фінансових установ.

Отже, можна прийти до висновку, що станом на сьогодні небанківські фінансово-кредитні установи, хоча і мають повільний темп розвитку, але є перспективними та мають попит і популярність серед населення України. НФКУ складають конкуренцію банківському сектору за вільні грошові капітали та пропонують ряд фінансових послуг, які не представлені у банках з тих чи інших причин. Виходячи з цього, варто сказати, що підтримання розвитку небанківського сектора має важливе економічне значення для фінансової сфери, яке буде сприяти як її успішному розвитку, так і розвитку економіки країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Версаль Н. І. Фінансове посередництво в Україні : теоретичні та практичні аспекти. *Фінанси України*. 2015. № 9. С. 99-107.
2. Дубина М. В. Стан та перспективи розвитку системи парабанківських посередників. *Науковий Вісник: фінанси, банки, інвестиції*. 2010. № 3. С. 52-57.

3. Офіційний сайт Національної комісії з регулювання ринків фінансових послуг. URL: <http://nfp.gov.ua> (дата звернення: 24.03.2021).

ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ ДЛЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

*Ведмідь М. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник - Дорошенко О. О.,
кандидат економічних наук, доцент*

На будь якому етапі розвитку економіки для всіх країн величина державного боргу є надзвичайно важливим елементом ринкової економіки. Якщо використання державного боргу є ефективним, то він стає додатковим джерелом сприяння розвитку національної економіки. Однак, у разі неефективного використання – він перетворюється у важкий тягар для бюджету (антиципований податок). Через це, питання управління й обслуговування державного боргу України завжди залишається актуальною проблемою в стратегії розвитку держави.

За одну з найважливіших проблем економіки України на сьогодні слід вважати брак (дефіцит) грошових коштів. Оскільки державний борг є складовою частиною економіки країни, він має вагомий вплив і на її елементи, що говорить про важливість стабілізування фінансової системи України, шляхом дієвого управління запозиченнями.

Державний борг – це невід’ємна частина фінансової системи країни, яка є залежною від загального стану всієї системи та здійснює вагомий вплив на її функціонування[1].

Розглядаючи структуру державного боргу, його можна поділити на внутрішній та зовнішній. У разі здійснення державою зовнішніх позик виникає зовнішній державний борг, а внутрішній, в свою чергу, є сумою випущених державою позик, на які були нараховані відсотки, але які не є погашеними. Важливо наголосити, що у внутрішньому боргу, за виключенням державного, міститься заборгованість державних підприємств.

Наукові дослідження вчених обґрунтували, що зовнішній борг являється менш вигідним та має більше загроз, ніж внутрішній. Це можна пояснити тим, що сплатення відсотків за внутрішнім боргом здійснюється в середині країни і при умові помірних ставок за відсотком – борг в майбутньому не перетворюється на тягар [2].

Згідно з теорією державного боргу існує дві точки зору: стандартна та інша, від стандартної. За стандартною точкою зору, борг має негативний вплив на економіку. За іншою (рікардіанська еквівалентність) – державний борг має нейтральний вплив на економіку, тобто, не існує різниці в джерелах коштів:

будь це податки чи позики.

Доцільно виділити причини виникнення державного боргу для України:

– наявність дефіциту державного бюджету, який можна спостерігати за останні роки;

– домінування швидкості зростання державних видатків над зростанням державних доходів;

– залучення коштів нерезидентів задля підтримання стабільного стану національної валюти.

Динаміка абсолютного розміру державного боргу України та відношення його величини до ВВП за 2012 – 2020 рр. наведена в табл. 1.

За даними табл. 1, варто відмітити, що в 2014 р. порівняно з 2013 р. можна спостерігати значний приріст державного боргу (на 88,4 %), що пояснюється дефіцитом державного бюджету, державною підтримкою НАК «Нафтогаз», державних банків та Фонду гарантування вкладів, нестабільними економічною та військовою ситуаціями, знеціненням національної валюти. За період 2012 – 2016 рр. спостерігається тенденція зростання співвідношення загальної величини державного боргу до ВВП з 36,6 % до 82,2 % (при пороговому значенні згідно Маастрихтського договору 60 %). Варто наголосити, що починаючи з 2016 р. існує тенденція до зменшення співвідношення державного боргу до ВВП (2017 р. – 74,3 %, 2018 р. – 60,9 %, 2019 р. – 50,3 %).

Таблиця 1

Склад та динаміка державного боргу України за період 2012 – 2020 рр.

Станом на	ВВП (номінальний), млн грн	Загальний борг, млн. грн	Приріст загального боргу, %	Зовнішній борг, млн грн	Внутрішній борг, млн грн	Відношення державного бор- гу(загального розміру) до ВВП, %
31.12.2012	1408889	515 510,6	х	308 999,8	206 510,7	36,6
31.12.2013	1454931	584 114,1	13,3	300 025,4	284 088,7	40,2
31.12.2014	1566728	1 100 564,0	88,4	611 697,1	488 866,9	70,3
31.12.2015	1979458	1 572 180,2	42,9	1 042 719,6	529 460,6	79,4
31.12.2016	2383182	1 929 758,7	22,7	1 240 028,7	689 730,0	82,2
31.12.2017	2982920	2 141 674,4	11,0	1 374 995,5	766 678,9	74,3
31.12.2018	3558706	2 168 627,1	1,3	1 397 217,8	771 409,3	60,9
31.12.2019	3974564	1 998 275,4	-7,9	1 159 221,6	839 053,8	50,3
31.12.2020	4194100	2 551 935,6	27,7	1 518 934,8	1 033 000,8	60,8

Джерело: складено автором за даними[3]

Однак, у 2020 р. темп приросту державного боргу по відношенню до 2019 р. склав 27,7%, а розмір державного боргу набув найбільшого абсолютного значення за досліджуваний період (останні 9 років) і становив 2 551 935,6 млн. грн. На таку динаміку вплинула в тому числі й ситуація з пандемією COVID-19 у світі загалом та Україні зокрема. Згідно з інформацією від Рахункової палати, бюджет 2020 р. мав майже 639 млрд грн (37% фінансового ресурсу держбюджету) надходжень від державних запозичень. Цей обсяг майже на 66% перевищив витрати на погашення державного боргу, що і спричинило його збільшення. Також у Рахунковій палаті зазначили, що станом на 2020 р. кожен українець заплатив по 3 тис. грн. за обслуговування державного боргу [4].

Говорячи про зростання обсягу державного боргу України, важливо наголосити на загрозі формування суттєвих боргових загроз національній економіці. Для того щоб забезпечити національну економіку державній владі слід здійснювати контроль за загальним обсягом державного боргу України задля запобігання його зростання за безпечну межу, спостерігати за змінами у динаміці складових державного боргу та оптимізувати його структуру. Структура державного боргу – це наочна демонстрація основних боргових критеріїв, що має здатність визначати характер й силу, з якою державний борг здійснює вплив на соціальні та економічні процеси у державі.

Отже, в подальшому органам державної влади слід вживати заходи щодо удосконалення та оптимізації структури боргу, що сприятиме вагомому посиленню значення державного боргу як результативного інструменту стимулювання соціального та економічного розвитку України. Також важливо вдатися до скорочення та обмеження залучень кредитних важелів державою, адже навіть за оптимальної структури державного боргу при зavelикому його обсягу досить важко запобігати борговій кризі.

Список використаних джерел

1. Економічна теорія: Політекономія: підручник / за ред. В. Д. Базилевича. 9-те вид., доповн. Київ: Знання-Прес, 2014. 710 с.
2. Карапетян О. В. Управління державним зовнішнім боргом: методологія оцінки боргової стійкості. *Наука молода*. 2008. Вип. 10. С. 101 – 109.
3. Державний борг України. Міністерство фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/finance/debtgov/> (дата звернення: 30.03.2021).
4. Шрамко Ю. Державний борг України зріс на 7 %. Інформаційне агентство «Українські Національні новини». URL: <https://www.unn.com.ua/uk/news/1914109-derzhborg-ukrayini-u-2020-rotsi-zris-na-7> (дата звернення: 30.03.2021).

УЧАСТЬ БАНКІВ У ФІНАНСОВОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ

*Жадан А. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Глущенко Ю. А.,
кандидат економічних наук, доцент*

Упродовж розвитку стану світового господарства аграрна сфера відіграла роль системо утворювального фактора економічного розвитку. На сучасному етапі постіндустріальний економічний устрій не витісняє аграрну сферу загалом, а створює передумови якісно нового напрямку її розвитку, у якому ключову роль відіграють конкурентна та інноваційна складові частини. В економіці України аграрна сфера залишається винятково важливою ланкою, що визначає ефективність функціонування господарства країни та її регіонів, рівень добробуту людей і продовольчу безпеку держави. Її значення посилюється значною експортною складовою [4].

Також на стані вітчизняної аграрної сфери цього року відобразилася карантинна криза. Експерти вважають, що карантинні заходи значно вплинули на логістичні шляхи поставок агропродукції та на зміни у вітчизняному попиті на неї [2].

В зв'язку з цим, суттєво загострюється потреба агробізнесу у кредитних коштах. Нікуди не зникають й сезонні потреби аграрних клієнтів банків. Зростання ризиковості діяльності агроклієнтів викликає зміни у кредитній політиці фінансових установ. Тож, важливим елементом для затвердження рішень є фінансовий стан компанії – боргове навантаження: лімітовані можливості агроклієнта обслуговувати збільшений борг та її рівень EBITDA, який за прогнозами знизиться в цьому році за рахунок зростання витрат, падіння курсу USD та гривневої ціни продукції. Тому знизяться максимально можливі ліміти фінансування. Серед інших критеріїв відбору позичальників базовими залишаються якість агротехнологій, які використовує клієнт, його досвід у цьому бізнесі та ділова репутація.

Лише за умов стабільних або майже стабільних цін економічні агенти (фірми і громадяни) здатні здійснювати передбачувану і ефективну господарську діяльність. За всіх часів і режимів у економіці ключовою умовою непохитності держави були і залишаються стабільні гроші.

На сьогодні в Україні велика кількість банків пропонує різноманітні послуги у секторі «агро». За привабливістю умов обслуговування до першої десятки увійшли АТ «ОТП Банк», АТ «Райффайзен Банк Аваль», АТ «Перший Український Міжнародний Банк», АТ «Мегабанк», АТ «Ощадбанк», АТ «ПроКредитБанк», АТ «Банк Кредит Дніпро», АТ «КредіАгріколь Банк», АТ «УкрСиббанк», АТ «Укргазбанк» [3].

Кредитні продукти банків класифікують: звичайні та пільгові. Звичайні

продукти орієнтовані на будь-якого (масового) клієнта, який належить до суб'єктів сільського господарства та може скористатися банківськими програмами агрокредитування. Особливу групу становлять пільгові кредити. На нашу думку, доречно виділити дві окремі підгрупи пільгових кредитів: надані через партнерські програми та надані через урядові програми. Причому ці програми можуть бути як вітчизняного походження, так і іноземного. Опрацювавши кредитні програми діючих банків ми виділили, у побудованій нами таблиці, характеристики кредитних продуктів та доповнили класифікацію продуктів за умовами кредитування (табл.1).

Таким чином, не зважаючи на значний спектр запропонованих банками суб'єктам агробізнесу програм кредитування, основними бар'єрами залишаються: висока вартість кредитів, суттєві вимоги до заставного майна, складність процедури оформлення документації.

За даними НБУ, за 2020 рік всього було видано кредитів фізичним особам-підприємцям на 19 840 млн. грн. Розмір відсоткової ставки за кредитами у гривні для них становив 23,1 % річних [1].

Таблиця 1

Класифікація кредитних агропродуктів банків України

Ознака класифікації	Види кредитних агропродуктів банків
Мета кредитування	– кредити на поповнення обігового капіталу; – кредити на розвиток бізнесу; – кредити на придбання агротехніки / обладнання (нового та вживаного); – екокредитування («зелені кредити»); – кредити на придбання землі
Швидкість прийняття рішення	– миттєві (попереднє рішення протягом одного дня); – класичні; – інвестиційні
Вид пакета документів позичальника	– із спрощеним пакетом документів; – з розгорнутим пакетом документів
Тип фінансування	– овердрафт/кредитна лінія; – строковий кредит; – структуроване торговельне фінансування; – вексельне кредитування (авалювання векселя); – агрофакторинг; – агролізинг; – гарантії
Графік платежів	– періодичний; – сезонний
Вид забезпечення	– без заставні; – застава нерухомості; – застава рухомого майна (товари в обороті; майбутній врожай; агророзписки; техніка/обладнання; майнові права на депозит; порука власників)
Строк користування	коротко-, середньо- та довгострокові
Валюта кредитування	у національній; в іноземній валюті
Наявність початкового внеску	з та без початкового внеску

Для підвищення ефективності залучення та використання ресурсів, банкам варто розширяти спектр пільгового кредитування та розвитку кредитування (чат-боти), що суттєво прискорить одержання кредиту та забезпечить своєчасне вирішення проблем аграріїв.

Список використаних джерел

1. Дані статистики фінансового сектору. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms>.
2. Експерти розповіли про вплив запровадження карантину на ринок агропродукції в Україні. URL: <http://agrobusiness.com.ua>.
3. Надійне плече: ТОП-15 банків, що кредитують агросектор. URL: <https://landlord.ua/rejtingi/nadiyne-pleche-top-15-bankiv-shho-kredituyutagrosektor>.
4. Цимбалюк І., Риковська Л. Теоретичний аналіз сутності та складників дефініції «аграрна сфера». *Економічна теорія та історія економічної думки*. 2017. № 4. С. 13-18.

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Кіріченко Н. О.,
здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії;
Стрілець А. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Чумак В. Д.,
кандидат економічних наук, доцент*

Прибуток – це показник, що формується на рівні підприємства і виступає одним із головних джерел власних фінансових ресурсів суб'єкта підприємництва, узагальнюючи в собі фінансові результати від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Слід зазначити, що управління прибутком суб'єкта господарювання поділяється на два етапи: управління формуванням прибутку та управління розподілом прибутку.

Доречно нагадати думку одного із дослідників, про те, що *управління формуванням та розподілом прибутку суб'єкта господарювання передбачає* вирішення наступних основних завдань: забезпечення збільшення загальної суми прибутку; досягнення зростання абсолютної суми чистого прибутку підприємства (за мінусом податку на прибуток); розрахунок оптимального розміру прибутку суб'єкта господарювання, який може бути використаний на виплату дивідендів за акціями (для акціонерних товариств); визначення найбільш оптимального співвідношення між розподілим і не використаним прибутком суб'єкта господарювання [1, с. 32].

Управління прибутком суб'єкта підприємництва передбачає також аналіз

та оцінку прибутку в передплановий період. При цьому здійснюється: оцінка загальної суми прибутку і коефіцієнтів рентабельності за роками (динаміка); визначення структури загальної суми прибутку за видами діяльності; аналіз основних напрямів використання прибутку з метою оцінки максимального забезпечення прибутком виробничо-господарської діяльності суб'єкта господарювання.

Одним із етапів управління прибутком є прогнозування та планування його величини в плановому періоді. Така операція проводиться в межах операційної діяльності суб'єкта підприємництва, а також в розрізі розрахунку суми чистого прибутку від інвестиційної та фінансової діяльності. Доцільно проаналізувати основні методи планування прибутку підприємства, які суттєво впливають на його управління. На думку В. Д. Чумак до основних методів планування фінансового результату суб'єкта господарювання від усіх видів діяльності належать наступні: аналітичний; метод прямого розрахунку; балансовий; метод коефіцієнтів [2, с. 153-154]. На малих підприємствах найбільш поширеним методом планування прибутку є *метод прямого розрахунку фінансового результату*, оскільки він є досить простим, надійним, практичним та достовірним. Даний метод, в деякій мірі, обмежує можливості виявлення основних внутрішніх напрямів зростання прибутку, оскільки таке планування дає лише кінцевий результат, тобто фінансовий результат в кінці року.

Досить важливим є також розрахунок планової суми фінансового результату (прибутку) суб'єкта господарювання за допомогою аналізу *взаємозв'язку «затрати, обсяг реалізації, прибуток»*. Дана система включає: управління маржинальним, валовим та чистим прибутком суб'єкта підприємництва. Аналізуючи взаємозв'язок *«затрати, обсяг реалізації, прибуток»*, фінансовий менеджер (фінансист) вирішує наступні завдання: *розраховує обсяг реалізації товарів, робіт та продукції, що гарантує прибуткову діяльність підприємства; визначає обсяг реалізації, що забезпечить прибуткову діяльність суб'єкта господарювання протягом тривалого періоду часу; розраховує необхідний обсяг реалізації продукції з метою одержання запланованої суми прибутку від реалізації (валового прибутку) та від основної діяльності; визначає точку беззбитковості; розраховує заплановані результати збільшення прибутку від реалізації за умови оптимізації величини постійних та змінних витрат*.

При оперативному управлінні процесом формування (розрахунку) чистого прибутку фінансові менеджери фірми постійно визначають величину прибутку у структурі валового доходу (валової виручки від реалізації), враховуючи при цьому ті чи інші грошові надходження. Такий розрахунок чистого прибутку, як правило, проводиться з використанням показників прибутковості, або показників, що характеризують витрати діяльності на одну грошову одиницю.

Отже, прибуток є основним джерелом фінансово-економічного розвитку суб'єкта господарювання, удосконалення його матеріально-технічної бази, всіх можливих форм інвестування та є кінцевою метою діяльності будь-якого підприємства. Разом з тим, прибуток є джерелом сплати податків, зокрема податку на прибуток. Враховуючи значення прибутку, вся діяльність суб'єкта господарювання повинна бути зосереджена на тому, щоб забезпечити максимізацію фі-

нансових результатів в динаміці або, принаймні, стабілізувати її на певному рівні. Отже, основний принцип діяльності суб'єкта підприємництва полягає в прагненні до нарощування обсягу прибутку в майбутньому. Безсумнівно, прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності підприємства прямо або опосередковано впливає на розмір чистого прибутку, який є головним джерелом фінансування розвитку підприємства та виступає основним показником виробничо-фінансової діяльності суб'єкта підприємництва.

Список використаних джерел

1. Войнаренко М. П. Прогнозування діяльності підприємства з урахуванням фінансових результатів. *Вісник Технологічного університету Поділля*. 2018. № 2. С. 31–35.
2. Чумак В. Д. Методи фінансового планування. *Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики* : матеріали VII всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених, м. Полтава, 29 жовтня 2020 р. Полтава, 2020. С. 153–155.

ЗАГАЛЬНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ ДЛЯ ФОП

Колотій В. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Томілін О. О.,
доктор економічних наук, професор

Податки є основним інструментом реалізації розподільної функції фінансів і одним з головних каналів поповнення доходної частини державного бюджету. Виважена і науково обґрунтована податкова політика щодо запровадження пільг чи надання переваг оподаткуванні є важливим регулятором підприємницької діяльності в усіх сферах економіки [3, с. 266].

Система оподаткування – це спосіб сплати податків, зборів та інших обов'язкових платежів до бюджету і внесків до державних цільових фондів, що справляються в уставленому Податковим кодексом України порядку, який обрав для себе суб'єкт господарювання. В Україні існують два види системи оподаткування: загальна та спрощена. Далі мова піде про загальну систему оподаткування для фізичних осіб підприємців.

Податкова система України відзначається складністю, невпорядкованістю, порушенням функціональної гармонії окремих складових та системи в цілому. Основне протиріччя пов'язане з неузгодженістю потреб у податкових надходженнях з можливостями їх отримання [5, с. 396].

Як відомо, ФОП – це фізична особа, зареєстрована як підприємець. Фізична особа – підприємець може перейти на загальну систему в будь-який мо-

мент: якщо підприємець реєструється, його автоматично реєструють на загальній системі, без ніяких додаткових заяв; при переході з ЄП (єдиного податку) на загальну систему, підприємець не пізніше 10 календарних днів до початку кварталу повинен подати в свою податкову заяву про відмову від спрощеної системи [1].

Головна перевага загальної системи у порівнянні зі спрощеною полягає у тому, що податки сплачуються не з доходу, а з прибутку.

Загальна система стає єдиною можливою у наступних випадках: у ФОП є заборонені для спрощеної системи види діяльності. Повний перелік таких видів діяльності зазначений у пункті 291.5 Податкового кодексу України [2]; є потреба у заборонених для ЄП способах розрахунків (бартер та інші не грошові форми); є перевищення дозволеної виручки (доходу) [6].

Фізична особа – підприємець, який обрав загальну систему оподаткування сплачує такі податки з чистого доходу (тобто різниці між виручкою та документально підтвердженими витратами): податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) за ставкою 18 %; єдиний соціальний внесок (ЄСВ) за ставкою 22 %; військовий збір за ставкою 1,5 %.

Платниками податку на прибуток є всі суб'єкти підприємницької діяльності (в т. ч. бюджетні та громадські організації), які одержують прибуток від господарської діяльності, нерезиденти, а також філії, відділення та інші відокремлені підрозділи, що зобов'язанні мати окремий банківський рахунок та вести окремий облік результатів діяльності [4, с. 901].

Крім того, ФОП на загальній системі може сплачувати наступні податки: ПДВ (якщо зареєструється добровільно або обсяг доходу за останні 12 місяців сукупно перевищить 1 млн. грн – тоді реєстрація обов'язкова. Це зобов'язує ще й подавати Податкову декларацію з ПДВ податок на додану вартість) й складати податкові накладні); податок на доходи нерезидентів, так званий податок на репатріацію; (ставка складає 15 % або менше, якщо є угода про уникнення подвійного оподаткування між країнами) [6].

Таким чином, сутність загальної системи оподаткування полягає в тому, що податки сплачуються не з доходу, а з прибутку ФОП; на загальній системі підприємець може здійснювати будь-які дозволені чинним законодавством види економічної діяльності та працювати без обмежень за працівниками та доходом.

Список використаних джерел

1. Підприємець на загальній системі. OstApp Journal – онлайн-журнал для підприємців: *веб-сайт*. URL: <https://journal.ostapp.com.ua/uk/articles/post/predprinimatel-na-obsej-sisteme> (дата звернення: 14.04.2021).

2. Податковий кодекс України: *веб-сайт*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 14.04.2021).

3. Томілін О. О. Вплив оподаткування на економічну діяльність агропромислового виробництва. *Наукові та прикладні аспекти удосконалення бухгалтерського обліку, економічного контролю та системи оподаткування*: монографія. Полтава: ПП «Астроя», 2018. С. 266–275. Розділ: Наукові та прикладні

аспекти удосконалення економічного контролю URL:
http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1524 (дата звернення:
15.04.2021).

4. Томілін О. О. Шляхи зростання фіскальної ефективності податку з доходів фізичних осіб. *Економіка: проблеми теорії та практики*: Збірник наукових праць. Вип. № 247: В VI т. Т. 2. Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. С. 396–401. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1573 (дата звернення: 15.04.2021).

5. Томілін О. О., Гаврилова О. А. Податок на прибуток та його роль у формуванні доходів. *Економіка: проблеми теорії та практики*: Збірник наукових праць. Вип. № 255: В 9 т. Т. IV. Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. С. 900–905. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1574 (дата звернення: 15.04.2021).

6. ФОП на загальній системі оподаткування 2021. Журнал «Головбух»: веб-сайт. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7066-fop-na-zagalny-sistem-opodatkuvannya> (дата звернення: 14.04.2021).

МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ РЕГУЛЮВАННЯ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ

Кошкалда В. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Томілін О. О.,
доктор економічних наук, професор

Грошово-кредитна політика в Україні має бути націлена на успішне розв'язання проблем перехідної економіки через зростання ефективності діяльності банківської системи та грошового обігу. Головними проблемами грошово-кредитної політики є: структура грошової маси в Україні; розвиток кредитних відносин; недостатній розвиток ринку державних цінних паперів.

Грошово-кредитна політика – це сукупність заходів у сфері грошового обігу і кредитних відносин, які проводить держава [4, с. 78]. Грошово-кредитна політика – це комплекс взаємопов'язаних, скоординованих на досягнення певних цілей заходів щодо регулювання грошового ринку, які проводить держава через свій центральний банк. Грошово-кредитну політику часто називають монетарною або грошовою політикою. Комплексом заходів у галузі грошового обігу і кредиту є грошово-кредитна політика [1]. Проблема формування та розвитку національної системи грошово-кредитних відносин є основоположною у системі державного регулювання ринкової економіки. Процес трансформації в перехідних економіках передбачає створення грошово-кредитної системи, що відповідає потребам розвитку ринкової економіки, забезпечує ефективність ви-

робництва та включення національної економіки в міжнародний поділ праці [3, с.498]. Основні типи грошово-кредитної політики нами представлено на рис. 1.

Змістом грошово-кредитної політики є: монетарна політика – це один із секторів економічної політики вищих органів державної влади; вищі органи державної влади регулюють гроші як систему відносин суб'єктів економіки; монетарна політика забезпечується властивими їй монетарними механізмами.

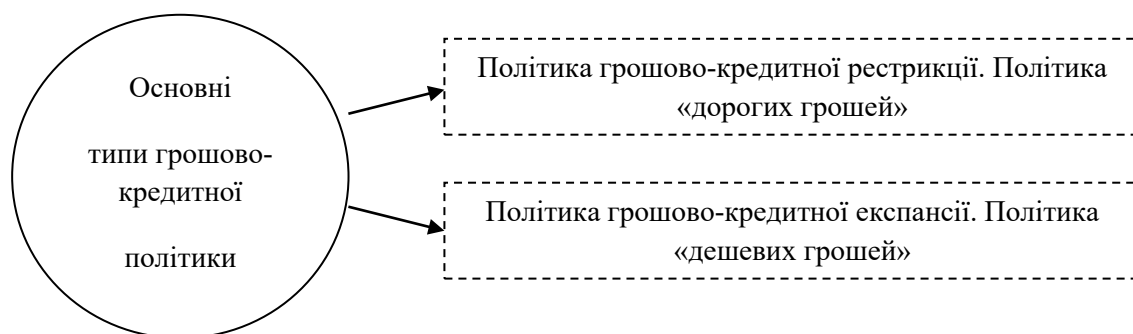


Рис. 1. Основні типи грошово-кредитної політики

Джерело: складено автором на основі [4, с.78]

Суть грошово-кредитної політики це регулювання за допомогою грошових інструментів, тобто державне регулювання економіки за допомогою грошово-кредитних інструментів є впливом на кількість і ціну позикового капіталу, щоб відповідно до цілей державної економічної політики впливати на попит і механізми використання кредитів у народному господарстві [1, с. 689-689]. Цільовою функцією грошово-кредитної політики є забезпечення внутрішньої стабільності грошей. Весь інструментарій грошово-кредитної політики мусить бути спрямований на досягнення оптимальної рівноваги у співвідношенні між попитом і пропозицією грошей аби забезпечити стабільність грошового обігу [4, с. 78]. Об'єктами грошово-кредитної політики, виступають сукупна грошова маса та рівень процентних ставок. Суб'єктами грошово-кредитної політики виступають центральний (емісійний) банк країни, комерційні банки, інституції зі страхування депозитів тощо [5]. Для вирішення проблем грошово-кредитної політики в Україні необхідно здійснювати нарощування і ефективне використання позикового капіталу, удосконалювати механізми та інструменти регулювання грошово-кредитної політики [2, с. 122]

Отже, грошово-кредитна політика спрямована на створення стабільних грошей, щоб запобігти інфляції. Орієнтація монетарної політики на забезпечення внутрішньої стабільності грошей і допомагає зміцненню його позицій у разі виникнення непорозумінь із урядом. Тобто монетарна політика здатна забезпечити економічну безпеку держави, що є надзвичайно важливим.

Таким чином, для вирішення проблем грошової політики в Україні необхідно здійснювати ефективне використання позикового капіталу, здійснювати нарощування, удосконалювати механізми та інструменти регулювання грошово-кредитної політики.

Список використаної літератури

1. Гроші та кредит: підручник / за ред. д.е.н., проф. О. В. Дзюблюка. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 892 с.
2. Томілін О. О. До питання регулювання грошово-кредитної політики в Україні: матеріали V Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених *!Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики*», присвячена 20-річчю від дня заснування кафедри фінансів і кредиту Полтавської державної аграрної академії, 25 жовт. 2018 р. Полтава, ПДАА, 2018. С.121–122. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/4414> (дата звернення: 15.04.2021).
3. Томілін О. О., Томіліна А. О. Грошово-кредитна політика в системі державного регулювання ринкової економіки: матеріали I міжнар. наук.-практ. конф. *«Фінансові аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання: сучасний стан та перспективи»* (25–26 груд. 2015 р.) ІІПО ОНУ ім. І. І. Мечникова. – Бондаренко М. О. Одеса, 2015. С. 498–500. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1656> (дата звернення: 15.04.2021)
4. Томілін О. О., Гаврилова О. А., Демчук Г. С. Гроші та кредит: навч. посіб. Полтава: ПОКППІТ «Освітаінфоком», 2009. 172 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8872> (дата звернення: 15.04.2021).
5. Томілін О. О., Гаврилова О. А., Демчук Г. С. Грошово-кредитні системи зарубіжних країн: навч. посіб. Полтава: «Оріяна», 2009. 284 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8877> (дата звернення: 15.04.2021).

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БУРЯКОЦУКРОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

*Кошкарда О. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Томілін О. О.,
доктор економічних наук, професор*

Основна умова розвитку країни є забезпечення людей продуктами харчування. Сьогодні в світі цукор виробляється більше як у 100 країнах. Загальний обсяг світового виробництва цукру складається: 80 % з цукрової тростини і 20 % з цукрових буряків. За даними провідних експертів по цукру найбільшими виробниками цукру в світі є Бразилія, Індія, ЄС, Китай та Таїланд. Їх частка у світовому виробництві щорічно становить 60%, а нашої країни лише 1 %.

Перехід вітчизняних цукрових заводів на переробку давальницької сировини призвів до перенавантаження внутрішнього ринку цукром і, як наслідок,

призвів до невиконання квоти «А» – річної квоти поставки цукру на внутрішній ринок [5].

Виробництво цукру у 2006 році спричинило кризу галузі у наступні роки. Вже у 2007 році рентабельність вирощування цукрових буряків сягнула рекордного збиткового значення – 11,1 %. Випуск цукру у 2008–2010 рр. впав нижче 1,6 млн тонн, при цьому внутрішнє споживання цукру за рік усіма категоріями споживачів становить біля 2 млн тонн. За 2000–2011 рр. в Україні значно скоротились розміри посівних площ під цукровими буряками, зменшилось виробництво цукру [1], особливо у 2009 р., коли його було вироблено 1,267 млн тонн і Україна вимушена була імпортувати цукор. Крім того, Україна з 16 травня 2008 року набула повноправного членства у СОТ та взяла на себе зобов'язання запровадити імпорتنу тарифну квоту обсягом 260 тис. тонн цукру-сирцю з тростини за пільговим тарифом (2 %) і доведенням її у 2010 році до 267 тис. тонн [3].

Станом на 30 жовтня 2017 року було викопано 227,1 тис. га цукрових буряків, з нього виготовили 1,003 млн тонн цукру й переробили 7,24 млн тонн цукрових буряків. На той момент працювало 40 цукрових заводів, добова виробка яких становила 172,4 тис. тонн переробки цукрових буряків, що на 6 % більше у порівнянні з минулим роком. З початку 2018 року цукрові заводи виробили 1,4 млн тонн цукру. НАЦУ «Укрцукор» інформує про збір 10,7 млн тонн цукрових буряків станом на кінець листопада 2018 року, в Україні цукор виробляло 40 підприємств. За десять місяців 2017–2018 маркетингового року виробники експортували 501 тис. тонн цукру. 2018 року посівні площі під цукровим буряком становили 280 тис. га, що на 13 % менше, ніж 2017 року. На зовнішніх ринках в 2019 році українські виробники поставили – 236,8 тис. тонн цукру, що в два рази більше ніж попередньому році – 584,9 тис. тонн [2].

Суттєвою проблемою для цукровобурякового виробництва виявилися низький рівень спеціалізації сучасних аграрних підприємств, посівів, що стримує впровадження інтенсивних технологій виробництва цукрових буряків, зокрема – застосування високопродуктивних гібридів, що, в свою чергу, негативно впливає на фінансовий стан сільськогосподарських підприємств [4, с. 43].

Досвід роботи цукрової промисловості України показує, що закриття заводів буде відбуватися і далі, навіть без участі держави.

На світовому ринку цукру спостерігається кілька важливих тенденцій які безумовно впливають на вітчизняну цукрову промисловість: 1) змінюється структура пропозиції цукру. Зростає частка цукру виробленого із цукрової тростини і скорочується пропозиція цукру із цукрових буряків. Це відбувається тому, що виробництво тростинного цукру менш затратне ніж цукру із цукрових буряків; правила СОТ забороняють пряме субсидування і підтримку неконкурентоспроможних галузей. Навіть технологічно найсучасніші заводи в Європі виробляють буряковий цукор який не може скласти конкуренцію цукру із цукрової тростини [6].

Можна зробити висновок, що в подальшому, тенденція поступового укрупнення компаній виробників цукру зберігатиметься і по кількості заводів, що їм належать і по частці виробленого цукру з одночасним зменшенням загаль-

льної кількості неефективних заводів. Саме тому найбільші виробники бурякового цукру поступово втрачають позиції на користь більш дешевого тростинного цукру.

На нашу думку, одним з головних економічних інструментів ринкового регулювання в сфері виробництва бурякоцукрового підкомплексу є визначення таких цін, які повинні бути достатніми для відшкодування всіх витрат і зможуть забезпечити розширене відтворення бурякоцукрової галузі.

Список використаної літератури

1. Коденська М. Ю., Доронін А.В. Оцінка діяльності та перспективи розвитку цукробурякового виробництва України. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/Agroin/2010_79/DORONIN.pdf (дата звернення: 13.04.2021).
2. Красняк О. П., Амонс С. Е. Ринок цукру: проблеми та перспективи. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7582> (дата звернення: 15.04.2021).
3. Томілін О. О. Перспективи розвитку бурякоцукрового виробництва. *Ефективна економіка*. 2011. № 11. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1538>.
4. Томілін О. О. Розвиток цукрового виробництва в ринкових умовах. *Економіка АПК*. № 11. Київ. 2012. С. 42–48. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1557> (дата звернення: 14.04.2021).
5. Томілін О. О. Формування міжгалузевих зв'язків агропромислового виробництва та їх вплив на структурну політику бурякоцукрового підкомплексу: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03. К.: Нац. акад. агр. наук України, Нац. наук. цент «Ін-т аграр. Економіки», 2015. 39 с.
6. Штрубенхофф Х. В., Нів'євський О. Реструктуризація цукрового комплексу України. URL: http://www.ier.kiev.ua/Ukraine/WP/2006/agwp_1_ukr.pdf (дата звернення: 13.04.2021).

УПРАВЛІННЯ ДЕПОЗИТНИМИ РИЗИКАМИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Левченко Г. В., Білик О. Р.,
здобувачі вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Дроботя Я. А.,
кандидат економічних наук, доцент

Вагому роль у ресурсному потенціалі банку відіграють депозитні ресурси, а тому, вважаємо, що власне управління депозитними операціями та ризиками пов'язаними з ними забезпечує ресурсну стійкість банку. На шляху формування депозитних ресурсів банк стикається з цілою низкою проблем та ризиків, а тому

депозитне залучення вимагає та потребує кваліфікованого управління на державному рівні та на рівні комерційних банків. В межах держави управління депозитними операціями та ризиками пов'язаними з цими операціями здійснюється через Верховну Раду України – шляхом формування законодавчої бази, що регулює депозитні операції банків, через НБУ – шляхом формування постанов, нормативів, рекомендацій, що регулюють депозитні операції. На рівні комерційних банків управління депозитними операціями та ризиками пов'язаними з цими операціями передбачає використання управлінських стратегій, механізмів, методів та прийомів в реаліях конкретного банку враховуючи суб'єктивізм підходу до управління депозитними операціями конкретного менеджера.

В науковій літературі депозитний ризик визначений як ризик, що виникає у фізичних та юридичних осіб при вкладенні коштів до конкретної банківської установи [1]. Сушко Н. М. розглядає депозитний ризик з точки зору комерційного банку, як ризик, що виникає у банківської установи за невдало сформованого депозитного портфеля банку, за невдало визначених ставок залучення коштів від депозитів [2]. З нашого погляду, ризик депозитних операцій – ризик ймовірності понесення фінансових втрат як суб'єктами, що формують депозити, так і суб'єктами, що їх залучають.

Варто сказати, що депозитні ризики комерційного банку перебувають під дією зовнішніх та внутрішніх чинників. Внутрішні чинники – це ті, що залежать від управлінських дій конкретного комерційного банку, зовнішні – чинники які не залежать від дій конкретного банку, до них банк може лише пристосовуватись будуючи свою управлінську діяльність так, щоб нейтралізувати або зменшити зовнішні загрози.

Як зазначає Сушко Н. М., депозитний ризик – це синергія із ризику втраченої вигоди, ризику незбалансованої ліквідності, процентного ризику [2].

Процес управління депозитним ризиком комерційного банку розпочинається на стратегічному рівні із формування стратегії управління депозитним ризиком з інтеграцією даної стратегії в загальну стратегію управління окремого комерційного банку. Стратегічне управління депозитним ризиком комерційного банку, з нашого погляду, повинно базуватись на таких загальних стратегіях як:

- стратегія уникнення ризику – передбачає відмову від формування окремих видів депозитів у випадку значного ризику по ним;

- стратегія утримання ризику – передбачає внутрішнє страхування, тобто формування внутрішніх резервів для покриття витрат пов'язаних із депозитними операціями у випадку настання ризику;

- стратегія зменшення ризику – передбачає диверсифікацію депозитного портфеля за суб'єктами та строками залучення та формування внутрішніх лімітів за видами та строками депозитів;

- стратегія передачі ризику – передбачає залучення страхової компанії для передачі їй ризику та обов'язкового включення банків до Фонду гарантування вкладів фізичних осіб [1].

Стратегії уникнення, утримання та зменшення ризику – внутрішні стратегії, стратегія передачі ризику є зовнішньою відносно діяльності банку [1].

Далі стратегічні рішення стосовно управління депозитним ризиком потребують подальшого втілення на операційному рівні.

Оперативне управління депозитними ризиками передбачає:

- формування інформаційного середовища функціонування депозитних операцій банку (аналіз депозитного ринку в цілому по країні, аналіз потреб суб'єктів, що формують депозити, врахування законодавчої та нормативної бази при формуванні депозитів тощо);

- ідентифікація базових ризиків пов'язаних з депозитними операціями банків;

- оцінка рівня та вартості депозитних ризиків для банківської установи;

- оцінка можливостей нейтралізації, зниження депозитних ризиків для банківської установи;

- формування критеріїв для прийняття рішень відносно формування депозитів;

- прийняття рішень відносно формування депозитів;

- обрання методів нейтралізації, уникнення або зменшення депозитних ризиків;

- моніторинг та контроль депозитних операцій [1].

Вважаємо, що досягти кваліфікованого та ефективного управління депозитними ризиками комерційного банку можливо у випадку співставності стратегій управління депозитними та кредитними ризиками окремо взятої банківської установи за відсотковими ставками та термінами залучення.

Список використаних джерел

1. Бланк И. А. Управление финансовыми рисками: учебник. К.: Ника-Центр, 2005. 600 с.

2. Сушко Н. М. Проблеми формування та управління депозитними ризиками банків. *Інтелект XXI*. 2017. № 2. С. 189-195.

ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ЯК АСПЕКТ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

*Мауер Д. Р., Солошенко О. І., Клименко В. В.,
здобувачі вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Зоря С. П.,
кандидат економічних наук, доцент*

Стабілізація економіки та забезпечення розвитку аграрного виробництва потребує позитивних змін з приводу поліпшення стану суб'єктів господарювання та ефективності їх діяльності в мінливих умовах ринку, де запору-

кою виживання та основою стабільного стану підприємства служить його конкурентоспроможність.

Розвиток та стабільність діяльності сільськогосподарського підприємства, досягнення поставлених цілей забезпечується розробкою і застосуванням самостійної стратегічної моделі підприємства, яка в ринковій економіці визначається фінансовими аспектами конкурентоспроможності підприємства. Аспекти конкурентоспроможності відображають такий стан фінансових ресурсів, при якому підприємство здатне шляхом ефективного їх використання забезпечити подальший розвиток виробництва, отримати необхідний рівень продажів і прибутку.

Конкурентні переваги – це наявність у підприємства різних ресурсів і ефективне та раціональне їх використання для здійснення діяльності та досягнення позитивних фінансових результатів [2, с. 100]. Джерела конкурентних переваг мають різну характеристику та походження, але в цілому всі вони засновані:

- на стратегічному позиціонуванні – це виконання подібної діяльності або здійснення відмінних від конкурентів видів діяльності, але різними способами;
- на операційній ефективності – мається на увазі, здійснення подібного виду діяльності, але краще, ніж це роблять конкуренти.

Конкурентоспроможність підприємства забезпечується трьома напрямками: інноваційний спосіб (повне удосконалення продукції або підвищення рівня споживчих властивостей товару), ціновий спосіб (зниження цін на товари, що продаються з метою збільшення частки ринку) та розвиток сервісних послуг (впливають на вибір виробника з боку покупців). Фінансове забезпечення конкурентоспроможності являє собою основну передумову забезпечення високих конкурентних переваг підприємства. Механізм фінансового забезпечення включає в себе ряд елементів, серед яких найважливішим, на наш погляд, можна виділити фінансову стратегію (рис. 1).

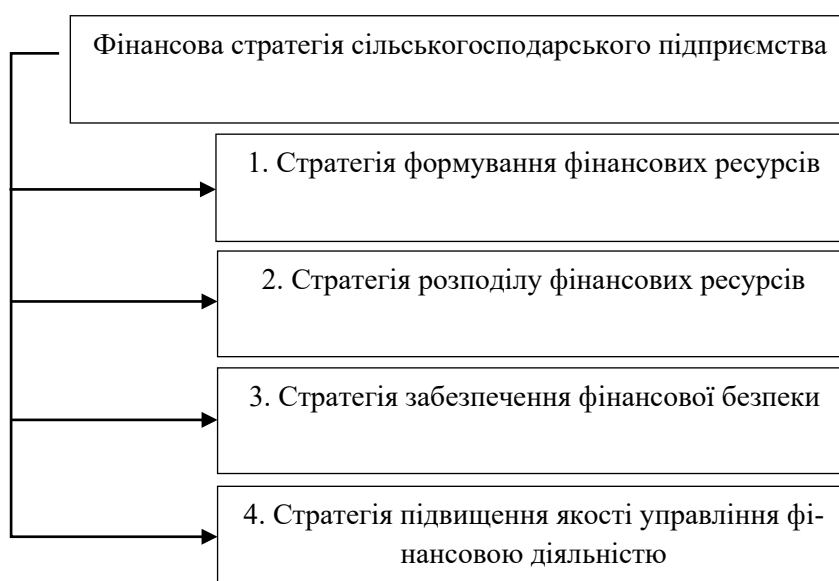


Рис. 1. Фінансові стратегії сільськогосподарського підприємства
Джерело: систематизовано авторами на основі [2, с. 158]

Фінансова стратегія підприємства дозволяє не тільки залучити та управляти фінансовими ресурсами підприємства, оптимізувати можливі ризики, але і визначати набір стратегічних цілей для подальшого ефективного розвитку аграрного бізнесу.

Фінансова стратегія підприємства розробляється з метою:

- визначення основних загроз з боку конкурентів та здійснення правильного вибору фінансової діяльності і маневрів з метою отримання переваг перед конкурентами;
- створення і підготовки стратегічних резервів;
- формування та використання фінансових ресурсів;
- узгодженість фінансових заходів з економічним станом і матеріальними можливостями підприємства;
- визначення найбільш ефективних галузей для інвестування і концентрація в них фінансових ресурсів.

Фінансова стратегія охоплює всі аспекти діяльності підприємства та бере до уваги фінансові можливості підприємства, при цьому виявляє фактори, що призводять до втрати конкурентоспроможності підприємства та визначає заходи, які протидіють негативним тенденціям, дозволяє формувати оптимальну фінансову модель підприємства, спрямовану на підвищення конкурентоспроможності в короткостроковому і довгостроковому періодах.

Список використаних джерел

1. Аранчій В. І., Зоря О. П. Фінансова стратегія у системі управління підприємством. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2010. № 2. С. 156-159.
2. Зоря О. П. Сутність, значення та інструменти розробки економічної стратегії розвитку аграрних підприємств в умовах інституційних трансформацій. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 4 (15). С. 99-103.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

*Мауер Д. Р., Олійник Ю. Р., Онокієнко В. В.,
здобувачі вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Зоря О. П.,
доктор економічних наук, доцент*

У числі значущих пріоритетів державної політики незмінно постає питання ефективного розвитку аграрного сектору економіки та забезпечення продовольчої безпеки країни. Економіка України перебуває на етапі модернізації, саме тому в сільському господарстві, як в базовій системоутворюючій галузі,

активно впроваджуються інноваційні технології та реалізуються великі інвестиційні проекти.

Інвестиційна привабливість аграрного виробництва, вважається, одним з найактуальніших і часто використовуваних понять, адже слугує ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності галузі та забезпечення високих темпів економічного зростання [1].

Здійснення інвестиційної діяльності в сільському господарстві здатне вирішити такі завдання [1-3]:

- підтримка і стимулювання загального економічного зростання;
- підтримання екологічної та продовольчої безпеки;
- зниження рівня бідності в довгостроковій перспективі.

Для забезпечення динамічного розвитку та ефективності сільського господарства необхідно створити сприятливі умови, що сприятимуть залученню інвестицій на інноваційний розвиток аграрних підприємств.

Потенційного інвестора в першу чергу зацікавлений в інвестиційній привабливості території. У зв'язку з цим наукові розробки в цьому напрямі набувають особливої значущості та актуальності. З методичної точки зору інвестиційна привабливість аграрного сектора носить багаторівневий характер, тому інвестору можуть бути цікаві наступні рівні [2]:

- інвестиційна привабливість окремих сільських територій;
- інвестиційна привабливість різних підгалузей аграрного виробництва;
- інвестиційна привабливість сільськогосподарських підприємств.

Оцінка інвестиційної привабливості аграрного виробництва проводиться у розрізі наступних блоків:

- територіально-інфраструктурний – відображає рівень інфраструктури на сільських територіях та стан її використання;
- виробничо-економічний – дозволяє визначити обсяг майбутніх капіталовкладень за напрямками та об'єктами;
- соціальний – передбачає оцінку стану забезпечення населення території всім набором соціальних послуг;
- екологічний – дослідження стану навколишнього середовища, можливі наслідки для екологічної ситуації території.

На інвестиційну привабливість аграрної галузі мають вплив несприятливі фактори, які можуть вносити суттєві корективи в плани потенційних інвесторів, а саме:

- низька купівельна спроможність населення держави, що негативно впливає на попит і ціну;
- залежність від імпорту засобів виробництва, генетики та матеріалів, що негативно впливає на собівартість;
- нерозвиненість інфраструктури і складність логістики, що робить продукцію менш конкурентоспроможною;
- дороговизна кредитів та обмежені можливості щодо їх отримання.

Зростання та стійкість сільського господарства потребує раціонального спланованого розподілу інвестиційного грошового потоку за напрямками та фо-

рмами власності, а чіткий механізм здійснення інвестиційної діяльності дає можливість впровадження в галузь інновацій, що в свою чергу забезпечує безперервне оновлення технічної, технологічної та організаційної бази сільськогосподарського виробництва. Впровадження нових технологій в сільському господарстві забезпечує підвищення конкурентоспроможності продукції на вітчизняному ринку, а також створює можливості просування продукції на світові ринки.

Україна має всі можливості та значний потенціал, для виведення сільськогосподарського виробництва на лідируючі позиції. Проте, прогресивний розвиток аграрного сектору економіки потребує значних обсягів інвестицій. Залучення інвесторів передбачає системну оцінку інвестиційної привабливості відповідних рівнів аграрного сектору, а самі інвестиції сприяють введення інновацій та стимулюють зростання обсягів виробництва, економічний та соціальний розвиток.

Список використаних джерел

1. Аранчій В. І., Зоря О. П., Голбан Т. Т. Стратегічні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому та господарському рівнях. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 45. С. 33-38.
2. Зоря О. П., Сергієнко В. І., Зоря С. П. Теоретико-методологічні засади формування організаційно-економічного механізму комплексної активізації інвестиційних процесів в аграрній сфері. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 56. С. 35-39.
3. Мауер Д. Р., Сергієнко В. І. Інвестиційна безпека держави та напрями її зміцнення. *Актуальні питання сучасної економічної науки : збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної конференції*. Полтава, 2020. С. 103-105.

ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СФЕРІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

*Мауер Д.Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Томілін О. О.,
доктор економічних наук, професор*

Сільське господарство України, як складова економічної системи, являє собою фундаментальну сферу національної економіки з високим рівнем інтенсифікації, проте на сьогодні питання нереалізованого аграрного потенціалу країни є досить актуальним, особливо, у розрізі забезпечення продовольчої та економічної безпеки.

Розвиток аграрного виробництва є запорукою зростання економічної системи, проте з точки зору капіталовкладень його оцінюють як малоприбуткову

та малопривабливу галузь, а інвестиційна криза в агропромисловому секторі відбувається на фоні загального спаду капітальних інвестицій в економіку України. Створення сприятливого інвестиційного клімату на законодавчому та виконавчому рівнях сприяє зміцненню та стабільності економіки країни.

Інвестиції в аграрний сектор економіки мають свої особливості та характеризуються капіталомісткою діяльністю з більш тривалим терміном окупності, а також високими ризиками, оскільки результати діяльності залежать в значній мірі від погодно-кліматичних умов, управління якими здебільшого неможливе. За останні роки в динаміка капітальних інвестицій в сільське господарство характеризується різким спадом вкладень (рис. 1).

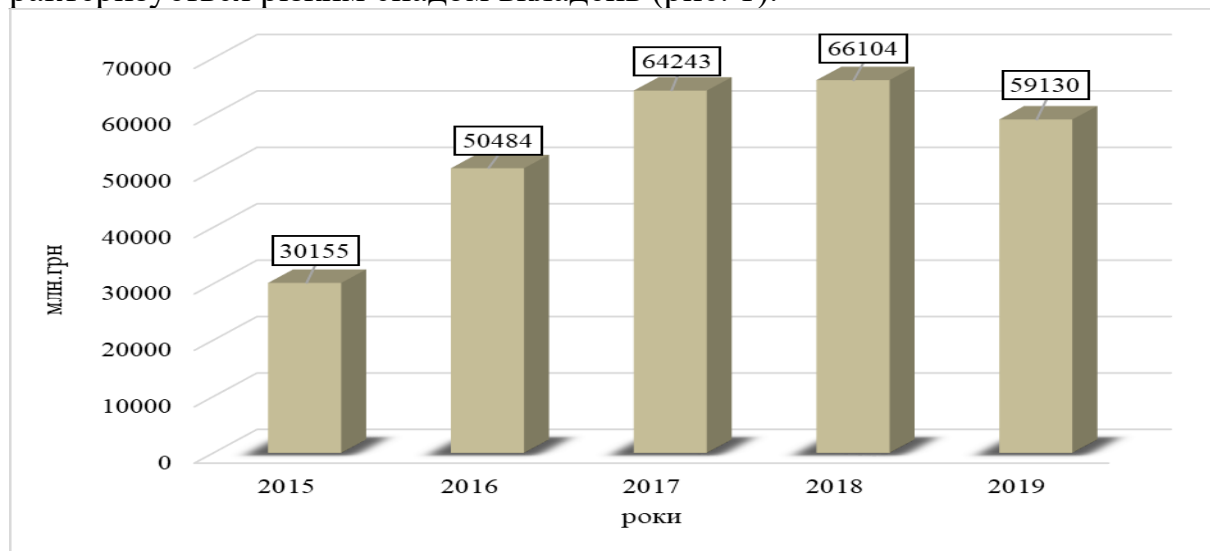


Рис. 1. Динаміка капітальних інвестицій у сільське господарство України
Джерело: складено автором на основі джерела [1]

Організація залучення та освоєння інвестиційних ресурсів в аграрне виробництво потребує застосування методів регулювання, спрямованих на підвищення ефективності інвестиційної діяльності, яка має відповідати відповідному рівню розвитку (циклу) національної економіки. Питання регулювання інвестиційної діяльності в сільському господарстві є ключовими в реалізації національних цілей.

Отже, держава сьогодні особливу увагу має приділити цьому важливому сектору національної економіки країни.

Інвестиції в сільське господарство спираються на комплексну державну підтримку. У зв'язку з цим, забезпечення постійного зворотного зв'язку з інвестором через довгостроковий горизонт планування, контроль результативності інвестиційних проєктів є принципово важливими умовами. Створення єдиної інформаційної системи інвестиційного потенціалу сільських територій є вагомим інструментом залучення та підтримки інвестицій в аграрний сектор економіки. Це дозволить вирішити відразу кілька завдань [2]:

- покращити якість інвестиційного проєктування;
- підвищити ефективність управління галуззю шляхом виділення пріоритетних напрямків для інвестування;
- забезпечити прозорість і контрольованість виділення і використан-

ня коштів державної підтримки аграрному виробництву;

– мінімізувати ризики реалізації проєктів за допомогою моніторингу та вчасного виявлення проблем.

Основними джерелами залучення інвестиційних ресурсів для сільськогосподарських підприємств можуть виступати лізинг, як вигідний інструмент інвестиційної політики [3], і інвестиційний кредит, а також кошти бюджетів різних рівнів у вигляді фінансової підтримки високоефективних інвестиційних проєктів на конкурсній основі.

Інвестиційний процес – це складна економічна категорія, яка характеризує соціально-економічний стан держави та дозволяє моделювати її майбутнє [4].

Таким чином, активізація інвестиційних процесів у сфері аграрного виробництва не лише дозволяє реалізувати аграрний потенціал країни, але і необхідна для його динамічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності, та безпосередньо сприяє нівелюванню системних чинників, що гальмують економічне зростання.

Список використаної літератури

1. Статистичний щорічник України за 2019 рік / за. ред. Вернер І. Є. Державна служба статистики. Київ. 2020 р.
URL:file:///C:/Users/%D0%97%D0%BE%D1%80%D1%8F/Desktop/zb_yearbook_2019%20337%20%D1%81%D1%82.pdf (дата звернення: 12.04.2021).

2. Аранчій В. І., Зоря О. П., Голбан Т. Т. Стратегічні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому та господарському рівнях. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Випуск 45. С. 33-38.

3. Зоря О. П., Сергієнко В. І., Зоря С. П. Теоретико-методологічні засади формування організаційно-економічного механізму комплексної активізації інвестиційних процесів в аграрній сфері. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 56. С. 35-39.

4. Tomilin O. O., Gryshko V. V., Kolomiyets S. A., (2020) Features of investment regulation of construction in Agriculture. In: Onyshchenko V., Mammadova G., Sivitska S., Gasimov A., (eds) Proceedings of the 2nd International Conference on Building Innovayions, vol. 73. Springer, Cham. Pages 741–755 pp., DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-42939-3_73 URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8459> (дата звернення: 14.04.2021).

СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

*Наливайко Н. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Навчально-наукового інституту економіки,
управління, права та інформаційних технологій*

*Науковий керівник – Томілін О. О.,
доктор економічних наук, професор*

В Україні, як і в провідних країнах світу, на яких наша держава орієнтується, активно розвивається та впроваджується стратегічний підхід до планування сталого розвитку територій. Така активізація планувальної діяльності, з одного боку, є закономірним етапом розвитку як регіонів, так і окремих територій, а з іншого – спробою регіонів знайти адекватні інструменти, які б допомагали відповісти на виклики глобалізованого світу сьогодення, коли істотно прискорюються різні зміни, в тому числі економічні, політичні, соціальні, екологічні, технологічні та ін.

Процес стратегічного планування є процесом довготривалим та творчим, що розробляється, як правило на 7-10 років та має певний алгоритм дій, який покликаний на вирішення питань забезпечення сталості розвитку територіальних громад.

Регулюється стратегічне планування в об'єднаних територіальних громадах (ОТГ) наказом Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України від 30.03.2016 р. № 75 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо формування і реалізації прогнозних та програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади» [1].

При плануванні розвитку громади, необхідно орієнтуватися на три складові стратегії таких як:

- розвиток місцевої економіки;
- розвиток людського капіталу;
- збереження довкілля, що в наш час також є важливою вимогою.

Розробляючи стратегічний план розвитку громади, слід пам'ятати, що даний документ має базуватися на конкурентних перевагах безпосередньо самої громади, відповідати стратегії розвитку як відповідної області, так і держави в цілому, а також бути реальним, тобто розрахованим на ті фінансові надходження, які можна реально залучити, процес підготовки повинен також відповідати правилам участі громадянського суспільства і лобістської незаангажованості.

Планування розвитку території не обмежується підготовкою тільки одної стратегії, а ще й являє собою цілий ряд планувальних документів, що необхідні для формування цілісної системи.

На нашу думку, до основних складових відповідної системи стратегічно-

го планування територіального розвитку слід віднести:

- довгострокові стратегічні плани соціально-економічного розвитку;
- просторові плани територіального розвитку – це генеральні плани населених пунктів та їх містобудівна документація;
- середньострокові плани соціально-економічного розвитку території та цільові програми розвитку в різних сферах діяльності;
- короткострокові програми соціально-економічного розвитку.

Вся документація тісно пов'язана між собою, що сприяє вирішенню питань підвищення ефективності функціонування території, але разом з тим має відмінності між собою.

Розробка стратегії розвитку громади необхідно розцінювати як виняткову можливість для залучення громадянського суспільства до відповідальності за місцеві справи. Усвідомлення відповідальності може поширюватися поза сферу місцевого самоврядування і має шанси охопити коло місцевих лідерів в різних секторах суспільного життя [2].

З огляду на це, можна виділити кілька методів по розробці стратегій.

Метод патерналізму – передбачає розробку стратегії безпосередньо владою та муніципальним менеджментом, пишеться в кабінетах без залучення до процесу громадськості.

Експертний метод – це метод при якому до розробки стратегії залучають експертів, які відповідно всебічно досліджують статистичні показники, застосовують математичний апарат, проводять кореляційні чи факторні аналізи, прогнозують різні тенденції розвитку, а також пропонують подальший план дій. Експертний метод є професійною працею фахівців над створенням стратегії.

Експертно-консультативний метод – це метод при якому стратегія розробляється експертами, які в процесі ретельного аналізу даного середовища та розробки головних напрямків розвитку проводять консультації з органами місцевого самоврядування.

Адміністративно-консультативний метод – це розробка стратегії безпосередньо владою та муніципальним менеджментом з залученням громади до процесу шляхом опитування громадської думки, проведенням круглих столів та громадських слухань.

Але в реаліях сьогодення ефективним і таким, що набирає широкого вжитку є метод, «співучасті» що ґрунтується на довготривалій партнерській співпраці із залученими експертами. Концепція даного методу будується на колективній участі суспільства та формуванні групи фахівців з лідерів громадських організацій, бізнесу та влади, що працюють над стратегією розвитку при підтримці незалежних залучених до процесу експертів [2].

Відтак, сьогодні стратегічне планування полягає у розробці й реалізації стратегій розвитку територіальних громад, в основі якого лежить безперервний контроль та реальні оцінки змін, що відбуваються безпосередньо в діяльності громади, відповідно метою є підтримка здатності територіальних громад до виживання й забезпечення їх ефективної роботи в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Все це спонукає органи місцевого самоврядування на по-

шук нових напрямків стабілізації розвитку регіонів, щоб мати змогу підвищувати конкурентоспроможність свого територіального виробництва.

Таким чином, дотримання вище зазначених вимог до стратегічного планування забезпечать ефективність реалізації складеного плану, що стане рушійною силою для громади, щоб постійно рухатися в напрямі свого розвитку.

Список використаної літератури

1. Бриль М. Стратегія – основа становлення та розвитку ОТГ. *Місьцеве самоврядування*. 2018. № 5. Травень. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ms/2018/may/issue-5/article-36538.html> (дата звернення: 09.04.2021).

2. Васильченко Г., Парасюк І., Єременко Н. Планування розвитку територіальних громад : навч. посіб. для посадових осіб місцевого самоврядування. К.: ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 256 с.

3. Пальчук В. Стратегія розвитку ОТГ як путівник спроможності громад. Україна: події, факти, коментарі. 2018. № 22. С. 45–54. URL: <https://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2018/ukr22.pdf> (дата звернення: 09.04.2021).

4. Стратегічний план розвитку громади – асоціація міст України. URL: <https://auc/org/ua> (дата звернення: 09.04.2021).

РОЗВИТОК СИСТЕМИ СПРОЩЕНОГО ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

*Одновол Б. Л., Вовченко В. Д., Лашко Т. Б.,
здобувачі вищої освіти
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Безкровний О. В.,
Кандидат економічних наук, доцент*

Підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських товаровиробників є одним з головних пріоритетів розвитку національної економіки. Однак, через недосконалі економічні відносини та низький рівень розвитку продуктивних сил в аграрному секторі забезпечити рентабельну діяльність сільськогосподарським товаровиробникам досить важко. За таких умов одним із найбільш дієвих інструментів державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників можуть стати податки. При цьому, кількість податків та їх розмір не повинні зменшувати зацікавленість та ділову активність сільськогосподарських товаровиробників, а навпаки, створювати спонукальні мотиви до підвищення фінансових результатів своєї діяльності.

Спеціальний режим оподаткування сільськогосподарських товаровиробників у формі фіксованого сільськогосподарського податку з'явився в порядку експерименту в 1998 році, а з 1 січня 1999 року його було поширено на всій території країни. Основна мета запровадження фіксованого сільськогосподар-

ського податку спрямована на спрощення податкового механізму для стимулювання державної підтримки аграрних підприємств з одночасним врахуванням інтересів бюджету.

Справляння фіксованого сільськогосподарського податку з моменту його запровадження в 1999 р. до кінця 2010 р. регулювалося рядом нормативних документів, серед яких виділявся, в першу чергу, Закон України «Про фіксований сільськогосподарський податок» №320-XIV від 17.12. 1998 р. Починаючи з 2011 р. справляння фіксованого сільськогосподарського податку регулюють введеним в дію Податковим кодексом України (Розділ XIV. Спеціальні податкові режими) [3].

Починаючи з 1 січня 2015 р. у відповідності до Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» від 28.12. 2014 р. № 71-VIII фіксований сільськогосподарський податок скасовано, як окремий податок [2]. Відтепер він став частиною єдиного податку, створивши відповідно окрему (четверту) специфічну групу платників єдиного податку, якими можуть бути сільськогосподарські підприємства різних організаційно-правових форм, фермерські та інші господарства, які відповідають наступним ознакам: а) виробляють (вирощують), переробляють та продають сільськогосподарську продукцію – тобто ті, що вважаються сільськогосподарськими; б) мають у власності чи користуванні (в тому числі на умовах оренди) сільськогосподарські угіддя; в) мають частку сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік, що дорівнює або перевищує 75 відсотків.

Починаючи з 2021 р. до платників єдиного податку (четверта група) стали відносити фізичних осіб – підприємців, які провадять діяльність виключно в межах фермерського господарства, за умови виконання сукупності таких вимог: а) здійснення виключно вирощування, відгодовування сільськогосподарської продукції, збирання, вилов, переробку такої власновирощеної або відгодованої продукції та її продаж; б) провадження господарської діяльності (крім постачання) за місцем податкової адреси; в) не використання праці найманих осіб; г) членами ФГ такої фізичної особи є лише члени її сім'ї; д) площа с-г угідь та/або земель водного фонду у власності та/або користуванні членів ФГ становить не менше 2 га, але не більше 20 га [4].

Сільськогосподарські товаровиробники для набуття і підтвердження статусу платника податку, як зазначає В. Паукан, подають до 1 лютого поточного року:

- загальну податкову декларацію з податку на поточний рік щодо всієї площі земельних ділянок, з яких справляється податок (сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ, багаторічних насаджень), та/або земель водного фонду внутрішніх водойм (озер, ставків та водосховищ), – податковому органу за своїм місцезнаходженням (місцем перебування на податковому обліку);

- звітну податкову декларацію з податку на поточний рік окремо щодо кожної земельної ділянки – податковому органу за місцем розташування такої земельної ділянки;

– розрахунок частки сільськогосподарського товаровиробництва – податковим органам за своїм місцезнаходженням та/або за місцем розташування земельних ділянок за встановленою формою;

– відомості (довідку) про наявність земельних ділянок – органам ДФС за своїм місцезнаходженням та/або за місцем розташування земельних ділянок. У даному документі зазначаються відомості про кожний документ, що встановлює право власності та/або користування земельними ділянками, у тому числі про кожний договір оренди земельної частки (паю) [1].

Одночасно слід зазначити, що як свідчить О. Римаров, не можуть бути зареєстровані як платник податку: 1) суб'єкти господарювання, у яких понад 50 відсотків доходу, отриманого від продажу сільськогосподарської продукції власного виробництва та продуктів її переробки, становить дохід від реалізації декоративних рослин, диких тварин і птахів, хутряних виробів і хутра; 2) суб'єкт господарювання, що провадить діяльність з виробництва та/або реалізації підакцизних товарів, крім виноматеріалів, які використовують такі виноматеріали для виробництва готової продукції; 3) суб'єкт господарювання, який на день подання документів для набуття статусу платника податку має податковий борг (недоїмку), за винятком безнадійного податкового боргу (недоїмки), який виник внаслідок дії обставин непереборної сили (форс-мажорних обставин) [5].

Довідка про набуття або підтвердження статусу платника податку видається протягом 10 робочих днів з дати подання сільськогосподарським товаровиробником податкової декларації або заяви органом ДФС за місцезнаходженням такого платника (місцем перебування на податковому обліку).

Підсумовуючи сказане вище слід наголосити на тому, що незважаючи на постійні зміни підходів до запровадження та функціонування спрощеного режиму оподаткування сільськогосподарських товаровиробників незмінним вже більше двадцяти років залишається той очевидний ефект, який полягає в значному зменшенні податкового навантаження на відповідних платників. І той факт, що сьогодні у 2021 р., на рівні з іншими перевагами організаційного та адміністративного характеру єдиний податок для сільськогосподарських товаровиробників замінює необхідність сплати податку на прибуток підприємств, земельного податку та рентної плати за спеціальне використання води промовисто доводить переваги та сталу перспективу подальшого існування даної альтернативної системи оподаткування в Україні.

Список використаних джерел:

1. Паукан В. Удосконалення системи оподаткування сільськогосподарських підприємств. *Вісник податкової служби України*. 2018. № 10. С. 48–55.

2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи : закон України [від 28.12. 2014 р. № 71-VIII]. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 10.04.2021)

3. Податковий кодекс України [від 2 грудня 2010 р. № 2755-VI] зі змінами і доповненнями. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua> (дата звернення:

11.04.2021)

4. Про державний бюджет України на 2021 рік : закон України [від 15.12.2020 р. № 1082-IX]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1082-20#Text> (дата звернення: 05.04.2021)

5. Римаров О. Функціонування спеціального режиму оподаткування в аграрному секторі. *Фінанси України*. 2019. № 12. С. 63–69.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ОБ'ЄДНАНОЇ ЗВІТНОСТІ ІЗ ПДФО, ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ ТА ЄДИНОГО СОЦІАЛЬНОГО ВНЕСКУ

*Палій М. О., Крайник В. Г.,
здобувачі вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Дорошенко О. О.,
кандидат економічних наук, доцент*

Аналізуючи законодавство в питанні ідентифікації суб'єктів господарської діяльності, як платників таких податків: ЄСВ та ПДФО, можна дійти до висновку, що у більшості випадків, вони одночасно виступають, як платники та податкові агенти [3, 4]. Платником виступають у випадках сплати ЄСВ, а податковими агентами під час сплати ПДФО. В той час, як потенційні платники ПДФО (фізичні особи) є особами, які підлягають загальнообов'язковому державному соціальному страхуванню.

За результатами малої податкової реформи 2020 р. розпочалося впровадження об'єднаної звітності з ПДФО, військового збору і ЄСВ. Для цього наказом Мінфіну № 773 у новій редакції виклали податковий розрахунок за ф. № 1ДФ, який зараз називається Податковий розрахунок сум доходу, нарахованого (сплаченого) на користь платників податків - фізичних осіб, і сум утриманого з них податку, а також сум нарахованого єдиного внеску [1]. Звітним періодом є - 1-й, 2-й, 3-й та 4-й квартал (вперше його необхідно подавати з 01.04.2021 р. з розбивкою по місяцях звітного кварталу), термін подання - щоквартально протягом 40 днів після звітного кварталу.

Окремий Розрахунок за календарний рік не подається. Такий Розрахунок подається лише у разі нарахування сум зазначених доходів платнику податку протягом звітного періоду [2].

Порівнявши певні види виплат, по критерію потрібно чи не потрібно оподатковувати їх ЄСВ і ПДФО, отримаємо як результат наступне:

1. Беззаперечним є той факт, що спільна база нарахування зустрічається в сфері виплат працівникам заробітної плати, винагород за цивільно-правовими договорами та доходів фізичних осіб від підприємницької діяльності. Тому, факт того, що нині впроваджують об'єднану звітність з цих двох податків є позитивним зрушенням в сфері уніфікації звітності.

2. Різниця полягає у:

– обмеженні бази нарахування ЄСВ, що не можна сказати про ПДФО, але цей факт ніяк не завадить уніфікації звітності, адже співвідношення баз нарахування ЄСВ і ПДФО як відповідно цілого і його частини не змінюються;

– існуванні різновиду виплат, що підлягають оподаткуванню ПДФО, але в той же час не є базою для нарахування ЄСВ і навпаки, тобто, особа одночасно може виступати, як податковий агент і платник ЄСВ за однаковими базами нарахування згаданих платежів, а також податковим агентом стосовно ПДФО чи платником ЄСВ щодо решти можливих операцій по сплаті доходів, за якими бази нарахування ЄСВ і ПДФО не співпадають. На практиці це може бути представлено наступним чином, банк виступає водночас і платником ЄСВ, і податковим агентом щодо ПДФО із виплаченої заробітної плати працівникам, але тільки податковим агентом стосовно нарахування, утримання й сплати ПДФО із процентних доходів, що отримуються клієнтами банку. Всі ці тонкості потрібно враховувати при проектуванні зведеної звітності. Проте, попри існування низки доходів, що відрізняються між собою, як бази нарахування ЄСВ і ПДФО, їх виплата пов'язана з особливими категоріями платників або має не постійний характер. Тому, ці різниці не повинні стати суттєвою перешкодою у процесі формування стандартизованої та зведеної звітності.

Список використаних джерел

1. Про внесення змін до наказу Міністерства фінансів України від 13 січня 2015 року № 4 : наказ М-ва фінансів України від 15 грудн. 2020 р. № 773 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1304-20#Text> (дата звернення: 05.04.2021).

2. Об'єднана звітність з ПДФО, військового збору та єдиного внеску : роз'яснення ДПС у Сумській області. URL: <https://sumy.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/456098.html> (дата звернення: 06.04.2021).

3. Податковий кодекс України [від 2 грудн. 2010 р. № 2755-VI] зі змінами і доповненнями / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 01.04.2021).

4. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Закон України від 08 липн. 2010 р. № 2464-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17#Text> (дата звернення: 01.04.2021).

ВИДИ ТА РОЛЬ ФІНАНСОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

*Романець Г. П.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Бражник Л. В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Існування фінансового ринку зумовлене наявністю обмінно-перерозподільчих відносин, пов'язаних з акумуляцією та рухом тимчасово вільних коштів, які спрямовуються на інвестування у різні сфери економіки з метою її розвитку та одержанням прибутку.

Фінансовий ринок є частиною ринку ресурсів, на якому відбуваються вищезазначені процеси [1]. Важливою складовою фінансового ринку є його посередники, які взаємодіють з суб'єктами господарювання і між собою. Фінансові посередники – це суб'єкти, які перерозподіляють фінансові ресурси шляхом проведення операцій з грошима або цінними паперами. В цілому, фінансове посередництво являє собою базовий процес для фінансової системи, і від того, як він реалізується, залежить ступінь ефективності використання фінансових ресурсів суспільства та держави. Існування фінансових посередників обумовлено розвитком економіки, зростанням її масштабів і потреб. Особливістю та перевагою посередництва є об'єднання безлічі індивідуальних ризиків, що приводить у нормальних умовах функціонування економіки до їх сумарної мінімізації.

Виникнення та розвиток різних видів фінансових інститутів відбувалося не одночасно. Орієнтовно, фінансові посередники поділяються на три групи. В першу чергу, це депозитні фінансові установи, що мають право приймати внески та депозити. Вони, з одного боку, залучають кошти населення та підприємств у вигляді депозитів, а, з іншого боку – надають позики населенню та підприємствам. До депозитних установ відносять комерційні банки, кредитні спілки та ощадні установи [2]. На сьогоднішній день межі специфіки їх діяльності стираються внаслідок інтеграційних процесів, виникнення нових потреб з боку власників капіталу і тих, хто його приваблює та експлуатує.

До другої групи відносять контрактно-ощадні установи – фінансово-кредитні інститути, які формують капітал за рахунок періодичних внесків на контрактних засадах на доволі тривалий період. Наприклад: страхові компанії, пенсійні фонди та інші установи.

Третя група – інвестиційні компанії, що об'єднують кошти приватних інвесторів, що залучаються через продаж інвесторам власних цінних паперів [3].

Основні переваги існування та діяльності фінансових посередників:

– оперативне розміщення вільних коштів в дохідні активи у кредитора, а у боржника – швидке акумулювання додаткових коштів для його цілей (при ро-

звиненій мережі посередників суб'єкти не зустрічаються напрямую);

- скорочення фінансових ризиків для основних суб'єктів фінансового ринку, оскільки посередники беруть значну частину ризику на себе (завдяки диверсифікації діяльності посередників та застосуванню систем страхування);

- урізноманітнення відносин між кредитором та позичальником шляхом надання додаткових послуг.

До функцій, які виконують фінансові посередники на фінансовому ринку належать:

- акумуляція вільних інвестиційних ресурсів і спрямування їх у корпоративний сектор;

- зниження рівня ризиків під час інвестиційної діяльності;

- отримання вигоди та економії, що виникає внаслідок зростання обсягів операцій при оцінці кредитоспроможності потенційних кредиторів, розробці порядку надання позик і розрахунків за них;

- підтримка ліквідності ринку не лише під час здійснення інвестування, а й у процесі вилучення коштів інвесторами;

- надання консультацій та допомоги інвесторам у прийнятті рішень щодо інвестування коштів.

Як бачимо, фінансові посередники відіграють вагомую роль у діяльності фінансового ринку, а тому – і у нарощенні ефективності економіки в цілому. Звичайно, фінансовий ринок можна уявити без діяльності посередників на ньому, але така організація ведення ринку була б незручною, дорогою, з високим рівнем ризику та навряд ефективною.

Отже, фінансові посередники є невід'ємною та важливою складовою фінансового ринку, який за їх відсутності втратить свій розвиток і сутність.

Список використаних джерел

1. Інвестування. Зайнятість. Освіта. / за ред. В. Г. Федоренко. Київ : Науковий Світ, 2002. 517 с.

2. Бражник Л. В., Ярова О. В., Писанка В. О. Теоретичні основи фінансового посередництва комерційних банків. *Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики* : матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (31 жовтня 2019 р.). Полтава: ПДАА, 2019. С. 36-38.

3. Еш С. М. Фінансовий ринок : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 528 с. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/103135-1-sutnst-fnansovih-poserednikov-ta-h-funkts.html> (дата звернення: 04.04.2021).

XYZ-АНАЛІЗ ЯК МЕТОД УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Рябченко К. С., Денисенко В. О.,
здобувачі вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Дорошенко О. О.,
кандидат економічних наук, доцент*

В умовах ринкової економіки одним із вагомих елементів фінансового менеджменту агропромислових підприємств виступає механізм управління оборотними активами в цілому та запасами безпосередньо.

В умовах інфляційних коливань, зміну курсу національної валюти з одного боку та з метою максимально ефективного використання вільних обігових коштів і забезпечення безперебійного виробництва з іншого перед керівниками підприємств постає питання стосовно оптимальної величини виробничих запасів, яку доцільно зберігати на складі. Адже з надмірні обсяги запасів спричинюють затримку ліквідності та реалізації, підвищують зростання витрат на зберігання, а отже вказує на неефективність управлінських методів. В той же час критично мінімальні обсяги запасів можуть викликати перебої у виробництві. Крім того, чим менші обсяги закупівель, тим вищий рівень витрат на закупівлю та транспортування сировини і матеріалів, палива, інших виробничих запасів.

Саме тому, щоб забезпечити ефективне виробництво, потрібна виважена, обґрунтована і ефективна фінансова політика управління запасами підприємства зокрема та оборотними активами загалом. При цьому варто відмітити, що в зарубіжній практиці оптимізація обсягів запасів передбачає використання певних управлінських заходів, а саме забезпечення системи управління та контролю за розміром запасів в розрізі їх видів згідно таких практичних методів як АВС-аналіз та XYZ-аналіз.

В закордонній практиці при управлінні запасами підприємств використовується метод XYZ-аналізу, в основу якого покладений попит, і на основі величини якого в умовах конкретних суб'єктів господарювання приймаються рішення стовно точності прогнозів та можливостей управління. Дана методика управління є трансформацією АВС-аналізу та використовується в якості його удосконалення [3].

Так, методика управління на основі XYZ-аналізу, передбачає формування таких груп виробничих запасів:

- 1) група X – запаси з високим рівнем незмінності попиту та можливістю точного прогнозування (коефіцієнт варіації до 20%) [4];
- 2) група Y – запаси із середнім рівнем стабільності (можлива мінливість попиту внаслідок сезонності виробництва, циклічності продукції тощо) та середньою ймовірністю прогнозування (коефіцієнт варіації від 20 % до 50 %) [2];
- 3) група Z – запаси з нестабільною величиною попиту та з низьким рівнем

прогнозованості (коефіцієнт варіації від 50 %) [1].

Алгоритм проведення XYZ-аналізу включає в себе декілька етапів. Спочатку розраховують коефіцієнт варіації – відносний показник, що характеризує коливання ознаки, тобто її мінливість. Його визначають за певний визначений період часу. Далі здійснюють групування товарів у напрямі зростання коефіцієнта варіації. Після цього показники об'єкта дослідження розподіляються на категорії X, Y та Z відповідно.

Проведемо розподіл виробничих запасів філії Публічного акціонерного товариства «Державна продовольчо-зернова корпорація України» «Лубенський насіннеобробний завод» за методом XYZ-аналізу в табл. 1.

Таблиця 1

Управління виробничими запасами філії ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» «Лубенський насіннеобробний завод» на основі методики XYZ-аналізу (за даними 2020 р.)

Вид виробничих запасів	Абсолютний роз-мір виробничих запасів,	Питома вага виду виробничих запасів у загальному об-	Коефіцієнт варіації, V, %	Група виробничих запасів	Рекомендації стосовно здійснення управління
Паливо	120	12,7	8,4	X	Висока точність прогнозу
Сировина і матеріали	435	46,2	17,3	X	
Запасні частини	314	33,3	35,7	Y	Управління з використанням прогнозних моделей
Матеріали сільськогосподар-ського призначення	31	3,3	41,2	Y	
Малоцінні та швидкозношувані предмети	42	4,5	52,3	Z	Мінімізація або ж максимізація обсягів, прогнозування ускладнене
Купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби	0	0	63,8	Z	
Будівельні матеріали	0	0	74,3	Z	
Виробничі запаси, всього	942	100,0	x	x	x

Варто відмітити, що сформовані нами групи виробничих запасів філії Публічного акціонерного товариства «Державна продовольчо-зернова корпорація України» «Лубенський насіннеобробний завод» за методикою XYZ-аналізу показало, що стабільну величину попиту має лише по-перше, паливо, по-друге, сировина і матеріали, а отже, до групи X увійшов лише два види виробничих запасів. Група Y визначається як група із мінливим, проте передбачуваним попитом, до даної групи в межах досліджуваного підприємства слід віднести запасні частини та матеріали сільськогосподарського призначення.

Управляти даною групою варто складаючи короткострокові прогнози.

Управління групою Z є ускладненим, оскільки коливання між озна-

кою значне, дана група передбачає формування запасів по максимуму або ж мінімуму. До даної групи виробничих запасів філії Публічного акціонерного товариства «Державна продовольчо-зернова корпорація України» «Лубенський насіннеобробний завод» увійшли: малоцінні та швидкозношувані предмети, купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби;будівельні матеріали.

Таким чином, головною метою XYZ-аналізу є виокремлення груп виробничих запасів на основі чутливості попиту на них (постійний, нерегулярний попит та попит, що коливається) для отримання оптимальної асортиментної стратегії. Отже, XYZ-аналіз дає можливість управляти логістичними процесами на підприємстві, що дозволить забезпечити зростання частки рентабельного виробництва товарів без порушення принципів асортиментної політики, виявити ключові товарні позиції та причини, що впливають на кількість товарів на складі. Але варто відмітити, що проведення аналізу має супроводжуватися врахуванням сукупності факторів, що здійснюють безпосередній вплив на перебіг виробничого процесу та супутніх йому логістичних процесів аграрного підприємства.

Список використаних джерел

1. Організація та проектування логістичних систем : [підручник] / М. П. Денисенко, П. Р. Левковець, Л. І. Михайлова [та ін.]; під ред. М. П. Денисенка, П. Р. Левковця, Л. І. Михайлової. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 336 с.
2. Пеняк Ю. С. Управління виробничими запасами у сільськогосподарських підприємствах. *Економіка АПК*. 2008. № 10. С. 107 – 110.
3. Перебийніс В. І., Дроботя Я. А. Логістичне управління запасами на підприємствах : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2012. 279 с.
4. Тюленєва Ю. В., Майстренко Н. В. Застосування методу ABC-XYZ-аналізу під час управління логістичними процесами аграрного підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2017. Вип. 20. С. 598 – 603.

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

*Телятник М. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Дроботя Я. А.
кандидат економічних наук, доцент*

Держава є головним учасником банківської системи. Саме через діяльність уповноваженого нею органу – НБУ – проводиться аналіз банківської установи, оцінюються її фінансові показники та здійснюється інспектування банку з метою усунення кризового стану та підвищення надійності і

стабільності банківської системи.

Процес державного управління капіталом банків досліджувався такими вченими, як Бугель Ю., Волкова Н., Гонтаржевський М., Дзюблук О., Ларіонова К., Самородов Б. та ін.

Метою управління капіталом банку є забезпечення прийняттого рівня ризику, достатності капіталу і його покриття, а також дотримання встановлених НБУ економічних нормативів. В основу проведення менеджменту капіталу покладено виконання таких завдань:

- оцінка достатності капіталу;
- планування обсягів та структури капіталу;
- оцінка ймовірних ризиків пов'язаних із капіталом;
- тестування стійкості щодо зовнішніх та внутрішніх факторів ризику;
- орієнтування управління капіталом банку на стратегію розвитку банку

[3, с. 108].

Науковці розмежовують управління капіталом банків на рівні (рис. 1).

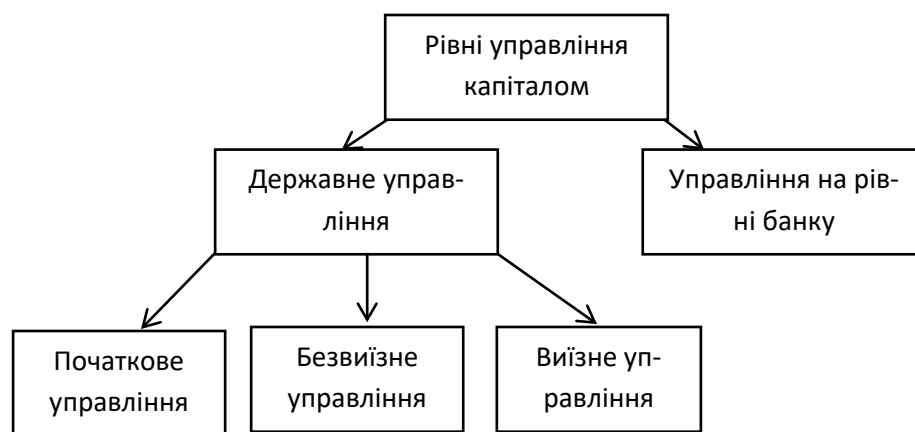


Рис. 1. Рівні управління капіталом комерційних банків

Джерело:[2, 3]

Початкове управління капіталом банку на державному рівні полягає у встановленні вимог щодо обсягу статутного капіталу, джерел внесків засновників та їх складу, кваліфікації співробітників банку, певних технічних питань та умов, за яких НБУ або надає ліцензію на ведення банківської діяльності, або відмовляє у наданні ліцензії. Безвиїзне або дистанційне управління капіталом банку на державному рівні проявляється у встановленні певних заборон або обмежень щодо деяких видів банківської діяльності, обсягів резервів для відшкодування можливих втрат за позиками комерційних банків, які порушують економічні нормативи тощо. Виїзне управління капіталом банку на державному рівні проявляється лише на етапі фінансової санації банку. В його основі лежить проведення перевірки банківських установ та їх фінансового оздоровлення за допомогою державних дотацій тощо.

Згідно Закону України «Про Національний банк України», НБУ встановлює економічні нормативи з метою підвищення стійкості банків в періоди фі-

нансової та економічної нестабільності, а також формуванні ними запасу капіталу для зменшення рівня ризику[1].Відповідно до нормативів формують показники, за допомогою яких проводиться оцінка та моніторинг окремих банків або банківської системи в цілому. Нормативи сприяють контролю над регулятивним капіталом, ліквідністю, ризиками, наданням кредитів, інвестиціями. До основних нормативів оцінки капіталу банків відносять норматив регулятивного капіталу та норматив його достатності.

Норматив регулятивного капіталу (Н1) є одним із важливих показників функціонування комерційного банку, який полягає у забезпеченні покриття усіх фінансових ризиків та виконує захисну функцію вкладів, забезпечує високий рівень фінансової стійкості та стабільності банківської діяльності. Його значення повинне бути не меншим 500 млн. грн. Норматив достатності регулятивного капіталу (Н2) вимірюється у відсотках та повинен бути не меншим 10 %. Його менше значення вказує на надмірну передачу ризику кредитування кредиторі і вкладнику та ризику неповернення банківських активів [2, с. 156].

Отже, державне управління капіталом банківських установ є досить складним і багатоаспектним процесом, який вимагає постійного удосконалення та реформування. Ефективне використання різноманітних методів державного управління капіталом дозволить підвищити ефективність функціонування не тільки окремої банківської установи, а й економіки країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Про Національний банк України: Закон України від 20.05.1999 № 679 – XIV зі змінами та доповненнями від 01.01.2021 року / Верховна рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14#Text> (дата звернення: 08.04.2021).
2. Ларіонова К. Л., Безвух С. В. Механізм формування власного капіталу банку. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 6. С. 152-159.
3. Самородов Б. В. Діагностика фінансового стану банків на основі аналізу їхньої надійності. *Вісник університету банківської справи*. 2016. № 22. С. 107-115.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУРЯКОЦУКРОВОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

*Шийка В. І.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Томілін О. О.,
доктор економічних наук, професор*

Відомо, що цукор є високоліквідним товаром. В Україні бурякоцукрове виробництво відіграє досить важливу роль, так як є провідною галуззю та вагомим джерелом грошових надходжень. Завдяки розвитку даної галузі країна мала змогу займати одне з місць серед країн-експортерів цукру, та для економіки України галузь мала стратегічне значення.

На нашу думку, до основних причин критичного стану буряківництва можна віднести: продовження неефективної практики бартерних відносин між виробниками сировини та її переробниками; суттєве зростання цін на основні виробничі ресурси для цукрових заводів і агропромислових підприємств; низькі ціни на цукор на споживчому ринку України; відсутність альтернативних ринків використання цукру; консервативність виробників і експортерів у поглядах на способи просування цукру за кордон; відсутність у бурякосійних господарствах достатніх матеріальних ресурсів для закупівлі мінеральних та органічних добрив, технічних засобів для вирощування цукрових буряків; завезення в Україну тростинного цукру-сирцю [5, с. 18]. Сучасний розвиток національної економіки України характеризується поглибленням структурних диспропорцій та загальною розбалансованістю виробництва, його низьким технічним рівнем.

За перенасичення ринку цукром товаровиробники різних агроформувань починають шукати різні схеми щодо реалізації виробленої продукції, навіть за цінами, нижчими від собівартості, що зумовлює перевищення квот внутрішнього ринку, внаслідок чого не забезпечується ефективність бурякоцукрової галузі [5, с. 17]. На нашу думку, теперішній стан бурякоцукрового виробництва у незадовільному стані. Виробництво характеризується нестабільністю та вагомою проблемою є стрімке зростання собівартості основної продукції – цукрових буряків і цукру одночасно зі зниженням окупності витрат.

Постійне коливання закупівельних цін на коренеплоди та цукор, досить часто їх зниження чи підвищення призводять до нестабільності в прибутках, постійного зниження рентабельності виробництва та, як наслідок, його збитковості.

До негативних факторів, що погіршують ситуацію в цукровій галузі України слід віднести: неправильне використання власного виробництва і науково-технічного потенціалу, повільне технічне переоснащення виробництва та застосування інноваційних технологій, направлених на економію сировини, зниження енерговитрат та раціональне використання залишків.

Нестабільність виробництва бурякового цукру призводить до значних ко-

ливань цін на цукор, що порушує стабільну ситуацію на внутрішньому ринку. Діяльність пов'язана зі сферою виготовлення та реалізації цукру завжди була і буде важливою для економіки. Одне з важливих завдань для держави – відновлення експорту українського бурякового цукру та просування на ринки інших країн, з метою покращення праці даної галузі виробництва [5, с. 40-41].

Собівартість виробництва цукру в Україні значно вища, ніж сучасні ціни на цукор на ринках. Тому, на даний момент і на найближче майбутнє цукрова промисловість не є конкурентоспроможною. Конкуренція з боку виробників дешевого, звичайного цукру, а також виробників дорожчого, які проте одержують субсидування, дуже жорстка. Так як, перевезення білого цукру обходиться дорого, існує тенденція, розміщувати виробництво де є кращий попит та більші центри споживання. Тому цукрові заводи в Україні й надалі будуть мати конкурентну перевагу на внутрішньому ринку.

Для розвитку цукробурякового виробництва необхідно впроваджувати новітні технології вирощування цукрових буряків, забезпечувати господарства високоякісним насінням, мінеральними добривам та засобами хімічного захисту рослин, досить актуального значення набуває якнайшвидша реконструкція та відновлення праці цукрових заводів, розширення їх виробничих функцій [4]. Вважаємо, що для досягнення розширеного відтворення бурякоцукрового підкомплексу вважаємо, що мінімальні ціни повинні забезпечувати рівень рентабельності щонайменше 5 %.

Таким чином, стан бурякоцукрового виробництва, як однієї з основних галузей аграрної економіки України, потребує створення умов для розвитку та забезпечення ефективного виробництва цукрових буряків та цукру.

Список використаної літератури

1. Боляновська Д. С., Бурак Є. І., Мамчин Р. О., Здрок О. В. Стан і проблеми ринку цукру в Україні. *Збірник наукових праць національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 3.
2. Бабенко А. Г. Актуальні питання виробництва та економіки цукрових буряків в Україні. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Полтава : ПДАА. 2015. Спецвипуск. Ч. 2.
3. Бондар В. С., Пиркін В. І., Фурса А. В., Пастух Ю. А. Стратегія розвитку бурякоцукрового виробництва у ХХІ столітті. *Цукрові буряки*. 2002. № 5.
4. Динько І. Сучасний стан цукрової галузі України: проблеми та перспективи розвитку. *Економіст*. 2012. № 4. С. 40–41.
5. Томілін О. О. Формування міжгалузевих зв'язків агропромислового виробництва та їх вплив на структурну політику бурякоцукрового підкомплексу: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03. К.: Нац. акад. агр. наук України, Нац. наук. цент «Ін-т аграр. Економіки», 2015. 39 с.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ІНВЕСТИВАННЯ

*Шруб Л. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Бражник Л. В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Інноваційна діяльність в тій чи іншій мірі притаманна будь-якому суб'єкту підприємництва. Вона являє собою один із найбільш важливих аспектів функціонування будь-якої комерційної діяльності. Причинами, що обумовлюють необхідність інвестування в інновації, є необхідності оновлення матеріально-технічної бази, нарощування обсягів виробництва, освоєння нових видів діяльності тощо. Розрахунок ефективності за планового інвестування передбачає врахування багатьох факторів. Досить часто рішення повинні прийматися за умов наявності альтернатив або взаємно незалежних проектів.

Прийняття рішення інноваційно-інвестиційного характеру, як і будь-якої управлінської діяльності, базується на використанні різних методів. Серед причин, що зумовили появу великої кількості методик оцінки ефективності інвестування можна віднести: періодичність платіжних потоків, тривалість інвестиційного циклу, ризики ймовірностей, що негативно впливають на результати аналізу.

Вітчизняним і зарубіжним практикам відомо цілий спектр формалізованих методів, розрахунки яких слугують основою для прийняття рішень у сфері інвестиційної політики [1].

Доцільно розглядати такі основні групи для оцінки ефективності інновацій:

- виробничого ефекту від застосування інновацій;
- фінансової ефективності нововведень;
- ефективності інноваційного інвестування;
- інвестиційного ризику інноваційного проекту.

Оцінка впливу інноваційного інвестування на ефективність виробничої, фінансової, а також на інвестиційну діяльність суб'єкта підприємництва має насамперед мету означити ступень впливу застосовуваних інвестиційних нововведень:

- по-перше, нарощення обсягів прибутку за рахунок економії матеріальних витрат, а також зменшення собівартості на продукцію та видатків на амортизацію;

- по-друге, збільшення доходу та прибутку, покращення саме конкурентоспроможності на продукцію, та поліпшення фінансового стану суб'єкта підприємництва;

- по-третє, зміна власного капіталу та рівня рентабельності майна [2].

Використання фінансових показників дозволяє провести адекватні розра-

хунки на стадії впровадження і комерціалізації розробленого інноваційного продукту. При аналіз впливу інвестиційних нововведень і проектів саме на зміну індивідуальних, узагальнюючих показників, які характеризують ефективність всіх видів діяльності суб'єкта підприємництва, не завадить розглянути проведення наступних послідовностей:

1. Побудова схеми взаємозв'язків між основними показниками ефективності діяльності суб'єкта підприємництва.
2. Розрахунок узагальнюючих і індивідуальних показників виробничої, фінансової та інвестиційної ефективності науково-технічних заходів.
3. Дослідження зміни означених показників ефективності у динаміці.
4. Визначення зміни індивідуальних та узагальнюючих показників в цілому за розрахунком інвестиційного проекту та кожного наступного науково-технічного заходу поодиночі.
5. Розрахунок питомої ваги ефективності інноваційно-інвестиційного проекту у загальній зміні узагальнюючих та індивідуальних показників [3].

При виборі інноваційних проектів необхідно орієнтуватися на кінцеву ціль інвестування – підвищення ефективності діяльності підприємницьких структур, зокрема завдяки збільшення приросту доданої вартості та прибутку, зменшенню собівартості продукції.

Оцінка ефективності інноваційного проекту потребує системного і комплексного підходу, що передбачає врахування не лише кількісних показників фінансової й економічної оцінки ефективності, але і ряду розрахункових показників оцінки наукових досліджень, що дозволить потенційному інвесторові оцінити ефективність проекту в цілому (від моменту інвестування у дослідження до виробництва нової продукції) і його інноваційність.

Оскільки інноваційні проекти носять довгостроковий характер, є дорогими та ризикованими, то оцінка їх ефективності включає в себе вибір оптимальних схем інвестування, а також оцінку технологічної та стратегічної ефективності інноваційної діяльності підприємницьких структур, регіону та держави в цілому.

Список використаних джерел

1. Аранчій В. І., Чумак В. Д., Смолянська О. Ю., Черненко Л. В. Фінансова діяльність підприємств : навч. посіб. Київ : ВД «Професіонал», 2004. 240 с.
2. Язлюк Б. О., Здреник В. С. Методика аналізу інвестиційних і інноваційних проектів та вплив на фінансову ефективність підприємства. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2011. 1(19). С. 437-448. URL: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/download/43393/40067/0> (дата звернення: 12.04.2021).
3. Бені Т. Методи визначення економічної ефективності інвестицій: порівняльний аналіз. *Економіка України*. 2006. № 6. С. 41-47.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Шумик Н. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Навчально-наукового інституту економіки,
управління, права та інформаційних технологій*

*Науковий керівник – Томілін О. О.,
доктор економічних наук, професор*

В Україні питанням теорії та практики стратегічного управління приділяється недостатньо уваги. Підприємці зацікавлені в отриманні прибутку і в своїй діяльності приділяють значну частину уваги лише оперативному управлінню. Це пов'язано з незнанням сутності поняття «стратегічне управління» та його важливості.

Стратегічне управління розглядається як комплекс не тільки стратегічних управлінських рішень, що визначають довгостроковий розвиток підприємства, але і конкретних дій, які забезпечують швидке реагування підприємства на зміни зовнішнього середовища, які можуть викликати необхідність стратегічного маневру, перегляду цілей та вибору нового напрямку розвитку.

Стратегія – це створення унікальної й вигідної позиції, що передбачає певний набір видів діяльності. Якби була тільки одна ідеальна позиція, не було б ніякої потреби в стратегії [3]. Так, Г. Мінцберг виділяє п'ять визначень стратегії: стратегія як план: система послідовних дій; стратегія як позиція: визначення положення підприємства в зовнішньому середовищі і щодо своїх головних конкурентів; стратегія як «спритний прийом»; стратегія як принцип поведінки; стратегія як перспектива [1].

І. Ансофф розглядає стратегію як набір правил для прийняття рішень, якими підприємство керується у своїй діяльності. Існує чотири різних правил: правила, що використовуються при оцінюванні результатів діяльності підприємства в сьогоденні та у перспективі; правила, за якими складаються відносини підприємства з його зовнішнім середовищем, що визначають: які види продукції й технології воно буде розробляти; куди та кому збувати свої вироби; яким чином домагатися переваги над конкурентами; правила, за якими встановлюються відносини й процедури всередині підприємства – організаційні концепції; правила, за якими підприємство веде свою повсякденну діяльність, називають основними оперативними прийомами.

Отже, можна відмітити, що сутність стратегії проявляється в наступному:

- стратегія визначає основні напрями розвитку підприємства і шляхи досягнення його цілей;
- стратегія виступає способом встановлення взаємодії підприємства з зовнішнім середовищем;
- стратегія формується на основі узагальненої, неповної та недостатньо точної інформації;

- стратегія постійно уточнюється в процесі діяльності, чому має сприяти добре налагоджена система моніторингу;
- стратегія є основою для розробки стратегічних планів, проектів і програм, які системно відображають напрями та інструменти розвитку підприємства;
- стратегія є основою для формування та проведення змін в організаційній структурі підприємства.

Стратегія підприємства – це комплекс принципів його діяльності та відносин із зовнішнім середовищем, перспективних цілей і відповідних рішень по вибору інструментів досягнення цілей [2].

На нашу думку, стратегічне управління виконує велику кількість завдань, які стосуються стратегічного аналізу, реалізації, розробки та контролю за виконанням стратегій підприємств. Щоб скласти наукове уявлення щодо сутності стратегічного управління, доцільно звернутися до змісту первинної концепції стратегічного управління.

Контент стратегічного управління: це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий, системний, ситуаційний та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає змогу встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявним потенціалом та приводити їх у відповідність з останнім, розробляючи та реалізуючи стратегічний набір.

Стратегічне управління є поєднанням концепцій інтегрального, ситуаційного, системного та цільового підходів до діяльності та розвитку підприємств різного типу, що дозволяє:

- порівнювати цілі розвитку підприємства, що відображають їх орієнтацію в адаптації до змін або активного впливу на зовнішнє середовище з потенціалом, який є в наявності і якого можна досягти у стратегічній перспективі;
- використовувати процес формулювання та балансування системи стратегій відповідно до внутрішніх та зовнішніх можливостей розвитку підприємства в досягненні цілей;
- організовувати і стимулювати діяльність підприємств на досягнення цілей на основі забезпечення виконання розроблених стратегій шляхом застосування обраних систем стратегічного планування;
- вдосконалювати системи управління підприємствами різного типу з використанням стратегічних настанов для забезпечення необхідного стратегічного рівня, що відповідає вимогам середовища.

Стратегічне управління виробничими потужностями це – специфічний вид управління, що здійснюється з метою удосконалення технології виробництва продукції задля удосконалення якості та безпечності продукції, а як наслідок завоювання нових позицій як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках [4, с. 33].

На нашу думку, основна мета сучасного стратегічного управління – це створення такої системи управління діяльністю підприємства, яка давала б можливість на підставі аналізу зовнішнього і внутрішнього стратегічного потенціалу формулювати місію і стратегічні цілі підприємства, розробляти, обґрунтовувати і реалізовувати корпоративну і функціональні стратегії таким чином, щоб забезпечувати ефективне досягнення високих економічних та соціальних

результатів.

При цьому результативність стратегічного управління забезпечується дотриманням процесу його здійснення, який включає декілька взаємопов'язаних етапів, зокрема: розроблення місії підприємства; визначення цілей підприємства; оцінка й аналіз зовнішнього середовища; визначення сильних та слабких сторін; аналіз стратегічних можливостей та альтернатив; вибір стратегії; реалізація стратегії; оцінка стратегії.

Отже, проведений аналіз дозволяє узагальнити такі особливості стратегічного управління:

1. Стратегічне управління здійснюється в контексті місії підприємства, і його фундаментальна задача полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії з основними цілями підприємства в умовах змінного економічного середовища.

2. Стратегічне управління – це управління сукупністю якісних характеристик підприємства, що стосуються його теперішньої та майбутньої позиції в конкурентному середовищі, потенціалу необхідного для виживання та розвитку підприємства.

3. Система стратегічного управління – це певна філософія або ідеологія бізнесу і менеджменту, що ґрунтується на поєднанні інтуїції та мистецтва, високого професіоналізму і творчості менеджерів, залученні всіх працівників до реалізації стратегії.

4. Стратегічне управління передбачає взаємодію з зовнішнім середовищем.

Загалом, стратегічне управління підвищує ефективність роботи підприємств у сучасних умовах.

Таким чином, застосування стратегічного управління на підприємствах дозволить охарактеризувати економічні, організаційні, технічні можливості виробництва та їх максимальне використання, своєчасно координувати роботу з розробки бізнес-планів розвитку підприємства.

Список використаної літератури

1. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэм-пел. СПб: Издательство «Питер», 2000. С.16–20.

2. Мізюк Б. М. Основи стратегічного управління: підручник. Львів: Магнолія, 2009. 544 с.

3. Портер М. Е. Конкуренция. М.: Вильямс, 2001. 495 с .

4. Томілін О. О., Вовк М. О. Формування стратегії управління виробничими потужностями агропродовольчого підприємства в умовах глобалізації. *Агросвіт*. 2020. № 10. С. 29–36. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.10.29. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/7989> (дата звернення: 13.04.2021).

СТАН РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

*Яременко А. С.,
здобувач вищої освіти СВО«Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Глущенко Ю. А.,
кандидат економічних наук, доцент*

В умовах сьогодення весь світ переживає тяжкий період, який кардинально змінив стиль життя населення. За період існування людства відбувалися різні коливання та кризи, але найтяжчою для економіки в цілому, та банківського сектору зокрема, виявилась криза, що пов'язана з пандемією COVID-19.

Дослідженням питання стану банківського сектору в умовах пандемії займалися вітчизняні та зарубіжні політики, економісти, дослідники, а саме: Е. Рибаківа, С. Пономарьов, А. Вебер, М. Кітуй, С. Капсос та інші [4]. У своїх працях вони дійшли висновків, що дійсно COVID-19 спричинив реальну загрозу для банківського сектору та економіки не лише України, а й всього світу.

Досліджуючи структуру банківського сектору в цілому ми з'ясували, що кількість діючих банків починаючи з 2015 року стрімко зменшується (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка кількості діючих комерційних банків в Україні за
2015-2021рр. [3]**

Показник	Роки				
	2015	2017	2019	2020	2021
Кількість діючих банків	163	96	77	75	74
З них з іноземним капіталом	51	38	37	35	33

Тенденція до різкого скорочення (більш як в двічі) викликана рядом причин, а саме деякі з них обрали шлях до банківського об'єднання, інші добровільно покинули ринок, та деякі припинили свою діяльність (ПАТ «Розрахунковий Центр», 2020 р.) через неплатоспроможність або порушення, виявлені з фін моніторингом, непрозору структуру власності та з інших причин (невиконання нормативів, тощо) [2; 1].

Аналізуючи окремі показники діяльності банків ми дійшли висновків, що в цілому обсяги активів / пасивів комерційних банків України з 2017 року поступово зростають, переважно за рахунок залучених депозитів, що свідчить про сформовану довіру до банківського сектору (рис. 1). Що стосується обсягів кредитування, то за 2020-2021 рр. спостерігається значне їх скорочення даного показника на 15 %, що в свою чергу свідчить фінансову скруту споживачів банківських послуг (переважно в зв'язку з пандемією).

Варто зазначити, що загалом банківський сектор України незважаючи на події останнього року виявився достатньо пластичним та швидко пристосувався

до нововведень, таких як: розвиток цифрової інфраструктури, нові операційні моделі, методи управління ризиками та багато чого іншого, що модернізувало діяльність банківських установ [6].

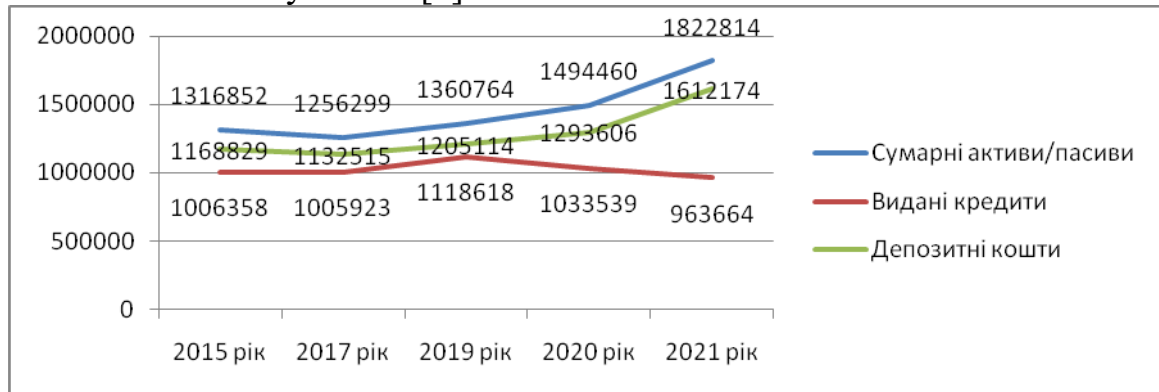


Рис.1. Динаміка окремих показників діяльності комерційних банків в Україні за 2015-2021 рр., млн грн [5]

Тож враховуючи кризові явища в діяльності банківського сектору та фінансові складнощі споживачів його послуг в період пандемії вважаємо необхідним зосередження НБУ на проведенні виваженої грошово-кредитної політики, націленої на уникнення та зменшення банківських ризиків (зокрема кредитних), посиленні рівня банківського нагляду, здійснення раціонального резервування та лімітування.

Список використаних джерел

1. Банки які прийняли рішення про припинення банківської діяльності / припинили банківську діяльність без припинення юридичної особи URL: <https://bank.gov.ua/ua/supervision/reorganizat-liquidat/stop-activ-no-legal>.
2. Зрозуміти та відпустити: Причини і результати «великого банківського очищення». URL: <https://badbanks.bank.gov.ua>.
3. Кількість банків в Україні (2008-2021). URL: <https://index.minfin.com.ua/banks/stat/count/>.
4. Коронавірус і світова економіка: криза чи піднесення чекає на фінансові системи, бізнес і ринок праці у 2021 році. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/koronavirus-svitova-ekonomika-kryza/31031731.html>.
5. Основні показники діяльності банків. URL: <https://index.minfin.com.ua/banks/stat/>.
6. Як процвітати банку у ці нестабільні часи. URL: <https://home.kpmg/ua/uk/blogs/home/posts/2020/12/yak-banku-protsvitaty-u-tsi-nestabilni-chasy.html>.

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК: СУТНІСТЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ

*Бойченко М. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Грибовська Ю. М.,
кандидат економічних наук, доцент*

Процеси глобалізації, інтеграції та автоматизації висувають нові вимоги до системи управління підприємством. Вона повинна забезпечувати економічну самостійність, конкурентоспроможність та стійке фінансове становище суб'єкта господарювання на ринку.

Виконання поставлених завдань неможливе без вдосконалення перш за все системи управління витратами та собівартості продукції. Тому впровадження та удосконалення управлінського обліку на підприємствах дозволить забезпечити ефективне використання облікової інформації для прийняття стратегічних управлінських рішень.

Дослідженню актуальних питань управлінського обліку присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних науковців: Ф. Ф. Бутинця, С. Ф. Голова, З. В. Задорожного, Г. Г. Кірейцева, М. В. Кужельного, Л. В. Нападовської, Д. Мідлтона, Е. Майера та інших. Учені здійснили вагомий науковий внесок у розвиток теорії і практики концепцій управлінського обліку.

В економічній літературі розглядаються різні концепції управлінського обліку, порівнюються точки зору різних учених.

Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначено поняття:

– внутрішньогосподарський (управлінський) облік – це система збору, обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством;

– звіт про управління – це документ, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності [3].

Провідні науковці розмежовують окремо внутрішньогосподарський та управлінський облік.

На думку З. В. Задорожного, управлінський облік є процесом збору та обробки інформації про фактичні витрати, доходи і фінансові результати підприємства від усіх видів діяльності в розрізі окремих видів продукції (робіт, послуг), виконання робіт та інших сегментів для внутрішніх користувачів [1].

Як зазначає Л. В. Нападовська, розподіл обліку на фінансовий і управлінський, по-перше, посилюватиме управлінську орієнтацію фінансового обліку і, по-друге, спрямовуватиметься на конкретні фінансові результати, що сприятиме реалізації системи на основі моделі «затрати – випуск – результат» [2, с. 39].

Тобто, управлінський облік включає в себе безпосередньо облік витрат і

виходу продукції та ряд інших об'єктів обліку, а також бюджетування й подальший контроль за діяльністю підприємства і його підрозділів та розробку заходів щодо поліпшення наслідків діяльності підприємства на ближню й далеку перспективу. Всеохоплюючі внутрішньогосподарські функції управлінського обліку вимагають внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», створення належної системи функціонування управлінського обліку в Україні.

Управлінський облік надає змогу системно розглядати всередині підприємства питання оперативного планування, аналізу, контролю та обліку виробничої діяльності. Основним критерієм дієвої системи є ефективне управління фінансовими і трудовими ресурсами. Управлінський облік забезпечує для цього необхідний механізм та використовує оперативну (первинну) інформацію.

Запровадження управлінського обліку на підприємствах України передбачає:

- чітке виокремлення функцій управлінського обліку та виконавців;
- формування інформації про понесені підприємством витрати, доходи, вихід продукції та результати діяльності;
- контроль за виконанням управлінських рішень.

Управлінський облік не обмежений у виборі методів та правил. Їх розробляє кожне підприємство з урахуванням різних параметрів та чинників.

Отже, управлінський облік – це система збору та аналізу даних про фінансово-господарську діяльність підприємства, орієнтована на потреби вищого керівництва і власників. Результати даного обліку становлять комерційну таємницю, призначені тільки для внутрішнього користування. Кожне підприємство розробляє систему управлінського обліку, виходячи із власних потреб і специфіки роботи. Одні керівники вимагають детальні форми управлінської звітності, інші – стислі форми. Кожен керівник щодня приймає рішення, які ґрунтуються не на інформації з бухгалтерської звітності, а на оперативних даних (довідках, звітах, службових записках, що надходять із відділів реалізації, закупівель, від виробників, логістів та ін.).

Керівники усіх рівнів (менеджери) зацікавлені в отриманні достовірної оперативної інформації. Саме таку інформацію забезпечує управлінський облік. Організація розробки і впровадження системи управлінського обліку на підприємствах повинна проходити у поступовому, взаємообумовленому та обґрунтованому втіленні в практичну обліково-аналітичну діяльність ідей управлінської орієнтації.

Список використаних джерел

1. Задорожний З. В. Внутрішньогосподарський облік у будівництві: моногр. Тернопіль: Екон. Думка. 2006. 336 с.
2. Нападовська Л. В. Управлінський облік: підручник. К.: Книга, 2004. 544 с.
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 19.03.2021).

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

*Буць Є. А., Герасименко В. В.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Дугар Т. Є.,
кандидат економічних наук, доцент*

Аудит основних засобів є невід'ємною частиною загального аудиту суб'єкта господарювання, а також є його важливою частиною, так як може значно впливати на його кінцеві результати. Даний процес трудомісткий і потребує обробки великої кількості інформації, тому велике значення має вдосконалення організації та методики аудиту основних засобів.

Дослідженню основних засобів, організації та методиці їх аудиту приділяли значну увагу у своїх працях такі науковці, як Ф. Ф. Бутинець, Л. П. Кулаковська, М. Ф. Огійчук, Б. Ф. Усач, К. О. Утенкова та багато інших [3].

Аудиторська перевірка основних засобів охоплює наступні питання:

- оцінка організації синтетичного й аналітичного обліку основних засобів у бухгалтерії підприємства та за матеріально-відповідальними особами в місцях експлуатації основних засобів, як власних, так і орендованих, у порядку поточної і дострокової оренди відповідно до встановлених правил;

- визначення технічного стану та збереження основних засобів;

- своєчасність і правильність документального оформлення та відображення в бухгалтерському обліку надходження, переміщення і вибуття основних засобів;

- правильність розрахунків сум амортизаційних відрахувань і віднесення їх на витрати виробництва продукції (виконання робіт, надання послуг);

- своєчасність і правильність списання недоамортизованої частини основних засобів на фінансові результати підприємства;

- перевірка дотримання господарством податкового законодавства з операцій, що пов'язані з придбанням і вибуттям основних засобів, їх орендою у фізичних та юридичних осіб;

- перевірка та оцінка порядку обліку підприємством витрат на ремонт основних засобів при підрядному і господарському способах робіт, виходячи з прийняття підприємством облікової політики на рік;

- аналіз використання підприємством основних засобів за часом та потужністю з урахуванням специфіки роботи підприємства, якщо це обумовлено умовами укладеного з аудитором договору;

- перевірка результатів проведеної переоцінки основних засобів та правильності відображення її на рахунках бухгалтерського обліку.

Завданням аудитора є вивчення цих питань, їх оцінка та розробка пропозицій щодо усунення виявлених порушень [2]. Аудит основних засобів на підприємствах може проводитися у такій послідовності:

1) ознайомлення з обліковою політикою підприємства в частині організації обліку основних засобів за період, що підлягає перевірці, її змінами в порівнянні з попередніми періодами;

2) уточнення дати проведення останньої інвентаризації основних засобів, її результатів;

3) перевірка наявності наказів (розпоряджень) про створення на підприємстві постійно діючої комісії зі списання основних засобів, про осіб, що відповідають за зберігання основних засобів у місцях їх експлуатації, а також з'ясувати, чи укладено з ними договори про повну індивідуальну (колективну) матеріальну відповідальність;

4) ознайомлення з договорами оренди основних засобів, що укладені з юридичними і фізичними особами;

5) перевірка наявності картотеки основних засобів за місцями їх експлуатації;

6) встановлення забезпеченості бухгалтерії підприємства діючими нормативними документами, що визначають правила ведення обліку основних засобів, зразками міжвідомчих форм уніфікованої документації з обліку основних засобів [1]. Ця інформація дозволить аудитору скласти загальне уявлення про організацію обліку основних засобів на підприємстві та визначити питання, що вимагають особливої уваги;

7) встановити відповідність залишків на синтетичних рахунках, що відображені у Головній книзі, аналогічним даним аналітичного обліку і бухгалтерського балансу. Вони повинні збігатися за позиціями: сальдо на початок місяця, оборот за місяць, сальдо на кінець місяця. Якщо встановлено розбіжності, потрібно з'ясувати причини і рекомендувати підприємству провести інвентаризацію основних засобів; устаткування, що підлягає монтажу; капітальних інвестицій; зобов'язань за укладеними договорами оренди тощо.

Джерелами аудиту операцій з основними засобами є: акти введення в експлуатацію, акти приймання-передачі основних засобів, акти приймання-здачі відремонтованих, реконструйованих та модернізованих об'єктів, акт на списання транспортних засобів, інвентарні картки обліку основних засобів та опис інвентарних карток, картка обліку руху основних засобів, розрахунки амортизаційних відрахувань за основними засобами, акти на приймання багаторічних насаджень і передачу їх в експлуатацію, акти на вибракування тварин з основного стада, акти на списання багаторічних насаджень, відомості обліку основних засобів по підприємству, оборотні відомості обліку руху засобів, журнали-ордери, акти інвентаризації, переоцінки основних засобів та інші джерела бухгалтерського обліку [3].

Аудитор перевіряє дотримання порядку оформлення документів. Виявлені недоліки повинні бути відображені у звіті аудитора з посиланням на встановлені факти порушень. Підвищення ефективності використання основних засобів залежить від їх збереження та технічного стану. Отже, можемо зробити висновок, що своєчасне проведення аудиту основних засобів дасть можливість покращання формування інформації для підвищення ефективності їх використання в системі уп-

равління підприємницькою діяльністю.

Список використаних джерел:

1. Національний положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», Наказ Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 р. № 92, поточна редакція 3 листопада 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>.
2. Подмешальська Ю. В, Троян О. В. Теоретико-практичні аспекти проведення аудиту основних засобів. Економічна наука. Інвестиції: практика та досвід № 2 / 2019. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2019/12.pdf.
3. Утенкова К. Аудит. [навч. посібник] 2011. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/37-audit-utenkova-ko.html>.

ОБЛІК ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА: СУТНІСТЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ

*Гарбуз А. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Грибовська Ю. М.,
кандидат економічних наук, доцент*

Порядок обліку виробничих витрат не завжди пов'язаний із нормами податкового законодавства. Виникає потреба встановити статті витрат, які будуть корелювати з елементами витрат. Деталізацію кожної статті підприємство здійснює самостійно, керуючись особливостями своєї діяльності.

Бухгалтеру необхідно визначитися з вибором методу обліку витрат і калькулювання, виокремити об'єкти витрат:

- виробни (продукція, роботи, послуги);
- замовники (юридичні та фізичні особи);
- підрозділи (бухгалтерія, економічний відділ).

Для кожного об'єкта калькулювання потрібно вибрати калькуляційну одиницю, наприклад:

- натуральні одиниці (т, шт. і т. д.);
- умовно-натуральні одиниці, що розраховуються за допомогою коефіцієнтів (100 ум. од. продукції);
- трудові одиниці (1 нормо-годину).

Згідно із П(С)БО 16 «Витрати», затвердженим наказом Міністерством фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318, об'єктом обліку витрат є продукція, роботи, послуги або вид діяльності підприємства, які потребують визначення пов'язаних з їх виробництвом (виконанням) витрат [2].

В окремих галузях економіки облік витрат регулюється методичними рекомендаціями.

Методи обліку витрат визначаються насамперед технологічними й організаційними особливостями виробництва і мають відображувати процес формування витрат в його конкретних умовах. При цьому накопичення витрат має не тільки забезпечити реальне обчислення собівартості продукції, а й слугувати інтересам найефективнішого управління виробництвом.

Організація виробничого обліку передбачає певне групування витрат підприємства. Загалом виробничі витрати слід, по-перше, акумулювати за місцями їх виникнення, по-друге, відносити на конкретну продукцію. Це досягається на рівні аналітичного обліку. При цьому надаються різні визначення об'єкта обліку витрат: вид діяльності, продукт, виробничий підрозділ, завдання, поставлені менеджером, на які відносять витрати підприємства ознака, згідно з якою здійснюється групування виробничих витрат для цілей управління, початкова одиниця, в розрізі якої ведеться аналітичний облік витрат виробництва предмет або сегмент діяльності, що потребує окремого вимірювання пов'язаних з ним витрат.

У калькуляційному обліку об'єкти вказують ознаку групування витрат і одночасно характеризують метод калькулювання, який визначається прийнятим методом обліку виробничих витрат [1].

Примірний перелік статей витрат для сільськогосподарських підприємств:

- витрати на оплату праці;
- насіння та посадковий матеріал;
- паливо та мастильні матеріали;
- добрива;
- засоби захисту рослин та тварин;
- корми;
- сировина та матеріали (без зворотних відходів);
- роботи та послуги;
- витрати на ремонт необоротних активів;
- інші витрати на утримання необоротних активів;
- інші витрати;
- непродуктивні витрати (в обліку);
- загальновиробничі витрати.

Структура формування собівартості продукції:

1. Технологічна собівартість:

– прямі витрати, у тому числі: матеріальні витрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; амортизація; інші операційні витрати.

2. Виробнича собівартість:

– виробничі та загальновиробничі витрати, у тому числі: матеріальні витрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; амортизація; інші операційні та загальновиробничі витрати.

3. Повна собівартість:

– виробничі, загальновиробничі та адміністративні витрати, у тому числі: матеріальні витрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; амортизація; інші операційні, загальновиробничі та адміністративні витрати.

Отже, собівартість як комплексний показник виробничого обліку повинна

максимально синтезувати і у вартісній формі відображати технологічні й організаційно-економічні умови виробництва відповідно до інтенсивного рівня розвитку підприємства. Помилки та неточності під час визначення собівартості продукції виступають чинниками, які негативно впливають на ухвалення управлінських рішень та знижують їх ефективність.

Список використаних джерел

1. Атамас П. Й. Управлінський облік: навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2006. 440 с.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 18 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення: 19.03.2021).

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

*Гусаренко Н. Ю., Велика Д. О.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Дугар Т. Є.,
кандидат економічних наук, доцент*

Для ефективної роботи підприємства потрібно правильно організовувати контроль за грошовими коштами, що в подальшому призведе до отримання позитивних фінансових результатів.

Дослідженням проблем аудиту грошових коштів займалися такі вчені як: Бутинець Ф. Ф., Власюк Г. В., Волик Н. Г., Кот О. С., Шевчук В., та ін. Але на даний час проблеми проведення аудиту грошових коштів до цього часу залишаються спірними та потребують подальшого вивчення та дослідження.

На даному етапі недостатнє вирішення проблеми управління грошовими потоками призводять до того, що аналіз руху коштів практично не береться до уваги. Це зумовлює ігнорування найбільш важливої – динамічної частини бізнесу і породжує низку серйозних проблем, пов'язаних з необґрунтованістю та хаотичністю управління і загостренням загальної проблеми не платежів.

Контроль можна здійснювати через систему внутрішнього аудиту. Він здійснюється за допомогою різноманітних контролюючих відділів підприємства. Також через систему зовнішнього контролю, через запрошення різноманітних зовнішніх незалежних експертів. Одними із таких незалежних перевіряючих суб'єктів є аудиторські фірми або аудитори, які проводять аудит, відповідно на замовлення власника.

Внутрішній аудит операцій з грошовими коштами повинен бути спрямований на розробку рекомендацій стосовно збалансованості грошових виплат та

надходжень, а також на підтвердження правильності організації та методики ведення бухгалтерського обліку грошових коштів вимогам чинного законодавства з метою надання рекомендацій, спрямованих на вдосконалення системи обліку та підвищення ефективності використання грошових коштів [1].

Під час проведення внутрішнього аудиту необхідно вирішити наступні завдання:

- визначити оптимальний залишок коштів на поточних рахунках та в касі підприємства;
- перевірити правильність відображення в обліку надходжень, наявності та вибуття готівкових та безготівкових коштів та їх еквівалентів;
- встановлення перевірки дотримання вимог щодо документального оформлення операцій з грошовими коштами;
- контроль за дотриманням вимог касової та розрахункової дисципліни;
- контроль за лімітом грошових коштів у касі;
- перевірити правильність розкриття інформації у облікових регістрах та формах фінансової звітності інформації стосовно операцій з грошовими коштами та їх еквівалентами;
- розробити рекомендації стосовно підвищення ефективності використання тимчасово вільних коштів; проведення аналізу грошових коштів та ін.

Спочатку внутрішній аудитор проводить інвентаризацію грошових коштів у касі. Він перевіряє своєчасність і повноту проведення інвентаризації грошових коштів у касі та порівнює результати актів інвентаризації із даними бухгалтерського обліку.

Внутрішній аудитор проводить інвентаризацію безготівкових грошових коштів. Аудитор порівнює дані банку щодо безготівкових грошових коштів із даними бухгалтерського обліку. При наявності безготівкових грошових коштів у іноземній валюті внутрішній аудитор зіставляє як суми у іноземній валюті, так і суми в перерахунку у національну валюту України.

Далі внутрішній аудитор перевіряє дотримання ліміту каси, перевіряє чи не перевищує по касі розмір готівки ліміту каси. Вибірка повинна охоплювати декілька дат кожного місяця періоду, що підлягає перевірці.

Джерелом інформації для усіх вищеперерахованих аудиторських процедур є дані бухгалтерського обліку, зокрема, 1С Бухгалтерії підприємства та дані актів інвентаризації грошових коштів.

Далі аудитор перевіряє наявність документів, що підтверджують операції надходження грошових коштів у касу. Внутрішній аудитор здійснює суцільну перевірку документів, що підтверджують операції надходження грошових коштів у касу, за будь який місяць періоду, що перевіряється.

Крім того, перевіряється дотримання необхідних вимог при веденні касової документації. Внутрішній аудитор перевіряє наявність і заповнення усіх реквізитів касової документації, правильність оформлення касових операцій із приймання і видачі грошових коштів [2].

Дані аналізу дозволяють внутрішньому аудитору визначити фактори, які впливають на ефективність здійснення операцій з грошовими коштами;

Заключним етапом роботи внутрішнього аудитора є складання звітнього документа. Структура, зміст, строки формування і порядок складання повинні регламентуватися внутрішніми стандартами і положеннями про підрозділ внутрішнього аудиту. Звітний документ внутрішнього аудиту може мати різні документальні форми [3].

Зовнішній аудитор має провести аналіз системи внутрішнього контролю підприємства. При проведенні аналізу внутрішнього контролю, аудитор має у своєму розпорядженні звіт попереднього аудиту, він має право на спілкування з попереднім аудитором, спілкування з персоналом підприємства, ознайомленням з обліковими документами. Аналіз внутрішнього аудиту проходить три етапи: аудитор ознайомлюється з загальною специфікою організації контролю на підприємстві; аудитор оцінює можливість цілком, частково чи взагалі не покладатись на результати перевірок проведених внутрішніми службами контролю (низька, середня та висока надійність СВК); підтвердження достовірності та оцінки СВК, який полягає у коригуванні отриманих даних у відповідності з нормативами.

Заключним етапом роботи зовнішнього аудитора при проведенні аудиту грошових коштів є формування узагальнюючого звіту про висловлення думки аудитора і переліку виявлених недоліків. Джерелом інформації яких є усі попередні аудиторські робочі записи щодо операцій із грошовими коштами. Внутрішній аудитор узагальнює і аналізує усі виявлені недоліки, вказує їх вплив на дані фінансової звітності підприємства та визначає свої рекомендації щодо проблемних ситуацій.

Отже, можемо зробити висновок, що якщо підприємство використовуючи узагальнені напрями організації та методики аудиторського контролю грошових коштів то, це дасть можливість покращання формування інформації для підвищення ефективності її використання системою управління підприємницької діяльності.

Список використаних джерел:

1. Власюк Г. В. Шляхи підвищення аудиту грошових коштів. *Держава та регіони*. Серія: Економіка та підприємництво, 4. 2008. С. 24-30.
2. Скорба О. А. Аудит грошових коштів. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України* : Збірник наукових праць, 22. 2007. С. 124-125.
3. Бунда О. М., Єлісеєва С. Ю. Організаційні та методичні аспекти аудиту грошових коштів на підприємстві. *Економіка та управління підприємствами*. Серія: «Економічні науки». 4(89). 2015. С. 42-49.

БІОЛОГІЧНІ АКТИВИ: РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ В ОБЛІКОВІЙ ПОЛІТИЦІ

*Довгаль А. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Пономаренко О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент*

У П(С)БО 30 «Біологічні активи» основна дефініція трактується як тварина чи рослина, яка в зв'язку з певними біологічними перетвореннями здатна давати додаткові біологічні активи та сільськогосподарську продукцію, чи приносити певні економічні вигоди в інший спосіб [3].

Об'єктом в бухгалтерському обліку біологічних активів, стосовно рослинництва, можуть бути види сільськогосподарських рослин (зернові, лікарські, олійні, квіткові тощо) або відповідні однорідні групи, що складаються з підвидів с/г рослин (ярі та озимі зернові, горіхоплідні тощо), або окремі культури (ячмінь, соняшник тощо). Стосовно тваринництва об'єктами бухгалтерського обліку можуть виступати види тварин (свині, птиці, велика рогата худоба тощо) або однорідні групи, що складаються з відповідних статевих-вікових груп (тварини на вирощуванні та відгодівлі, корови і бики плідники основного стада тощо).

В аналітичному бухгалтерському обліку біологічні активи наводяться у вартісному та кількісному вираженні. Для біологічних активів зазвичай використовують такі одиниці вимірювання, як штуки, голови і т.д.

Основними елементами облікової політики щодо обліку біологічних активів, згідно з відповідними пунктами П(С)БО 30 можна виділити наступні (рис. 1) [3].

Вид біологічного активу для віднесення до відповідної групи активів зазвичай з'ясовується через визначення напрямку його використання. Тобто, якщо біологічні активи не застосовуються для сільськогосподарської діяльності, утримуються для продажу чи якщо не вказано напрям використання, то біологічні активи визнаються запасом. Якщо біологічний актив використовується для інших видів діяльності, ніж сільськогосподарська, а очікуваний строк використання не перевищує один рік, то біологічний актив визнається основним засобом [1].

Однією з необхідних складових облікової політики є інвентаризація.

До інвентаризаційного опису довгострокові біологічні активи вносять за культурами, ботанічними сортами, де зазначається рік закладання, кількість кущів чи дерев за балансовою вартістю та категоріями, площі. А довгострокові біологічні активи тваринництва записуються в інвентаризаційних описах із зазначенням номера худоби, її клички, породи, віку, живої ваги.



Рис. 1. Елементи облікової політики щодо біологічних активів згідно до вимог П(С)БО 30

До інвентаризаційного опису стосовно поточних біологічних активів тваринництва вказують інвентарний номер, кличку тварини, її стать та порода тощо. Інвентаризацію поточних біологічних активів рослинництва проводять за видами цих активів, а одночасно з цим здійснюють перевірку натуральних показників (засіяну культурами площу, кількість рослин у теплицях та парниках тощо) [2].

Отже, можна зробити висновок, що у Наказі про облікову політику підприємству необхідно визначити об'єкт біологічних активів, термін і методи нарахування амортизації, вказати статті витрат, їх перелік та склад, на вирощування біологічних активів, а також порядок оцінки біологічних активів, для правильного відображення вартості біологічних активів у складі витрат. Ці елементи забезпечать повноцінне формування змістовної частини наказу про облікову політику та визначають наповнення додатків (робочий план рахунків та інше).

Список використаних джерел

1. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів від 29.12.2006 р. № 1315 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1315201-06#Text>.
2. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань від 02.09.2014 р. № 879 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/z1365-14#n16>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» від 18.11.2005 р. № 790 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05#Text>.

КОНТРОЛЬ ОПЕРАЦІЙ З ЕЛЕКТРОННИМИ ГРОШИМА

*Донцов І. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Пономаренко О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент*

Електронні гроші, як і готівкова та безготівкова форми грошей прямо впливають на ліквідність і загальний фінансовий стан підприємства. Така важливість даного ресурсу зумовлює необхідність однозначного і нормативно врегульованого порядку проведення контролю за операціями з їх надходження та використання.

Семенець А. П. виділяє такі етапи внутрішнього контролю за операціями з електронними грошима на підприємстві [2, с. 263].

Першим є організаційний етап, на якому здійснюється встановлення суб'єкта контролю, визначення джерел інформації, збір даних та розробка порядку здійснення внутрішнього контролю.

Наступний етап – методичний. На цьому етапі фахівець вивчає рух електронних грошей на підприємстві, перевіряє коректність відображення операцій з електронними грошима в обліку та правильність оформлення пов'язаної з ними документації та здійснює поточний, ретроспективний та перспективний контроль розрахунків електронними грошима.

На узагальнюючому етапі здійснюється документальне оформлення та аналіз результатів контролю з метою виявлення відхилень, їх причин та попередження їх виникнення у майбутньому.

Останнім зазначається етап реалізації результатів внутрішнього контролю. На цьому етапі суб'єкт контролю надає інформацію про результати внутрішнього контролю управлінському персоналу та контроль за виконанням управлінських рішень відповідно до рекомендацій, розроблених суб'єктом контролю на основі аналізу даних про рух електронних грошей на підприємстві.

Визначення суб'єкта контролю залежить від способу організації обліку на підприємстві. Отже, суб'єктом контролю може бути окремий бухгалтер, керівник бухгалтерської або фінансової служби або окрема служба внутрішнього контролю. Також слід пам'ятати функціонал фахівця державного контролю – ревізора чи податкового інспектора, а також суб'єкта незалежного контролю – аудитора.

Врегулювання принципів та методів ведення внутрішнього контролю за операціями з електронними коштами здійснюється шляхом складання внутрішнього розпорядчого документу (Положення про організацію внутрішнього контролю або про службу внутрішнього контролю).

Вивчення стану електронних розрахунків здійснюється шляхом дослідження документації з обліку електронних грошей. Особливістю документу-

вання руху електронних грошей є те, що його первинне документування здійснюється виключно у вигляді відеокадрів відповідних програмних продуктів. Це пояснюється фактом виключного використання електронних грошей в мережі Інтернет для здійснення он-лайн платежів та транзакцій [3].

На основі вивчення руху електронних коштів на підприємстві здійснюється поточний, ретроспективний (за фактом уже здійснених і облікованих електронних операцій) або перспективний (превентивний, попереджаючий) контроль.

Поточний контроль здійснюється шляхом перевірки фахівцем заповнення первинних документів, відображення операцій на бухгалтерських рахунках, арифметичного підрахунку сум, перевірки дотримання лімітів на зберігання електронних грошей, встановлених законодавством та співставлення інформації, отриманої з аналізу даних бухгалтерського обліку з фактичними даними системи електронних грошей.

Ретроспективний контроль полягає в перевірці службою внутрішнього контролю вже здійснених операцій. Основним прийомом ретроспективного контролю є інвентаризація. Інвентаризація електронних грошей здійснюється шляхом порівняння даних первинних документів та фактичних надходжень, вибуття та залишків коштів на електронному гаманці [3].

Інформація про результати проведеного контролю узагальнюється у Звіті (служби внутрішнього контролю) за результатами перевірки та доноситься до відомо-управлінського персоналу для подальшого прийняття управлінських рішень.

Окрім можливих облікових або розрахункових помилок досить серйозною проблемою контролю операцій з електронними грошима є шахрайство. Від помилки факт шахрайства буде відрізнятися юридичною категорією «умисел».

При здійсненні операцій з електронними грошима присутні такі ризики шахрайства, мінімізація яких є одним з завдань внутрішнього контролю [1, с. 163]:

- дублювання пристрою - носія електронних коштів – створення шахраєм електронного гаманця шляхом копіювання криптографічних ключів та залишків коштів існуючого гаманця підприємства;
- порушення цілісності відомостей або програм функціонування систем електронних грошей – зміна шахраєм внутрішньої інформації та функцій електронного гаманця (зміна суми залишку, неправдива звітна інформація);
- перехоплення та зміни повідомлень між підприємством-користувачем та емітентом електронних грошей – перехоплення шахраєм конфіденційної інформації щодо електронного гаманця та його власника;
- крадіжки коштів з електронного гаманця – відміна платежів при здійсненні дистанційних операцій;
- викрадення комп'ютерних даних;
- шахрайства, пов'язані з електронними переказами.

Для мінімізації ризику шахрайства службі внутрішнього контролю необхідно проводити безперервний моніторинг інтернет-ресурсів з ціллю виявлення фішингових сайтів, адже фішинг – це головний спосіб отримання шахраями конфіденційної інформації [1, с. 164]. Підозрілі ресурси мають заноситися до спеціально створеної інформаційної бази. Таким чином можна попередити мо-

жливе викрадення інформації та забезпечити безпечність розрахунків.

Отже, підсумовуючи результати дослідження, можна зазначити, що електронні гроші є досить специфічним об'єктом обліку та контролю. Ця специфіка зумовлена сутністю електронних грошей, як одиниць вартості без фізичної форми. Досить важливою проблемою контролю електронних грошей є шахрайство. Тому, через натуру такого шахрайства (інтернет-шахрайство), для здійснення ефективного контролю операцій з електронними грошима комп'ютерна та інтернет-грамотність є головними вимогами до фахівця.

Дослідження у сфері обліку та контролю електронних грошей та відповідні зміни законодавства набувають все більшої актуальності, адже, завдяки тренду на діджиталізацію економіки, питома вага операцій з електронними грошми у загальній сукупності розрахунків буде тільки зростати.

Список використаних джерел:

1. Сахаров П. О. Удосконалення внутрішнього контролю розрахунків електронними грошима в автоматизованій інформаційній системі підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2015. Вип. 13. Ч. 4. С. 162-166. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_13/165.pdf.

2. Семенець А. П. Внутрішній контроль операцій з електронними грошима. Матеріали міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія». Тернопіль, 2017. С. 262-265. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/22415/1/262-265.pdf>.

3. Семенець А. П. Методика облікового відображення операцій з електронними грошима. Тези Всеукраїнської науково-практичної on-line конференції аспірантів, молодих учених та студентів, присвяченої Дню науки. 2017. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/tezy-do-dnya-nauky-10-12-travnja-2017-r/>.

АУДИТ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

*Жаботинська В. О., Мельник Я. О.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Дугар Т. Є.,
кандидат економічних наук, доцент*

Узагальнюючим показником роботи підприємства є прибуток, що характеризує ефективність виробництва. Прибуток є основним джерелом поповнення (оновлення) активів підприємства. Під час аудиту фінансових результатів перевіряються доходи від реалізації продукції, надання послуг, матеріалів тощо.

Основними джерелами при перевірці вищевказаних питань є журнали 5 с.-г. та 6 с.-г., реєстри, відомості обліку реалізації продукції, товарно-матеріальних

цінностей та послуг, відомість обліку витрат на виробництво, виходу продукції, наданих послуг, відомості аналітичного обліку реалізації продукції, робіт, послуг, тощо [2]. Завданнями аудиту фінансових результатів є:

- оцінка динаміки показників формування прибутку (збитку);
- контроль законності визначення витрат на реалізацію товарів, послуг за кожною калькуляційною статтею та за кожним елементом витрат по основній операційній діяльності;
- порівняння доходів та витрат на їх створення, контроль визначення прибутків і збитків господарювання;
- контроль складу і вірності відображення та визнання в обліку та звітності витрат від різних видів господарської діяльності за кожною статтею витрат;
- контроль складання фінансової звітності за ф. 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» і ф. 5 «Примітки до річної фінансової звітності»;
- контроль витрат та доходів майбутніх періодів;
- виявлення і визначення впливу різних факторів на величину прибутку;
- виявлення внутрішньогосподарських резервів збільшення прибутку і підвищення рентабельності;
- визначення шляхів і напрямків раціонального використання резервів.

Аудит правильності обчислення суми фінансового результату підприємства, а також повноти і достовірності відображення його суми у фінансовій звітності - важливий та відповідальний етап аудиторського процесу. Ефективність аудиторської роботи на цій ділянці обліку залежить від правильно обраної та раціональної методики перевірки [1].

Разом із цим необхідно перевірити ті первинні документи і перш за все товарно-транспортні накладні, приймальні квитанції, подорожні листи автомобіля, журнали вагара, щоденники надходження продукції, звіти про рух матеріальних цінностей, про переробку продукції, про продаж продукції, касові ордери тощо з метою виявлення достовірності натуральної та залікової ваги реалізованої продукції, її повної собівартості і реалізаційної ціни. Особливу увагу необхідно звернути на те, чи реальні знижки та надбавки, для цього перевіряють показники якості реалізованої продукції, витрати від недоплат з боку покупців [2].

Перевіряючи продаж продукції за різними каналами реалізації, встановлюють її обсяги, правильність встановлення цін і повноту оприбуткування виручки в касу господарства на підставі звіту про продаж продукції, який є підставою для списання реалізованої продукції; запитів адміністрації ринків про діючі на період продажу цих чи інших партій продукції, ціни продажу тощо; дані про оприбуткування виручки, одержаної від ринкової торгівлі за рахунком 30 «Готівка»; оподаткування підзвітних осіб.

Підприємства можуть неправомірно занижувати прибуток від реалізації через неправильне відображення в обліку виручки, одержаної від покупців під виглядом фінансової допомоги, короткострокової позики, поповнення фондів соціального призначення та інших цільових надходжень. Якщо в результаті аудиторської перевірки будуть виявлені такі факти, то необхідно зробити корек-

тиви, одночасно збільшивши розмір прибутку до оподаткування [3].

В структурі балансового прибутку частину питомої ваги мають фінансові результати від реалізації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, цінних паперів та інших активів. Правильність відображення доходів і витрат контролюють на основі записів на рахунках класу 8 «Витрати за елементами», 9 «Витрати діяльності» та класу 7 «Доходи і результати діяльності» з використанням як первинних документів, так і регістрів бухгалтерського обліку (реєстри документів по реалізації товарів, робіт, послуг, відомості, книги аналітичного обліку та журнали-ордери тощо). Особливу увагу слід звернути на розділ реєстру «Відмітки про оплату», для цього широко використовують зустрічну перевірку взаємопов'язаних документів (прибуткові касові ордери, виписки банку з доданими до них документами, рахунки-фактури, накладні внутрішньогосподарського призначення).

Достовірність облікових даних позареалізаційних фінансових результатів насамперед потрібно перевірити за даними журналів 5-Г с.-г., 6 с.-г. (Реєстрів документів по реалізації товарів, робіт) та на підставі виправдовуючих первинних документів. Потім необхідно встановити обґрунтованість та законність списання відповідних сум, причини незаконних списань і винних у втратах [1]. Під час перевірки списання збитків від простроченої дебіторської заборгованості слід переконатися в законності такої операції і з'ясувати, яких заходів слід вживати для відшкодування заборгованості.

Прибутковість підприємства характеризується сумою прибутку та рівнем рентабельності. Використовуючи дані аудиторів про результати реалізації, собівартість продукції та базові показники, з'ясовують загальну структуру формування прибутку на підприємстві, та регулюють оцінку результатів звітного року з минулими періодами.

Список використаних джерел:

1. Назаренко І. М. Аудит фінансових результатів: цільова спрямованість та особливості алгоритмізації. Наукові та прикладні аспекти удосконалення бухгалтерського обліку, економічного контролю та системи оподаткування: [колективна монографія] / Загальна редакція В. Я. Плаксієнка. Полтава: Видавництво: ПП «Астроя». 2018. С. 173-184.

2. Проскуріна Н. М. Маніпулювання фінансовими результатами: передумови, ознаки та способи виявлення. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2014. № 1. С. 110-114.

3. Утенкова К. Аудит. [навч. посібник] 2011. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/37-audit-utenkova-ko.html>.

ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВРЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЙНИХ РІЗНИЦЬ

*Махно С. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Пономаренко О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент*

Застосування досліджень інвентаризації, як методу бухгалтерського обліку, контролю та управління вимагає систематичного методу дослідження генерування та вирішення розбіжностей результатів інвентаризації.

Інвентаризаційні різниці – це відхилення від фактичної наявності виявлених інвентаризацією об'єктів активів чи зобов'язань з даними обліку. Приведення облікових даних у відповідність з фактичними даними і становить сутність процесу регулювання інвентаризаційних різниць. Результат інвентаризації має один із наступних варіантів:

- надлишок (за фактом є об'єктів інвентаризації у кількісних та якісних показниках більше, ніж за документами);
- нестача (за документами є об'єктів інвентаризації у кількісних та якісних показниках більше, ніж за фактом);
- пересортиця (надлишки за одними і нестачі за іншими матеріальними цінностями одного й того самого виду) [2].

Спосіб врегулювання лишків – оприбуткування. Тобто, якщо в процесі інвентаризації були виявлені лишки запасів, їх обліковують на рахунку обліку за Кт 719. Щодо показників оцінки під час оприбуткування лишків потрібно діяти згідно п. 12 П(С)БО 9, в якому первісною вартістю безплатно отриманих товарів є їх справедлива вартість [1].

Згідно п. 14 П (С) БО 9 «Запаси» наднормативні нестачі не включають в первісну вартість запасів, а відносять до витрат того періоду, в якому їх здійснили. Для обліку нестач в межах норм природнього убутку і понад них Інструкцією № 291 передбачено субрахунок 947 «Нестачі і втрати від псування цінностей». При цьому сторно ПДВ із загальної суми податкового кредиту (запаси не були використані за призначенням і втратився зв'язок з основною діяльністю), донарахований на суму наднормативних витрат, відносять на субрахунок 949 «Інші витрати операційної діяльності» [3].

Є особливості у врегулюванні нестачі незавершеного виробництва і витрат від псування матеріальних цінностей в цехах – згідно п. 15.9 П(С)БО 16 «Витрати» відносить їх до загальновиробничих витрат. Існують обмеження:

- до загальновиробничих витрат включають недостачі тільки за запасами, які передані з місць зберігання (складів, комор) у виробництво і знаходяться в цехах або містяться у складі недобудови;
- загальновиробничі витрати включають до собівартості продукції, а от-

же, до їх складу можна віднести тільки нормативні недостачі. Понаднормові недостачі і втрати враховують в складі інших витрат.

Облікове відображення пересортиці розглядається як потенційна можливість тільки якщо вартість відсутніх ТМЦ збігається з вартістю «надлишкових» ТМЦ. В такому випадку обліковими записами списують товарно-матеріальні цінності у нестачі та відновлюють на обліку «зайві».

Якщо ж, нестача товарів більша, ніж їх надлишок – природно, це переважання відноситься у вигляді збитків на матеріально-відповідальних осіб.

А саму суму завданих збитків визначають за фактичними втратами на підставі даних бухгалтерського обліку, виходячи з балансової вартості матеріальних цінностей (ч. 1 ст. 135 КЗпП). Виходить, у платників ПДВ це вартість придбання ТМЦ без ПДВ. У оберненому випадку перевищення вартості товарів, які виявилися надлишком, в порівнянні з вартістю товарів, за якими була виявлена нестача в результаті пересортиці, відносять на збільшення даних обліку відповідних запасів і доходів (табл. 1).

Таблиця 1

Рекомендовані записи з урегулювання інвентаризаційних різниць товарів

№ п / п	Зміст операції	Дт	Кт
Виявлено нестачу			
1	Відображено взаємозалік надлишків та нестач при пересортиці	281	281
2	Відображено податкове зобов'язання з ПДВ	949	641
Виявлено винну особу			
3	Списано на витрати суму нестачі	947	281
4	Віднесена різниця на винну особу	375	716
5	Винна особа відшкодувала суму різниці готівкою	301	375
Винну особу не виявлено			
6	Списано на витрати суму нестачі	947	281
7	Відображено суму збитку до моменту виявлення винної особи	072	-
Виявлено надлишок			
8	Відображено взаємозалік надлишків та нестач при пересортиці	281	281
9	Включена в доходи сума додаткової вартісної різниці	281	719
10	Відображено податкове зобов'язання з ПДВ	949	641

Отже, при відносній простоті записів з облікового врегулювання інвентаризаційних різниць, важливо дотримуватися процедурного порядку з ідентифікації та документування таких різниць і способів їх усунення, що покладається на кваліфікований склад членів інвентаризаційної комісії.

Список використаних джерел

1. Наказ «про затвердження національного положення (стандарту) бухга-

лтерського обліку 9 «запаси». Url: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#text> (дата звернення: 10.04.2021).

2. Наказ «про інструкцію по інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів і документів та розрахунків». Url: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z020294?find=1&text=%d1%80%d1%96%d0%b7%d0%bd%d0%b8%d1%86%d1%96#w1_1 (дата звернення: 10.04.2021).

3. Інструкція «інструкція про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій». Url: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#text> (дата звернення: 10.04.2021).

НАПРЯМИ АНАЛІЗУ КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTI

*Мачульська Ю. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Тютюнник С. В.,
кандидат економічних наук, доцент*

У складі джерел формування засобів для підприємства значну частку займають позикові кошти, а саме кредиторська заборгованість. Вона виникає у зв'язку з тим, що у процесі діяльності підприємства не завжди здійснюють розрахунки з юридичними і фізичними особами одночасно з відвантаженням товару, виконанням робіт та наданням послуг, що приводить до виникнення певних фінансових зобов'язань перед постачальниками та іншими контрагентами господарських відносин. Проте залучення позикових засобів останнім часом спрямоване не на розвиток виробництва, а навпаки, на погашення своїх зобов'язань перед іншими кредиторами [1]. Кредиторська заборгованість в умовах ринку одночасно виступає споживачем та виробником продукції, робіт, послуг. Наявність дебіторської та кредиторської заборгованості зумовлена також неузгодженістю грошових потоків підприємств у часі та є необхідною для підтримання певних виробничих циклів господарюючих суб'єктів. Проте для підприємства наявність сум заборгованостей є небажаним явищем, особливо це стосується існування дебіторської заборгованості. Кредиторська заборгованість не відволікає грошові кошти з обороту та забезпечує одержання товарів та робіт, але потрібно контролювати борги та стежити за їх своєчасною сплатою для збереження партнерських відносин та позитивного іміджу підприємства.

Підприємство, яке для ведення господарської діяльності використовує лише власний капітал, має максимальну стійкість. Це означає, що достовірність даних щодо стану кредиторської заборгованості необхідна для забезпечення достовірності фінансової звітності в цілому. У зв'язку із загостренням проблеми

неплатежів, управління кредиторською заборгованістю підприємства стає одним з найскладніших завдань бухгалтерського обліку. Суб'єкти господарювання насамперед розв'язують власні проблеми, а вже потім виконують фінансові зобов'язання перед кредиторами [2]. Збільшення або зменшення обсягу кредиторської заборгованості призводить до зміни фінансового стану. У зв'язку з цим виникає потреба в проведенні моніторингу й аналізу стану розрахунків. Особливо актуальним є систематичний аналіз кредиторської заборгованості з метою ефективного управління оборотним капіталом підприємства та запобігання виникненню кризових ситуацій.

Джерелом інформації для здійснення аналізу кредиторської заборгованості слугують третій і четвертий розділи пасиву форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» підприємства, а також дані аналітичного обліку розрахунків із кредиторами. Для проведення аналізу кредиторської заборгованості застосовують такі методи аналізу: 1) горизонтальний аналіз – передбачає розрахунок абсолютних та відносних змін величин різних статей звітності за попередній або звітний період; 2) вертикальний аналіз полягає в розрахунку частки окремих складових фінансових показників та вплив кожної складової на результат загалом, тобто вивчення структури окремих показників на початок і кінець періоду; 3) факторний аналіз – допомагає виявити причини зміни абсолютних і відносних фінансових показників, передбачає розрахунок впливу факторів на зміну фінансового показника; 4) порівняльний аналіз базується на зіставленні значень окремих груп аналогічних показників; 5) коефіцієнтний аналіз застосовується для розрахунку рівня і динаміки відносних показників фінансового стану.

Також аналіз кредиторської заборгованості підприємства дає змогу: визначити зміну розміру боргових зобов'язань підприємства у порівнянні із початком року або іншого досліджуваного періоду; обчислити оптимальне співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості; визначити та оцінити ризик кредиторської заборгованості, її вплив на фінансовий стан підприємства, встановити допустимий рівень цього ризику та заходи щодо його зниження; знайти раціональне співвідношення між розміром кредиторської заборгованості і обсягом продажів, встановити доцільність збільшення реалізації продукції, товарів і послуг в кредит, визначити межі цінових знижок для прискорення оплати виставлених рахунків; прогнозувати стан боргових зобов'язань упродовж поточного року, що дасть змогу поліпшити фінансові результати діяльності. Оцінювання стану розрахунків із кредиторами проводять за допомогою розрахунку показників оборотності кредиторської заборгованості: 1) коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості (показує збільшення (зменшення) комерційного кредиту, який надається підприємству, та середній строк оборотності кредиторської заборгованості (відображає середній строк повернення боргів підприємства). Розраховується шляхом ділення суми закупівель для поточної діяльності підприємства у звітному періоді на середню кредиторську заборгованість постачальникам; 2) середньої тривалості погашення кредиторської заборгованості у днях, що була необхідною для розрахунків із кредиторами, які обслуговують поточну діяльність в частині придбання, розраховують діленням

кількості днів у календарному році на коефіцієнт оборотності.

Таким чином, необхідною умовою підтримки достатнього рівня ліквідності та платоспроможності підприємств є уміле й ефективне управління кредиторською заборгованістю.

Список використаних джерел

1. Морозова Г. С. Управління кредиторською заборгованістю в забезпеченні сталого розвитку сільськогосподарських підприємств. *Бізнес-навігатор*. 2019. Випуск 6 (55). С. 109-114.

2. Шарапа О. Особливості економічного аналізу кредиторської заборгованості підприємства. *Міжнародний науковий журнал*. 2016. Випуск 4. С. 91-101.

СУТЬ І ЗАВДАННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ

*Роман Є.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Пилипенко К. А.,
доктор економічних наук, професор*

Метою написання даної наукової роботи є розгляд методу фінансово-господарського контролю в розрізі проведення інвентаризації на підприємстві. Досліджено завдання та суть інвентаризації.

Інвентаризація – це перевірка і фіксація фактичної наявності майна підприємства і співставлення даних інвентаризації з бухгалтерським обліком.

Інвентаризація є одним із основних елементів методу бухгалтерського обліку. За допомогою неї підприємство має інформацію про достовірність облікових даних, відповідність фактичної наявності коштів. Але інвентаризація виконує важливу роль не тільки в наданні достовірної інформації про дані в бухгалтерському обліку, а є вагомим інструментом щодо контролю матеріальних цінностей підприємства. Інвентаризація дає змогу виявити певні відхилення, нестачу чи надлишок на підприємстві.

Вона проводиться шляхом перевірки фактичної наявності майна підприємства через: перерахування, опис, зважування, оцінки та вимірювання залишків, і звісно ж порівняння отриманих результатів з даними які занесенні до бухгалтерського обліку.

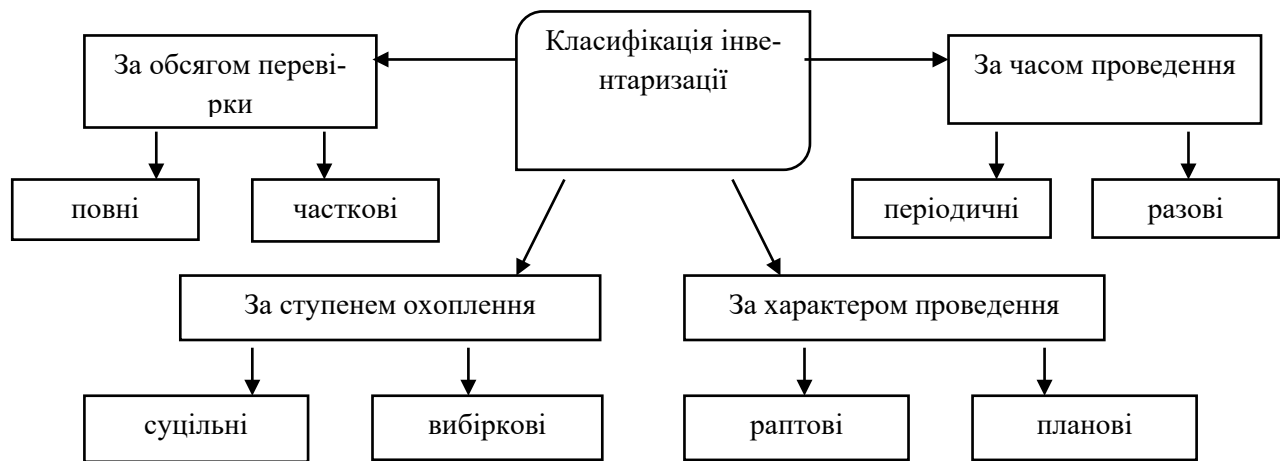


Рис. 1. Класифікація інвентаризації

Згідно із Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність" №996-XIV від 16 липня 1999 р. (стаття 10) підприємства для забезпечення достовірності даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності зобов'язані проводити інвентаризацію активів і зобов'язань, під час якої перевіряються і документально підтверджуються їх наявність, стан і оцінка.

За обсягом перевірки: повні (охоплюють усе майно підприємства та стан зобов'язань); часткові (охоплюють окремі види майна або зобов'язань).

За часом проведення: періодичні (проводяться з ініціативи власника постійно діючою комісією); разові (проводяться перед складанням річної фінансової звітності).

За ступенем охоплення: суцільні (перевіряється наявність абсолютно всіх матеріальних цінностей); вибіркові (перевіряється наявність окремих груп матеріальних цінностей).

За характером проведення: раптові (проводяться за рішенням керівника, власника, контролюючих органів); планові (місце та час проведення визначається за заздалегідь).

Інвентаризація виконує такі завдання як:

- встановлює нестачі, надлишки цінностей і їх відображення та регулювання в бухгалтерському обліку;
- виявляє матеріальні цінності, які втратили свою первину якість, застаріли чи не використовуються;
- контролює збереження матеріальних цінностей, грошових коштів чи розрахунків, а також дотримання правил та умов зберігання і експлуатації матеріальних цінностей;
- контролює реальні суми грошових коштів, які вказання у статтях бухгалтерського балансу [4].

Отже, як бачимо інвентаризація є важливим, обов'язковим і не обхідним елементом бухгалтерського обліку на підприємстві. Без неї керівники цього підприємства могли б отримували не своєчасну інформацію щодо можливих наприклад різниць у реальності і даних бухгалтерського обліку, чи втрати первинної якості матеріальних цінностей. Тому керівництво зацікавлене в прове-

денні інвентаризації.

Список використаних джерел:

1. Про Бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV // Все про бухгалтерський облік. 2006. № 27. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.
2. Бухгалтерський облік в Україні : навчальний посібник / за ред. Р.Л. Хом'яка, В. І. Лемішовського. 6-те вид., доп. і перероб. Львів: Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2007. 1200 с.
3. Швець В. Г. Теорія бухгалтерського обліку: Навчальний посібник. К.: Знання-Прес, 2013. 224 с. (Вища освіта ХХІ століття).
4. Пилипенко К. А. Ревізія, як складова форма контролю оборотних активів підприємства. *Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики* : матер. VI Всеукр. наук. – практ. конф. молодих вчених. (м. Полтава, 31 жовтня 2019 р). Полтава, 2019. С. 43 – 46.

ОБЛІК ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ РОСЛИННИЦТВА

Скрипак М. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Тютюнник С. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Для кожного аграрного підприємства біологічні активи є особливими об'єктами обліку, а ефективність їх використання впливає на зростання обсягів сільськогосподарської продукції.

Основними нормативними документами, що регулюють порядок здійснення господарських операцій на сільськогосподарських підприємствах, є: Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» [1] та Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів [2].

Згідно п. 4 НП(С)БО 30, поточні біологічні активи – це біологічні активи, здатні давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, приносити в інший спосіб економічні вигоди протягом періоду, що не перевищує дванадцяти місяців, а також тварини на вирощуванні та відгодівлі [1].

Для обліку наявності та руху поточних біологічних активів рослинництва призначений субрахунок 211 «Поточні біологічні активи рослинництва, які оцінені за справедливою вартістю» рахунку 21 «Поточні біологічні активи».

Аналітичний облік ведеться за видами (культурами) поточних біологічних активів рослинництва (посіви зернових, технічних, овочевих та інших).

За дебетом субрахунку 211 «Поточні біологічні активи рослинництва, які оцінені за справедливою вартістю» відображають надходження поточних біо-

логічних активів рослинництва за рахунок:

- безоплатного отримання;
- біологічних перетворень (оприбуткування за справедливою вартістю посівів зернових, технічних, овочевих, технічних та інших культур);
- отримання як внесок засновника (учасника) підприємства до його статутного капіталу;
- переоцінки на дату балансу;
- оприбуткування поточних біологічних активів, що раніше не були враховані на балансі (або їх надлишки, виявлені при інвентаризації).

За кредитом субрахунку 211 «Поточні біологічні активи рослинництва, які оцінені за справедливою вартістю» відображають вибуття поточних біологічних активів внаслідок:

- реалізації поточних біологічних активів і такого їх виду, як додаткові біологічні активи;
- списання з балансу поточних біологічних активів рослинництва на початок збирання врожаю, з віднесенням їх вартості на витрати виробництва.

Документування обліку поточних біологічних активів рослинництва відбувається за допомогою двох первинних документів: «Акт на оприбуткування поточних біологічних активів рослинництва, оцінених за справедливою вартістю» (ф. № ПБАСГ-1) та «Акт на списання поточних біологічних активів рослинництва, оцінених за справедливою вартістю (на початок збирання врожаю)» (ф. № ПБАСГ-2).

Відповідно до п. 11 НП(С)БО 30, поточні біологічні активи рослинництва визнаються і відображаються як незавершене виробництво. Усі витрати сільськогосподарського підприємства на вирощування поточних біологічних активів рослинництва (вартість насіння, зарплата з нарахуваннями працівників, послуги сторонніх організацій тощо) протягом звітного періоду враховуються за дебетом рахунку 23 «Виробництво».

Далі на дату балансу згідно із загальними вимогами (п. 10 НП(С)БО 30) їх слід оприбуткувати на субрахунок 211 «Поточні біологічні активи рослинництва, оцінені за справедливою вартістю» за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані в місці продажу витрати (Дебет рахунку 211 – Кредит рахунку 23). При цьому потрібно оформити Акт на оприбуткування поточних біологічних активів рослинництва, оцінених за справедливою вартістю (форма № ПБАСГ-1).

Якщо виявиться, що справедлива вартість:

- вища за витрати на вирощування, підприємство визнає доходи в сумі такого перевищення (Дебет рахунку 23 – Кредит рахунку 710);
- менша за витрати, підприємство визнає витрати в сумі такої різниці (Дебет рахунку 940 – Кредит рахунку 23).

Таким чином, на сучасному етапі розвитку сільського господарства і облікової науки важливим напрямком удосконалення обліку поточних біологічних активів рослинництва є організація всіх елементів облікового процесу (від оформлення первинної документації до складання фінансової звітності), відповідно до принципів, передбачених НП(С)БО 30, та їх органічне поєднання з ін-

шими напрямками обліку на підприємстві.

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи»: затверджене наказом Міністерства фінансів України від 18 листопада 2005 р. № 790. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05#Text> (дата звернення: 09.04.2021).
2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів: затверджені наказом Міністерства фінансів України від 29 грудня 2006 р. № 1315. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1315201-06#Text> (дата звернення: 09.04.2021).
3. Надходження поточних біологічних активів: облікові аспекти. URL: <https://uteka.ua/publication/agro-4-gospodarski-operacii-v-agro-sektori-35-nadkhodzhennya-potochnix-biologichnix-aktiviv-oblikovi-aspekti> (дата звернення: 09.04.2021).

ФУНКЦІЇ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ

*Таран А.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Пилипенко К. А.,
доктор економічних наук, професор*

Сучасний етап суспільного й економічного розвитку України потребує чіткої керованості процесів трансформування національної економіки. В умовах впровадження ринкових відносин важливо оптимально поєднати притаманні ринку регулятори економіки з усвідомленим, належно організованим управлінням господарством країни. Адже трансформація та розвиток економіки в Україні охоплює тією чи іншою мірою всі сфери діяльності суспільства. За умов загального занепаду та розбалансованості економіки, зростання тіньового капіталу в усіх сферах діяльності актуального значення набуває контроль як головний важіль забезпечення ефективної та законної діяльності будь-яких господарюючих суб'єктів [3].

Фінансово – господарський контроль (надалі – ФГК) означає, ретельну перевірку різних господарчих ситуацій з метою визначення законної діяльності та економічних дій [1].

При обґрунтуванні економічної суті контролю важливим є чітке розмежування його складових. По-перше, він виконує функції фінансового контролю і, по-друге, соціального, економічного та політичного управління.

Також однією з функцій ФГК повна перевірка порядку реалізації державного контролю в сфері політики, перевірка коштів на підприємствах, перевірка

обліку та звітності.

Також одним з видів контролю є інформаційний контроль, він потрібен для знаходження як позитивних так і негативних факторів в роботі. Такого роду перевірка є підставою для того щоб якісно та без різних зупинок та помилок міг реалізовуватися фінансовий контроль.

Метою самого контролю може бути розширення та покращення роботи на господарствах, частіше за все для кращої результативності робітників можуть мотивувати або відправляти для підвищення їх базових знань та вмінь.

Хочемо зазначити, що функції ФГК залежать від функції фінансового господарства які можна представити з декількох етапів:

Перший етап: Повне формування бюджету та ресурсів господарства.

Другий етап: знаходження нових інвестицій та нових проектів.

Третій етап: відтворення роботи з отриманими ресурсами та можливостями [3].

Фінансово-господарський контроль виконує такі основні функції: профілактичну, інформаційну і мобілізуючу.

У ринковому середовищі контролю підлягає вся господарсько-фінансова діяльність підприємства, що спонукає підприємців відповідально ставитися до виконання своїх обов'язків. З іншого боку, ліквідуються умови, які породжують безгосподарність. Контроль у цьому випадку покликаний виявляти подібні явища і сприяти їх ліквідації, реалізуючи при цьому профілактичну функцію.

Слід також зазначити, що у процесі контролю виявляють не тільки недоліки, а й позитивні сторони діяльності. Останні як передовий досвід можуть стати надбанням інших суб'єктів господарювання, завдяки чому реалізується мобілізуюча функція контролю.

Отже, контроль ділиться на такі функції:

- виконання законів та нормативних актів;
- ефективність та раціональність використання всіх ресурсів;
- представлення достовірної інформації щодо діяльності підприємства з метою управління.
- використання новітніх технологій та програмних продуктів у сфері обліку та контролю.

Отже, головним завданням ФГК є проведення повноцінних контрольних дій, ревізій та перевірок з метою досягнення прозорості в роботі з державними або навіть коштами підприємства щоб запобігти непередбачених ситуацій, також перевірка дотримання законів країни та внутрішніх законів (статуту) підприємства, або державної установи.

Після поглибленого опису та обговорення цієї теми можна зрозуміти те, що функції фінансово-господарського контролю полягає в тому що сам контроль відбувається для покращення продуктивності та позитивного результату, а сам результат відбувається завдяки постійному покращенню старань працівників котрі і формують стандарти відмінної праці господарства.

Список використаних джерел

1. Данілов О. Д., Паєнтко Т. В. Функції фінансових підприємств. URL: https://pidru4niki.com/1040051153065/finansii/funktsiyi_finansiv_pidpriyemstv.
2. Будна О. М. Перова О. М. Методичні аспекти фінансового стану підприємства. URL: <https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Visnyk/2015-2/99-107.pdf>.
3. Пилипенко К. А. Внутрішньогосподарський контроль в системі управління підприємством. *Актуальні аспекти розвитку підприємництва аграрної сфери: облік, аудит та оподаткування* : матер. Всеукр. наук.-практ. інтернет конф. молодих учених, викладачів та студентів, 18-19 жовтня 2012 р. Херсон : Грінь Д. С., 2012. С. 150 – 153.

МЕТОДИ ОБЛІКУ І КАЛЬКУЛЮВАННЯ ВИТРАТ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Фролов В. І.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Грибовська Ю. М.,
кандидат економічних наук, доцент

Основним призначенням калькулювання є формування інформації про витрати на одиницю їх носія, що необхідно для організації та управління бізнесом, контролю за рівнем витрат, визначення прибуткових, другорядних і збиткових сегментів діяльності [3].

Метою калькулювання є:

1. Оцінка випущеної готової продукції і напівфабрикатів власного виробництва, контроль за їх виробничою собівартістю з метою формування управлінської та фінансової звітності.
2. Підготовка інформації для прогнозування, планування, контролю за витратами, доходами та прибутком підприємства.

Простий спосіб обліку витрат застосовують насамперед у простих виробництвах, для яких характерно: об'єкт обліку витрат збігається з об'єктом калькуляції, тобто коли отримують тільки один вид продукції і відсутнє незавершене виробництво, невелика однорідна номенклатура продукції, що одержується в результаті кратного одноразового технологічного процесу.

При цьому методі витрати на виробництво ділять на вихід продукції. Якщо від одного виробництва отримали декілька видів основної продукції (пов'язану продукцію), то розподіл витрат за об'єктами калькуляції здійснюють, використовуючи метод реалізаційних цін або метод коефіцієнтів. У сільському господарстві цей спосіб застосовують в допоміжних виробництвах (водо-, електро-, газо-, теплопостачання та ін.).

Під час калькулювання собівартості методом реалізаційних цін уся про-

дукція оцінюється за цінами реалізації, а витрати на виробництво розподіляються за окремими об'єктами калькуляції пропорційно вартості продукції за цінами реалізації. Після встановлення розміру витрат за кожним об'єктом їх ділять на кількість одержуваної продукції. Цей метод калькуляції собівартості використовується під час обчислення собівартості з урахуванням якості [5].

Методи калькулювання собівартості продукції наведено в табл. 1.

При попроцесному калькулюванні центрами витрат виступають виробничі підрозділи або окремі виробничі процеси.

Попроцесний метод використовується в організаціях серійного або масового виробництва, як правило, з безперервним виробничим циклом. При цьому вироби одного виду проходять у заданій послідовності певні процеси, поки не будуть повністю завершені [4].

Попередільний метод використовується у галузях промисловості із серійним і потоковим виробництвом, коли однакові вироби проходять у певній послідовності через усі етапи виробництва (галузі нафтопереробної, бавовняної, хімічної, цементної, целюлознопаперової, металургійної промисловості). Об'єктом калькулювання є продукт кожного завершеного переділу.

Таблиця 1

Характеристика методів калькулювання собівартості продукції

Ознака	Методи калькулювання собівартості		
	попроцесний	попередільний	позамовний
1	2	3	4
Галузь	вугільна, гірничорудна, газова, нафтова,	серійне, потокове виробництво із застосуванням	одиничне виробництво, машинобудування.
	енергетика (масове виробництво)	фізикохімічних і хімічних методів переробки сировини	виробництво унікального або за спеціальним замовленням виробу
Ступінь складності технологічного процесу	найпростіший технологічний цикл	технологічний цикл складається з декількох послідовних технологічних стадій (переділів)	складний, як правило, технологічний процес, з неможливістю закріплення певних операцій і деталей за робочими місцями
Об'єкт обліку витрат	продукція (послуга), яка випускається на виході	переділ (окрема стадія технологічного виробництва)	окреме замовлення (продукція, послуга)
Об'єкт калькулювання витрат	продукція (послуга), яка випускається на виході	продукт кожного завершеного переділу (напівфабрикат або готова продукція)	окреме замовлення (продукція, послуга)
Кількість видів продукції	1 (2)	2 і більше	згідно замовлень
Наявність запасів напівфабрикатів	немає	+	-
Наявність готової продукції	немає (присутній в незначних кількостях)	+	-

Позамовний метод обліку витрат застосовують у виробництвах, де проду-

кція носить характер замовлень. Цей метод калькулювання зазвичай використовується під час виготовлення одиничних виробів або в дрібносерійних виробництвах. Він також характерний для організацій, що займаються наданням послуг або виконанням різних робіт.

Також виокремлюють «директ-костинг» – це система управлінського обліку, що базується на класифікації витрат на постійні і змінні та включає у себе облік і аналіз витрат за їх видами, місцями виникнення та носіями, а також облік фінансових результатів діяльності й прийняття оперативних управлінських рішень. Сутність системи полягає у віднесенні змінних витрат безпосередньо на продукцію, постійних – на рахунок фінансових результатів, тобто під час розрахунку собівартості продукції враховуються тільки змінні витрати, а постійні витрати вважаються витратами періоду і списуються на рахунки реалізації у повному обсязі [1; 2].

Система «директ-костинг» забезпечує:

- визначення форм залежності витрат від обсягів виробництва;
- отримання інформації про прибутки або збитки господарської діяльності залежно від обсягу виробництва і реалізації;
- оптимізацію товарного асортименту;
- розрахунок критичної точки обсягу реалізації;
- здійснення ефективної цінової політики;
- прогнозування поведінки витрат залежно від різних чинників;
- вирішення тактичних завдання управління підприємством.

Отже, процес визначення витрат і калькулювання собівартості окремих об'єктів залежить від професійного судження бухгалтера щодо чинників характерних для галузі та підприємства, що працює в конкретних умовах. Прийняття рішень і вибір методів калькулювання залишаються за управлінським персоналом та фіксуються в наказі про облікову політику.

Список використаних джерел

1. Бутинець Ф. Ф., Чижевська Л. В., Герасимчук Н. В. Бухгалтерський управлінський облік : навч. посібник. Житомир, 2008. 448 с.
2. Голов С. Ф. Управлінський облік : підручник. К. 2006. 704 с.
3. Зав'ялова Е. С. Облік витрат за центрами відповідальності. *Проблеми сучасної економіки*. 2014. № 18. С. 174-177.
4. Зав'ялова Е. С. Управління витратами в системі контролінгу на підприємствах АПК. *Наука і світ*. 2015. Т. 1. № 10 (14). С. 153-154.
5. Зав'ялова Е. С. Формування внутрішнього контролю в системі управління підприємствами АПК. *Актуальні питання сучасної науки*. 2014. № 2. С. 50-53.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

*Чухрай О. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Пилипенко К. А.,
доктор економічних наук, професор*

Господарська діяльність суб'єкта підприємництва аграрної сфери нерозривно пов'язана з понесенням витрат. Адже, витрати - це процес перетворення засобів, предметів праці та самої праці в нову продукцію. Вони займають вагомую частку доходу (виручки) від реалізації продукції, робіт та послуг фермерського господарства. Оскільки, метою діяльності фермера, як і будь-якого іншого суб'єкта підприємництва, є отримання прибутку, то облік витрат діяльності повинен бути організований таким чином, щоб забезпечити своєчасне документування, повне і достовірне відображення витрат в обліку та звітності, контроль за раціональним використанням активів господарства, а також повинен сприяти проведенню аналізу фактично понесених витрат з метою виявлення шляхів їх скорочення [4].

Фермерське господарство, керуючись нормами статті 28 Закону України «Про фермерське господарство», повинне з моменту його реєстрації вести бухгалтерський облік результатів діяльності, складати і подавати фінансову, статистичну та інші види звітності [1].

Керуючись законодавством фермер самостійно обирає форму обліку. Доходом є всі грошові надходження протягом звітного періоду (виручка від реалізації продукції (робіт, послуг), інші операційні доходи, надзвичайні доходи тощо). До складу витрат відносять матеріальні витрати, витрати на оплату праці та відрахування на соціальні заходи, амортизацію, інші операційні, звичайні та надзвичайні витрати [2 с. 72].

Основними обліковими документами, що акумулюють інформацію про витрати та доходи фермерського господарства за простою формою є Книга обліку доходів та витрат, а за спрощеною - Журнал реєстрації господарських операцій і Відомість обліку витрат. Записи до цих реєстрів здійснюються на підставі первинних документів без відображення зв'язку засобів та джерел їх утворення.

За простою формою витрати накопичуються в правій частині Книги обліку доходів та витрат за елементами (матеріальні, амортизація, податки та обов'язкові збори і платежі, інші та надзвичайні витрати), а доходи – в лівій.

Фінансовий результат визначають як різницю загальної суми доходів графі 10 Книги обліку доходів та витрат і уточненої суми витрат (графа 24).

За спрощеною формою до складу витрат у Відомості обліку витрат включають матеріальні витрати, розрахунки за виплатами найманим працівникам та відрахування на соціальні заходи, амортизацію, вартість робіт, послуг та інші витра-

ти пов'язані з процесом виробництва і управління господарством. Слід зауважити, що вартість придбаних чи виготовлених засобів в момент надходження (оприбуткування) є витратами виробництва та автоматично включається до складу виробничих витрат [4].

До складу витрат не включають вартість придбаних основних засобів та вартість запасів, що використані на будівництво основних засобів, закладку довгострокових біологічних активів рослинництва та формування довгострокових біологічних активів тваринництва [4].

Фактичну наявність залишків запасів встановлюють шляхом інвентаризації. За результатами якої на суму залишків готової продукції (в оцінці за справедливою вартістю) та незавершеного виробництва (за фактично понесеними витратами) збільшують доходи фермерського господарства, а на різницю виявлених (перехідних) залишків запасів (в оцінці згідно до П(С)БО 9 «Запаси» за меншою з оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації) уточнюють витрати діяльності [5].

Оскільки, фермерство – це діяльність в сфері сільського господарства, і в порівнянні з іншими галузями, найбільше пов'язана з ризиком, який залежить не тільки від матеріально-технічного забезпечення, досвідченості фермера, впливу ринку, а ще й природних умов. Тому бути привабливим, конкурентоздатним, особливо на шляху до вступу до СОТ, фермерство може за умови аналізу та планування результатів господарської діяльності, а це можливо за умови чіткого обліку доходів та витрат діяльності.

Отже, з метою удосконалення обліку витрат можна:

- операції, що пов'язані з нарахуванням та сплатою податків, зборів та обов'язкових платежів відображати протягом звітного періоду;
- суму залишків запасів включати до складу витрат діяльності протягом звітного періоду;
- за результатами інвентаризації по сумі виявлених залишків, в межах господарських операцій, проводити корегування доходів та витрати.

Список використаних джерел:

1. Про фермерське господарство: Закон України від 19.06.2003 року № 973-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15#Text> (дата звернення: 07.04.2021).
2. Кривоконь О. С. Організація обліку та контролю діяльності фермерських господарств [Монографія]. Вінниця: ПП Балук, 2008. 183 с.
3. Методичні рекомендації з організації і ведення бухгалтерського обліку в селянських (фермерських) господарствах: Наказ Мінагрополітики від 02.07.2001 року № 189. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0189555-01#Text>. (дата звернення: 07.04.2021).
4. Пилипенко К. А., Ліпський Р. В. Облік у фермерських господарствах : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2021.
5. Пилипенко К. А., Щербатюк С. Ю. Специфіка сільськогосподарських підприємств щодо обліку необоротних активів в Україні та Республіці Білорусь.

Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти : матер. III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 17-19 березня 2021 р. Ч. 1. Львів: ЛНАУ, 2021. С. 412-417. URL: https://fileview.fwdcdn.com/?url=https%3A%2F%2Fmail.ukr.net%2Fapi%2Fpublic%2Ffile_view%2Flist%3Ftoken%3Dpjh9tUHvKLI8dFzR_OM_E2tINCJO6Uar6CKRwFrpED1RzaeRA6hC3Ol880bkRphmr_Djv82DvxvVKwvgy5kMg1MA0ZrGlC_iRvP2TWE9NEA%253AA5638v9I5kcOrwKS%26r%3D1618395035711&default_mode=view&lang=uk#start=0.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Швед Д. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Тютюнник С. В.,
кандидат економічних наук, доцент*

На сучасному етапі розвитку ефективність функціонування підприємства значною мірою залежить від стану грошових потоків, оскільки саме вони визначають його ліквідність та платоспроможність. Основною метою управління грошовими потоками є забезпечення фінансової рівноваги підприємства в процесі його діяльності і розвитку шляхом балансування обсягів надходження і витрачання грошових коштів підприємства. Основними завданнями, що націлені на досягнення визначеної мети управління грошовими потоками підприємства, є [2]: обґрунтування джерел, обсягів і періодичності формування позитивних грошових потоків; визначення напрямів, обсягів, періодичності та пріоритетності витрачання коштів; забезпечення постійної платоспроможності та фінансової стійкості підприємства; підтримання належного рівня ділової активності підприємства; забезпечення достатності формування грошових потоків; максимізація чистого грошового потоку.

Для забезпечення ефективного управління грошовими потоками слід враховувати поділ останніх за ознакою спрямованості: позитивний (вхідний) грошовий потік, що характеризує сукупність надходжень коштів на підприємство від усіх видів господарських операцій; негативний (вихідний) грошовий потік, що характеризує сукупність витрачань коштів підприємством у процесі здійснення усіх видів його господарських операцій.

Характеризуючи ці види грошових потоків, варто звернути увагу на високий ступінь їхнього взаємозв'язку. Недостатність обсягів у часі одного з цих потоків зумовлює наступне скорочення обсягів іншого виду цих потоків. Управління грошовим потоком від операційної діяльності вирізняється певними особливостями, серед яких можна виокремити такі:

- операційний грошовий потік формується у результаті взаємодії великої кількості вхідних і вихідних грошових потоків, що визначає складну структуру інформаційної та методологічної підтримки управлінських фінансових рішень;
- операційний грошовий потік є основним джерелом покриття потреби підприємства в капіталі;
- управління операційними грошовими потоками характеризується необхідністю глибокої деталізації інформаційної бази управлінського і фінансового обліку й орієнтацією, переважно, на короткострокову перспективу;
- управління операційними грошовими потоками базується на використанні касових розривів, що формуються унаслідок розбіжності в строках генерування вихідних грошових потоків.

Оскільки операційна діяльність є головним джерелом прибутку, то, відповідно, повинна бути і головним джерелом надходження грошових коштів. Для підтримання належного рівня показників ліквідності та платоспроможності пропонується ввести управління матеріальними оборотними активами з метою оптимізації виробничих запасів, незавершеного виробництва та готової продукції. Оптимізація рівня запасів має вплинути на перерозподіл обігових коштів підприємства, в результаті чого очікується збільшення величини ліквідних грошових активів та зменшення величини неліквідних виробничих запасів. Оптимізація ліквідності та платоспроможності реалізується за допомогою оперативного механізму фінансової стабілізації – системи заходів, спрямованих, з одного боку, на зменшення фінансових зобов'язань, а з іншого – на збільшення грошових активів, що забезпечують їх виконання.

Для оперативного внутрішнього аналізу поточної платоспроможності, щоденного контролю за надходженням коштів від продажу продукції, погашення дебіторської заборгованості й інших надходжень, а також для контролю за виконанням платіжних зобов'язань перед постачальниками, банками та іншими кредиторами складається платіжний календар. Платіжний календар як ефективний інструмент оперативного управління його грошовими потоками дозволяє вирішити такі задачі [1]: звести прогностичні варіанти плану надходжень і витрат коштів («оптимістичний», «реалістичний», «песимістичний») до одного реального завдання щодо формування грошових потоків у рамках одного місяця; у максимально можливій мірі синхронізувати позитивний і негативний грошові потоки, підвищивши тим самим ефективність грошового обігу; забезпечити пріоритетність платежів підприємства за критерієм їхнього впливу на кінцеві результати його діяльності; досягти необхідної абсолютної ліквідності грошового потоку, тобто платоспроможності підприємства в короткостроковому періоді; включити управління грошовими потоками в систему оперативного контролінгу фінансово-господарської діяльності підприємства. Основною метою розроблення платіжного календаря є встановлення чітких термінів надходження коштів і платежів підприємства та їхнє доведення до конкретних виконавців у формі планових завдань.

Таким чином, оцінювання платоспроможності – невід'ємна частина фінансово-економічного аналізу діяльності суб'єкта господарювання. Стійкий рі-

вень платоспроможності підприємства залежить як від обґрунтованості стратегії розвитку, маркетингової політики, від внутрішніх можливостей ефективно використовувати всі існуючі в його розпорядженні ресурси, так і від зовнішніх умов, до числа яких відносяться податкова, кредитна, цінова політика держави та ринкова кон'юнктура.

Список використаних джерел

1. Подольська В. О., Яріш О. В. Фінансовий аналіз: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2007. 488 с.
2. Шик Л. М., Жердьова А. С. Проблеми управління грошовими потоками підприємства з метою забезпечення його платоспроможності. *Вісник Запорізького національного університету*. 2016. № 1. С. 161-167.

ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ВДОМА

*Бодня А. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Навчально-наукового інституту економіки,
управління, права та інформаційних технологій*

*Науковий керівник – Красота О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент*

Питання про вивчення англійської мови буде актуальним завжди, проте теперішні умови епідеміологічної ситуації в світі виключають можливість відвідування занять у звичайному порядку. Хоча, звісно, сьогодні складніше буде знайти освітні заклади, які не адаптувалися до дистанційного навчання, ніж ті що це зробили, але чи справді дистанційні заняття є єдиним способом отримання знань з іноземної мови в наш час? Звісно ні, тому ми і бажаємо розповісти вам про всі можливі варіанти вивчення англійської.

Однак розпочати хотілось би все ж з більш традиційних способів, таких як дистанційні заняття та відео-уроки. Зазвичай в закладах вищої освіти практикуються заняття по відео зв'язку. Дистанційне навчання в Полтавському державному аграрному університеті проводиться за допомогою таких платформ як: *Moodle, Google Meet, Zoom*. Також існує автоматизована система управління – АСУ, за допомогою якої здобувачі вищої освіти можуть дізнаватися розклад занять, та багато іншого. Насправді це досить непогана альтернатива класичним заняттям в аудиторії, хоча і з деякими нюансами. Відтак велику роль в такому форматі відіграє академічна доброчесність тому, що повного контролю над здобувачем вищої освіти немає і можна покладатися лише на його добросовісність. І зрозуміло, що окрім спрощеної можливості шахрайства, з онлайн формату впливають ще деякі «очікувані» недоліки, такі як відсутність живого спілкування чи інших елементів соціального контакту. Проте такий вид занять

зараз є найефективнішим.

Здається, якщо ми вже визначили найкращий спосіб навчання в даній ситуації, то навіщо розглядати інші способи? Відповідь буде доволі очевидною, процес відео-уроку потребує багато зусиль, проводиться лише у визначений день та час. А існують ще й способи навчання, які можна співвідносити навіть з відпочинком. Одним з таких способів є перегляд кінофільмів в оригіналі, англійською мовою. Даний метод насправді гарно працює, тому що ви чуєте як застосовуються слова в живій мові, а якщо вам ще й дійсно цікаво дивитися фільм, то ефективність збільшується ще в декілька разів. Для застосування цього методу необхідно вже мати непоганий рівень англійської, тому, якщо вам занадто складно можна використовувати субтитри (рекомендується використовувати субтитри на англійській мові, але якщо ви все одно не розумієте контексту, тоді почніть з українських) [3].

Останнім у списку, але не останнім за ефективністю способом вивчення англійської мови є спілкування з носіями. Ми поділимо цей метод на два типи: живе спілкування і онлайн спілкування. Оскільки в умовах карантину вільно виїхати закордон не видається можливим, розглянемо другий тип – онлайн спілкування. Для цього ми можемо використовувати спеціальні програми. Більшість з них є платними або їх безкоштовна версія є дуже обмеженою. Ми знайшли декілька додатків, умови використання яких є досить прийнятними.

Tandem. Проходження реєстрації в цій програмі доволі тривалий процес: ваша анкета може проходити перевірку строком до семи днів, після цього ви вказуєте свої інтереси та хобі, і на основі ваших відповідей буде підібрано співрозмовника вашого віку зі схожими інтересами, але який буде розмовляти англійською мовою. А далі ви можете листуватися, або навіть спілкуватися в реальному часі за допомогою відео-дзвінків, а, як ми знаємо, практика англійської мови є одним з найбільш ефективних способів її вивчення [1, 2].

Список використаних джерел

1. Tandem. URL: <https://www.tandem.net>.
2. Общение – лучший способ овладеть языком. URL: <https://www.tandem.net/ru/learn-english-online>.
3. 20+ фільмів для всіх рівнів англійської, які необхідно подивитися мовою оригіналу. url: <https://grade.ua/uk/blog/20-filmov-dlya-vseh-urovnej-anglijskogo-kotorye-prosto-neobhodimo-posmotret-v-originale/>.

BESONDERHEITEN DER WITZÜBERSETZUNG IN DER DEUTSCHEN SPRACHE

*Бойко Я. Е.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Воловик Л. Б.,
кандидат філологічних наук, доцент*

Es gibt ein Stereotyp, dass die Deutschen nicht scherzen können, und heute werden wir über Witze und Anekdoten auf Deutsch sprechen. Darüber hinaus führen Anekdoten die "lebendige" Sprache ein, die von gewöhnlichen Menschen gesprochen wird, nicht von Lehrbüchern. Nicola McLelland, Professorin für deutsche Linguistik an der Universität von Nottingham in England, glaubt, dass die Konstruktion und Wahrnehmung von Witzen in verschiedenen Kulturen davon abhängt, wie die Sprachen selbst angeordnet sind. McClelland erklärt, dass Humor normalerweise Mehrdeutigkeit, Mehrdeutigkeit eines Wortes oder eine Satzkonstruktion verwendet, die zusätzliche Bedeutung schafft. Dies ist es, was der im Witz beschriebenen Situation komische Elemente hinzufügt. Beispiel: Der englische Ausdruck "wir haben ihre Ente gesehen" hat zwei Bedeutungen: Entweder haben wir gesehen, dass eine Ente ihr gehört (Substantiv Ente), oder wir haben gesehen, wie sie sich bückte, um Gefahren zu vermeiden (das Verb Ente). Im Deutschen sind Phrasen jedoch anders aufgebaut. Ein Substantiv kann einer von drei verschiedenen Gattungen angehören und in einem von vier Fällen stehen. Die genaue Bedeutung des Satzes hängt von der richtigen Verwendung von Geschlecht und Groß- und Kleinschreibung ab, was letztendlich die Art und Weise beeinflusst, wie Deutsche scherzen. Man kann sagen, dass es schwieriger ist, auf Deutsch zu scherzen, weil die Grammatik dieser Sprache Präzision in der Äußerung voraussetzt. Es gibt jedoch etwas auf Deutsch, das nicht etwa ist auf Englisch: die Fähigkeit, Wörter zu kombinieren, um komplexe Substantive zu erstellen. Die deutsche Sprache ist eine der wenigen, die diese Fähigkeit besitzt. Ein Wort darin kann aus mehreren anderen Wörtern erstellt werden, zum Beispiel Schadenfreude, die Schaden (Schaden) und Freude (Vergnügen) kombiniert. Komplexe Substantive lassen sich oft nicht direkt in andere Sprachen übersetzen, sodass Witze, in denen solche Wörter verwendet werden, von denen, die kein Deutsch sprechen, einfach nicht verstanden werden. Im Allgemeinen führt die Fähigkeit der deutschen Sprache, Bedeutung genau auszudrücken, dazu, dass selbst diejenigen Deutschen, die ausgezeichnetes Englisch sprechen, werden von den Briten oft als zu spezifisch empfunden. Und das wiederum erweckt den Eindruck, dass die Deutschen ehrlich und ernst sind, aber sicherlich nicht lustig.

Die Ausstellung veranschaulicht in elf Themenräumen das ambivalente Verhältnis von Humor und Politik seit 1945 aus der historischen Perspektive. Nach dem Zweiten Weltkrieg erleben Kabarett und Satire in Deutschland eine Renaissance. Mit dem Kalten Krieg und der deutschen Teilung wird Humor auch

zum Instrument der Auseinandersetzung zwischen den Systemen. In der jungen Bundesrepublik gilt Satire bald als schick, die großen Kabarettensembles gewinnen über das Fernsehen große Popularität, auch der Karneval erreicht ein Millionenpublikum. Die Akteure achten Konventionen, respektieren sittliche wie religiöse Gefühle und vermeiden Tabubrüche. Erst seit den Studentenprotesten, die eine allgemeine Politisierung der Gesellschaft bewirken, nehmen Streitfälle zu. Unkonventionelle satirische Aktionsformen prägen fortan auch die Protestbewegungen in der Bundesrepublik.

In der DDR versucht das Regime die Satiriker auf den Kampf gegen äußere und innere "Feinde" sowie auf eine Unterstützung des "sozialistischen Aufbaus" zu verpflichten. Die Funktionäre trauen den Satirikern allerdings so wenig, dass sie ihnen den Zutritt zum Fernsehen weitgehend verweigern. Den Vorgaben entsprechend fällt die als "parteilich" belobigte Satire aus: Pressekarikaturen illustrieren bis zum Überdruß die politischen Richtlinien der SED und Kabarettnummern gleichen zuweilen Parteischulungen. Doch das Volk sucht nach Ventilen für seinen Unmut. Trotz strenger Kontrollen werden Kabarettbühnen und Karikaturenausstellungen vielfach zum Medium der Kritik, besonders gegen Ende der DDR. Noch deutlicher äußern sich jetzt die Protagonisten der oppositionellen und subkulturellen Szene: Mit der deutschen Einheit treffen zwei Gesellschaften mit unterschiedlichen Mentalitäten, Normen und Werten aufeinander. Rasch entstehen "Wessi"- und "Ossi"-Witze, die zumeist die negativ empfundenen Eigenarten des jeweils anderen Bevölkerungsteils kommentieren. Wichtiger ist jedoch ein tiefgreifender Wandel, der die Deutschen gemeinsam betrifft. In den 1990er Jahren führt das Privatfernsehen seinen Siegeszug fort und erreicht mit Comedy-Sendungen viele junge Zuschauer. Heute scheint das Unterhaltungsbedürfnis in der Medienwelt unbegrenzt und die Tendenz zur Enttabuisierung unumkehrbar. Doch seit den Reaktionen auf die "Mohammed-Karikaturen" im Jahr 2006 ist die "Spaßgesellschaft" mit neuen Tabus konfrontiert, deren Beachtung radikale Islamisten mit Gewalt einfordern.

Список використаних джерел

1. Braun P. Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache: Sprachvarietäten. Stuttgart-Berlin-Köln-Mainz: Kohlhammer, 2017.
2. Ehmann H. Voll konkret. Das neueste Lexikon der Jugendsprache. München: Verlag C.H. Beck, 2016.

СКЛАДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ АМАТОРСЬКОГО ТЕКСТУ

*Горбатко А. Б.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Навчально-наукового інституту економіки,
управління, права та інформаційних технологій*

*Науковий керівник – Красота О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент*

Кожна людина в своєму житті стикалася з перекладом. Зазвичай це був професійний переклад якоїсь книжки, пісні чи статті. Інколи люди читають пости іншомовних блогерів. Тоді використовується чи аматорський переклад самого читача, чи цифровий.

Але є такі тексти, від яких ламається не тільки машина, а й людина. Це граматично та лексично неправильно побудовані речення, діалоги та монологи, діалект та сленг, які вживаються недоречно щодо контексту. Ці тексти пишуть не тільки діти, що ледь почали вчитись, а й письменники (зазвичай початківці). При цьому вони самі можуть не помічати власних помилок або вперто ігнорувати зауваження. Але перекладач все бачить, і від цього йому не стає легше.

Обірвані речення, неправильно вживані “the”, “on”, “a” можуть стати справжньою проблемою при перекладі, бо кожна людина трактує написане через призму власного досвіду. Як сказала відеоблогерка Ю. Волкодав: “Письменник пише власну історію, а кожен читач, на тих самих буквах, бачить щось своє. І ось виходять водночас однакові, але такі різні книги”. І при адаптації тексту з однієї мови на іншу різниця стає надто явною.

Тому важливо, щоб перекладач мав перед собою граматично чистий словесний матеріал. А інакше можна загубити якусь важливу деталь, діалог перестане бути драматичним та впливати на взаємовідносини між персонажами, та й стиль автора може зникнути в нескінченних спробах виправити ситуацію з помилками. Але не слід забувати, що ніхто не застрахований ні від поганого перекладу, ні від якоїсь частини тексту, створеною видатною і розумною людиною, де не буде добре написаних речень.

Щоб отримати гарний переклад потрібен не тільки текст, що можна прочитати, а і досвідчений перекладач. Але досвід здобувається єдиним шляхом – тяжкою працею. З цього витікає ще одна проблема – де цю працю знайти? Далеко не всі видавництва готові взяти людину, яку потрібно навчати і давати досвід з нуля, на роботу, хоча б помічником перекладача. Тоді починається пошук того, що взагалі можна перекласти.

Найчастіше перекладають блоги, статті з різних галузей життя, пісні, відео та твори аматорів-письменників. Ці твори можна знайти на тематичних сайтах, де вони безкоштовно опубліковані (FanFiction, Quotev, Wattpad, AO3). І саме на цих сайтах пишуть ті, хто робить більше всього помилок.

Вважається, що перекладати такі твори негідно, низько та примітивно, бо

вони самі є такими. Ця робота йде “в стіл”, для досвіду. Майже ніхто не оцінить цього, якщо, звісно, не викладати переклад на російсько-український тематичний сайт (певна річ, з посиланням на першоджерело та погодженням автора). Але ті, хто хоча б раз в житті намагався адаптувати текст, знає, що це дуже важко. І діло не тільки в знанні мов, а й в умінні передати настрій, взаємозв’язок, потайні послання.

Навіть природу потрібно уміти описувати та підлаштовуватися під стиль оригіналу.

Але ні читачі, ні видавництво не можуть по праву оцінити старання перекладача, який намагається врятувати текст від “гарного” та “оригінального” лексичного і граматичного рішення автора. Це дуже суб’єктивна та кропітка робота, яка вимагає, в першу чергу, творчої віддачі.

Список використаних джерел

1. <https://www.youtube.com/watch?v=VD4dJQKzibE>.
2. <https://ficbook.net/readfic/7628335>.

ФІЛОСОФСЬКІ ОСНОВИ КАТЕГОРІЇ «НАЦІОНАЛІЗМ»

*Губаренко М. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету агротехнологій та екології*

*Науковий керівник – Шейко С. В.,
кандидат філософських наук, доцент*

Націоналізм як філософсько-історична категорія займає важливе місце в сучасній теорії та практиці національних і соціально-політичних відносин у суспільстві. Ця категорія відображає в собі об’єктивні процеси самоідентифікації нації, її походження та сучасний стан, визначає політичні, економічні, державні, соціокультурні та духовно-релігійні проблеми суспільного розвитку, що реалізуються у різноманітних формах соціально-історичної практики.

В історико-політичному процесі розвитку людства існує його постійна диференціація, виділення окремого в межах історичних спільнот. Національна самоідентифікація відбувається в основному на двох рівнях: етнічному та національному. В залежності від переваги якісних ознак лише одного з них, націоналізм проявляється як творчий, прогресивний, який здатний створити сприятливі умови суспільного поступу та руйнівний, агресивний, що спрямований на втілення переваг однієї нації над іншими.

Націоналізм як наукова категорія має свої змістовні витoki в політичній думці античної доби. Розуміння проблеми самоідентифікації етносів та ролі національного чинника в розвитку держави, культури, людини виявили Платон і Аристотель. Платон доводив, що існує різноманіття характерів людей та суспі-

льно-політичного ладу. Філософ-ідеаліст вважав, що «у різних людей, як правило, буває стільки ж видів духовної структури, скільки існує видів державного устрою» [1, с. 400]. Характер народу формується обставинами життя, тому необхідно дбати про створення найкращої форми держави, ідеальної за своєю сутністю. Аристотель розумів під категорією «характер індивіда» цілеспрямоване прагнення особи в засобах досягнення мети, а «характер народу», як реального суспільно-історичного явища, у втіленні стійкого державного правління [2, с. 379].

В епоху Відродження та Просвітництва проблеми націй, становлення національних держав стають найважливішими в філософії історії. Французькі просвітники XVIII ст. Вольтер, Дідро, Руссо, Монтеск'є, Гельвецій та німецькі філософи Гердер, Кант Фіхте, Гегель проблему національного державотворення переносять у систему раціоналістичних досліджень. Просвітники доводять, що кожна нація «від Бога», духовно-природного походження, самодостатня й неповторна. Для переважної більшості істориків та філософів головним формотворчим чинником постає природа в її історичному розвитку (Монтеск'є, Гельвецій, Руссо, Шеллінг). Це спонукає представників філософсько-історичних досліджень при визначенні націй та ідеології націоналізму спиратися на історичні факти, практичний досвід та проводити початкові теоретичні узагальнення.

Засновник німецького ідеалізму кінця XVIII ст. І. Кант вважав, що існує взаємодія природи та культури в процесі становлення національних особливостей народів. На його думку, існують доведені факти, коли цілі народи переселялися на нові місця з іншими кліматичними умовами та зберігали при цьому власну ідентичність. Це свідчення того, що сформований національний характер, духовно-раціональні засади людського життя відзначаються сталістю, незмінністю. Послідовник німецького ідеаліста Г. Гегель дотримувався думки, що національний характер є сталим утворенням. Особлива увага об'єктивного ідеаліста була прикута переважно до визначення категорії «всесвітньо-історичний народ».

Важливе значення щодо самопізнання, свободи волі людини, втілення принципів спорідненої праці, становлення соціальних верств, нації надає у своїй творчості український просвітник XVIII ст. Г. Сковорода. Головний обов'язок українського мислителя полягав у просвітленні свідомості та душі народу, вести його до справжнього щастя й добра, до єдності емоцій та інтелекту, гармонії в почуттях, усвідомлювати природний характер людини.

Філософсько-політичне осмислення проблем націоналізму відображено в творчості українського дослідника першої половини XX ст. Д. Донцова. Він був творцем концепції «інтегрального націоналізму». Донцов зауважував, що українська нація «занадто сильно зрослася із західною культурою, щоб із легким серцем кинутися в обійми азіатської деспотії». Донцов зазначав, що духовні передумови формування української національної свідомості тісно пов'язані з західноєвропейською культурою, сильним почуттям єдності народів, «могутнім потоком до індивідуалізації», духом активності, як характерних рис ментальності українського народу [3, с. 36].

Націоналізм, як історико-політичне явище ґрунтується на необхідності збереження національної самоідентифікації та співпраці з іншими націями в непростих умовах сучасних наднаціональних завдань виживання всього людства. Нормалізація та стабільність економічного розвитку держави, мінімізація соціальної напруги, побудова демократичного громадянського суспільства сприятимуть позитивному впливу націоналізму на удосконалення соціально-політичного життя.

Список використаних джерел

1. Антология мировой философии в четырех томах. Т. 1. Философия древности и средневековья. Ч. 1. Платон. Москва: «Мысль», 1969. С. 370–407.
2. Аристотель. Политика. Соч. в 4-х томах. Т. 4. Москва: «Мысль», 1983. С. 375–644.
3. Донцов Д. Історія розвитку української державної ідеї. К.: Знання, 1991. 48 с.

INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION: MÄNNERSPRACHE UND FRAUENSPRACHE

*Єфанов Д. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Воловик Л. Б.,
кандидат філологічних наук, доцент*

Die Geschlechter sind gleich, oder? Wenn du dir schon immer gedacht hast, dass das nicht sein kann, liegst du richtig. Es gibt leider mehr Unterschiede zwischen Männlein und Weiblein, als einem manchmal lieb wäre. Vor allem in der verwendeten Sprache unterscheiden sich die beiden Geschlechter am krassesten. Belehrungen, Informationen, Fakten, Wissen, Macht - dies sind negative Elemente männlichen Gesprächsverhaltens. Diese Attribute können sich flirtbehindernd auswirken. Wird eine Frau mit einem Übermaß solcher Aspekte konfrontiert, kann sich schnell eine Trotz-Haltung bei ihr entwickeln. Ein Beispiel hierfür wäre der Spruch „Gegen Schwangerschaft gibt es Pillen, gegen fehlende Leidenschaft mich!“. Solche Anmachsprüche stoßen meistens auf Widerwillen beim weiblichen Geschlecht. Aktivität, Initiative, Mut, Risikobereitschaft, Überzeugungskraft hingegen sind maskuline Eigenschaften, die durchaus einen Flirteffekt hervorbringen. Es ist die direkte Sprache, von der Frauen in ihrer aggressiven Kraft fasziniert und in ihrer Plumpheit und Rohheit abgestoßen werden! Deswegen findet man am besten einen Mittelweg [1, с. 28].

Der weibliche Kommunikationsstil ist geprägt von Vorsicht, Rücksichtnahme, Harmonie und einem großen Bedarf an vertrauensbildenden Signalen. Frau nimmt deswegen häufig Zuflucht in Ideen und Andeutungen von Vorschlägen, aus Angst

vor zuviel Direktheit und Zurückweisung. Ein Beispiel, das dir vielleicht bekannt vorkommt: Ein Pärchen geht spazieren und erblickt jemanden mit einem leckeren Eis. Sie sagt: „Das Eis sieht gut aus.“ Er pflichtet ihr bei. Doch was wollte sie eigentlich mit dem Satz aussagen? Na, kommst du drauf? Klar, sie hätte auch gern ein Eis, sagt es nur nicht, da sie Angst vor der Reaktion ihres Partners hat. Bräuchte sie natürlich nicht, aber Frauen sind in dieser Hinsicht einfach zurückhaltend. Der Konflikt könnte dadurch aufgelöst werden, dass der Mann in solchen Situationen sich angewöhnt, nachzufragen, ob sie das Eis nicht einfach haben möchte. Oder: Frauen sollten versuchen, einfach mehr ihre Wünsche zu äußern und nicht darauf hoffen, dass Männer (aufgrund ihrer Liebe zu ihr) ihre Gedanken erraten können. Das ist nur einfacher gesagt, als getan. Denn diese Verhaltensweise entspricht nun einmal eher dem weiblichen Charakter und sie zu durchbrechen kann sich als langer, steiniger Weg erweisen. Sie haben bestimmt gemerkt, dass es häufig zu Missverständnissen kommen kann, wenn Mann und Frau sich unterhalten. Reibungsverluste sind also vorprogrammiert. Aber Männer und Frauen können ohne weiteres voneinander lernen. Sie brauchen nur zu wissen, dass es ein geschlechtsspezifisches Sprachverhalten auch beim Flirt gibt. Allein das macht das gegenseitige Verstehen schon sehr viel leichter. Frauen und Männer begegnen der Welt auf eine unterschiedliche Art. Für Männer ist die Welt in eine soziale Hierarchie geordnet, in der jeder entweder eine unter- oder überlegene Rolle einnimmt. Gespräche stellen in dieser Welt ein Mittel dar, um sich eine gute Stellung in der Hierarchie zu sichern. Gespräche werden daher am ehesten als Verhandlungen wahrgenommen, „bei denen man die Oberhand gewinnen und behalten will und sich gegen andere verteidigt, die einen herabsetzen und herumschubsen wollen“ [2, c. 14]. Bei einem Grossteil des sozialen Austauschs von Männern geht es also darum, an Status zu gewinnen, die eigene Stellung zu sichern oder zu verbessern und darüber hinaus genau im Blick zu behalten, welchen Rang die anderen Gruppenmitglieder gerade bekleiden. Denn je höher der soziale Rang ist, desto besser sind die Überlebenschancen [2, c. 15].

Wer fähig ist, das Hierarchiesystem in einer sozialen Gruppe zu durchschauen, kann sich erfolgreicher behaupten. So gesehen kann man sagen, dass das Leben ein Wettkampf ist, „bei dem es um die Bewahrung von Unabhängigkeit und die Vermeidung von Niederlagen geht“ [3, c. 45]. Unabhängigkeit ist in der „Statuswelt“ ein Gradmesser, wie hoch der einzelne in der Hierarchie steht: Steht er am unteren Ende der Hackordnung, muss er eher Befehle entgegen nehmen, sich konform verhalten und ist daher unabhängig. Je höher der Status jedoch ist, umso mehr geht der Einzelne dazu über Befehle zu erteilen. Damit wächst seine Unabhängigkeit. Das Streben nach Unabhängigkeit hat deshalb immensen Wert in der „Statuswelt“. Um sich eine gute Stellung in der Hierarchie zu sichern und seine Unabhängigkeit zu bewahren, stellen Gespräche ein effizientes Mittel dar. Männer stellen zu diesem Zweck ihr Wissen und ihre Fähigkeiten zur Schau, glänzen mit sprachlichen Darbietungen wie Anekdoten, Witzen oder Informationen, um sich in den Mittelpunkt zu rücken. Diese Sprachmittel fasst Tannen“ [4, c. 63]. unter dem Stichwort „Berichtssprache“ zusammen.

Список використаних джерел

1. Faller, Adolf. Der Körper des Menschen. Einführung in Bau und Funktion. Stuttgart: Thieme Verlag, 2014.
2. Focks, Petra. Starke Mädchen, starke Jungs. Leitfaden für eine geschlechtsbewusste Pädagogik. Freiburg im Breisgau: Herder Verlag, 2016.
3. Gray, John. Männer sind anders. Frauen auch. München: Goldmann, 2017.
4. Gray, John. Mars & Venus im Büro. So verbessern Sie die Kommunikation mit Kollegen. München: Goldmann, 2013.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКСПРЕСИВНОЇ ЛЕКСИКИ В АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ

*Кишкар Є. М., Свічкарь С. М.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Сільчук О. В.,
кандидат педагогічних наук, доцент*

Реклама займає особливе місце в системі маркетингу. Часто її виділяють у самостійний напрямок, проте, як свідчить світова практика, найбільшій ефективності реклама набуває лише в комплексі маркетингу [3]. На думку Ф. Котлера поняття реклами являє собою неособисті форми комунікації, що здійснюються через платні засоби розповсюдження інформації з чітко вказаним джерелом фінансування.

Мета реклами – привернути увагу, викликати інтерес, передати споживачеві інформацію і змусити його діяти певним чином [3]. Тобто, тест реклами має передати інформацію споживачеві так, щоб він хотів придбати це. Також, важливою метою реклами – показати великий асортимент товару [1].

Особливу лексичну “нішу” в мові реклами займає експресивно забарвлена лексика. Експресивна лексика – це емоційно забарвлена сукупність виразів, спрямованих на передачу внутрішнього стану людини, яка говорить або пише [4].

Мета нашого дослідження – дослідити роль та значення експресивно забарвлених слів в англomовних рекламних текстах. Так, на сучасному етапі створення реклами найчастіше використовується розмовно-побутова лексика, як різновид експресивної лексики. Розмовна лексика характеризує явища побуту та надає мовленню невимушеності, а просторічні одиниці, що властиві неелітарному міському розмовному мовленню, завдяки своїй експресивності, слугують для пожвавлення тексту та встановлення контакту із середньо статистичним споживачем. Наприклад: *Some day I'm gonna (I am going to – я збираюся) be exactly like you, till then I know just what I'll do; Have it your way (по-своєму);*

Making friends (заводити друзів) you can believe in; Damn in! (блін); That's exactly, thanks (саме так, дякую); I'm starving (я дуже голодна); Grow

apple trees and honey bees and snow-white turtle doves (солодка парочка) [5, 6, 7].

Слід зауважити, що у текстах сучасної реклами використовується велика кількість нейтральних слів, які набувають позитивного чи негативного емоційного забарвлення, якщо їх вжито в переносному значенні. Наприклад: *You're grabbing from the magic on the ran* (ти отримувєш миттєве надзвичайне задоволення); *Guzzel down and taste the thrill of the day* (сніймати хвилю); *And feel the Pepsi way* (відчуйте смак Пєнци); *I'd like to buy the world a Coke and keep it company* (все що я хочу - це Кока-колу, і насолоджуватися нею у компанії друзів); *Someday my prince (принц) will come* [6, 7].

Творці реклами прагнуть максимально виділити свою продукцію, вразити та шокувати споживача оригінальними мовними знахідками. Таким чином в рекламних текстах побутують слова, яким властива емоційність, які називають різні почуття - радість, гнів, горе, захоплення, огиду; виражають якісну оцінку предметів та явищ. Такі слова містять емоційний елементує у своєму лексичному значенні. Наприклад: *You make feel my Barbie doll is really real* (справді реальна); *Barbie small* (маленька) *and so sweet* (така солоденька), *her clother and figure is sonant* (найвищий клас); *Bell is beautiful* (прекрасна); *Grow apple trees and honey bees* (медоносна бджола) *and snow-white* (білосніжний) *turtle doves; The real thing* (справжня річ) [5, 6, 7].

Отже, на основі аналізу щодо використання експресивної лексики в англomовних рекламних текстах, можна підсумувати, що особливою популярністю користується розмовно-побутова лексика, що виражає якісну оцінку предметів та явищ, й нейтральні слова вжиті в переносному значенні. Оскільки однією із важливих вимог до рекламної комунікації, є орієнтація на мовну й культурну компетенцію адресата, задля уникнення комунікаційної невдачі, в рекламних текстах в основному представлений розмовний тип спілкування.

Список використаних джерел

1. Комунікативні цілі та прагматика рекламного тексту : веб-сайт. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/4.4/17.pdf> (дата звернення: 13.04.2021).
2. Лексика рекламних текстів як вияв лінгвокультурної свідомості містян : веб-сайт. URL: http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2016/NV_2016_5-1/18.pdf (дата звернення: 13.04.2021).
3. Основи рекламної діяльності : веб-сайт. URL: <http://kerivnyk.info/osnovy-reklamnoi-diyalnosti1-1> (дата звернення: 13.04.2021).
4. Що таке експресивна лексика? Вживання і приклади експресивної лексики : веб-сайт. URL: <http://poradu.pp.ua/nauka/30211-scho-take-ekspresivna-leksika-vzhivannya-prikladi-ekspresivnoyi-leksiki.html> (дата звернення: 13.04.2021).
5. 1959 First EVER Barbie Commercial High Quaility HQ! : веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9hhjjhYGQtY> (дата звернення: 13.04.2021).
6. Coca-Cola, 1971 – ‘Hilltop’ | ‘I'd like to buy the world a Coke’ : веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1VM2eLhvsSM> (дата звернення: 13.04.2021).

13.04.2021).

7. Michael Jackson Pepsi Generation : веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=po0jY4WvCIc> (дата звернення: 13.04.2021).

PECULIARITIES OF USING IDIOMS IN A NOVEL

*Коваленко В. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Сільчук О. В.,
кандидат педагогічних наук, доцент*

Idioms are widely used in novels of American and British authors. They provide us with more exact understanding of character's feelings and points of view. No one book can do without using these specific verbal expressions, because they play a significant role in enrichment of speech.

First of all, it's necessary to say that an idiom is an established figurative expression, which can't be separated, because in most cases, such constructions are interpreted figuratively. The meaning of the whole expression is not determined by the meaning of the words included in it. For example: *to be in the same boat*. Literally it means: «to be in the same boat», but the meaning of the idiom is different: «to be in the same situation, to experience the same difficulties».

Speaking about usage idioms in books, there is a great example of well-known novel by Jane Austen «Pride and Prejudice» published in 1813. The story charts the emotional development of the protagonist, Elizabeth Bennet, who learns the error of making hasty judgments and comes to appreciate the difference between the superficial and the essential. The comedy of the writing lies in the depiction of manners, education, marriage, and money in the British Regency. Since its publication, many scholars have done numerous researches on this brilliant novel. The researches include the marriage in 18th century, the style of language in *Pride and Prejudice*, the social trend in 18th century and so on [2].

The novel is full of various word expressions and idioms, which are very important in English writing style and help to convey the atmosphere of everyday life in late 18th and early 19th century. Especially significant the fact that the novel is characterized by a predominantly artistic style of writing, that means the availability of diminutive vocabulary, such as adjectives, epithets and metaphors. All the expressions in the novel can be divided into groups.

1. Standardized word combination, such as «break the record» and «arm to the teeth». The meaning of the words is often easy to understand.

2. Phraseological unity, such as «walking on thin ice» and «kill two birds with one stone». The meanings of this kind of words are not simply the combination of all

words, but the extension on the basis of the literary meanings of the words.

3. Phrases of logical fusion, such as «apple of love» and «bury the hatch». One cannot understand the meaning of these words from their literary meanings.

4. Idioms between standardized word combination and phraseological unity, such as «fair-weather friend» and «the law of the jungle». In these words, a part retains its original meaning, another part's meaning is extended.

5. Idioms between phraseological unity and phrases fusion, such as «rain cats and dogs», which means «to rain very hard».

6. Idiomatic prepositional phrases and adverbial phrases, such as «due to» and «in vain».

7. Phrasal verbs, such as «bring about» and «add to».

8. Idiomatic linking verb phrase, such as «be proud of» and «be different from» [1].

There is another classification of idioms from these novel.

Literary phraseological turns that are used in the style of artistic literature in journalism, scientific and official-business styles, for example: to honor somebody's circumspection (pay tribute discretion), don't suit his fancy (dislike). Formally business and terminological phraseological units are usually neutral in terms of emotional. But in fiction and publicism many literary phraseological phrases have different emotional colors. A significant part of the book phraseological units characterized by the coloring of solemnity and rhetoric; ex: all attention to everybody (courtesy itself), a critical eye (critical gaze), to wit flowed long (give free run to witness).

Interstyle phraseological turns is used in all styles modern literary English. Interstyle ones include, for example, «It is a truth universally acknowledged» (everybody knows), «the secondhand intelligence» (second hand information), «to speak for themselves» etc. These idioms perform a nominative function and they do not express the speaker's attitude to designation of objects and their features.

Conversational phraseological turns include most of the phraseological unities and proverbs that were formed in the living folk speech. These phraseological turns have a pronounced expressiveness and the presence of metaphor, for example: Good Heaven! (God Great!), Good gracious! (Merciful God!), Somebody's favorite child (darling) and others. Conversational phraseological turns are counted in number of 138, which is 29% of the total amount of idioms [4].

To sum up, idioms help us to see the real feeling of characters, their daily life, form of communication. However, they are not taken word for word. To understand this layer of language, you need to familiarize yourself with the meaning and use of each specific idiom.

References

1. Classification of idioms in English : веб-сайт. ULR: https://www.researchgate.net/publication/About_the_Definition_Classification_and_Translation_Strategies_of_Idiomshttps://kopilkaurokov.ru/ (дата звернення: 14.04.2021).

2. Jane Austen. *Pride and Prejudice*. Published by Thomas Egerton. 1813.

3. Pride and Prejudice parallel translation into English : веб-сайт. ULR: <https://linguabooster.com/en/ru/books/pride-prejudice-24> (дата звернення: 14.04.2021).

4. Types of idioms : веб-сайт. ULR: http://lib.unipune.ac.in:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/8257/08_chapter2.pdf?sequence=8&isAllowed=y (дата звернення: 14.04.2021).

STILISTISCHE BESONDERHEITEN DER ARCHAISMEN IN DER DEUTSCHEN SPRACHE

*Лосєва А. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Воловик Л. Б.,
кандидат філологічних наук, доцент*

Das Studium der Sprache als dynamisches Phänomen und der Hauptmerkmale von Sprachänderungen ist ein wichtiger Bestandteil des Studiums der Formen der Sprachfunktion und ermöglicht eine umfassendere Beschreibung ihrer inhaltlichen Merkmale. Die heterogenen Arten von Evolutionsprozessen, die in der Sprache ablaufen, manifestieren sich am deutlichsten auf der lexikosemantischen Ebene.

In der gegenwärtigen Entwicklungsphase sowohl der deutschen als auch der nationalen Sprachwissenschaft erfolgt die Untersuchung lexikosemantischer Tendenzen der Sprachentwicklung durch die Analyse von Prozessen der Vokabularerneuerung und das allmähliche Verschwinden des aktiven Gebrauchs, dh durch die Untersuchung diachronisch markierter Einheiten, zu denen Neologismen und Archaismen gehören. Es ist anzumerken, dass das Thema der Analyse von Linguisten viel häufiger zu Neologismen geworden ist (D. Gerberg, OV Gorbach, GI Emirsuinova, MS Kovalchuk, NV Lyubchuk, LP Popko, NM M. Fursova et al.), Während das Phänomen der Archaisierung, insbesondere auf Deutsch, als weitgehend fragmentarisch angesehen wurde (D. Kerubim, Kl. D. Ludwig, T. Schippan, V. Fleischer usw.).

Archaismen (veralteter Name): ideologisch motivierte entgegengesetzte oder parallele Namen, die im Vokabular der DDR und Deutschlands existierten, einschließlich solcher im Bereich der alltäglichen Kommunikation. Die Lexeme dieser Gruppe sind Bezeichnungsnamen, die zur gemeinsamen soziokulturellen Realität der Muttersprachler im vereinten Deutschland gehören. Parallele Namen im gesellschaftspolitischen Vokabular enthielten in der Regel eine latente positive oder negative Bewertung, abhängig von der angegebenen Bezeichnung und der Position des Kommunikanten, den er in Bezug auf diese Bezeichnung einnahm. Die Schaffung eines einzigen Kommunikationsraums in den Jahren 1989-1990 führte zu einem Prozess der Desinonisierung - der allmählichen Verschiebung oder vollständigen Entfernung ostdeutscher Lexeme, die archaisch wurden, mit westdeutschen Äquivalenten.

ZB: der Betrieb - Unternehmen das Unternehmen, die Firma - Unternehmen, Firma; der Sekretär - Sekretär der Verwaltung - kaufmännischer Direktor; die Öffentlichkeitsarbeit - Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit Publik Relations (PR) - Öffentlichkeitsarbeit; der Kaderleiter der Personalchef - Leiter Personal und mehr. Der Desinonisierungsprozess wurde durch folgende Indikatoren bestimmt:

- a) eine thematische Gruppe, zu der der Token gehört;
- b) die Art der Kommunikationssituation (offizielle oder informelle Sendung);
- c) Alter der Kommunikanten. Ein territorialer Faktor ist ebenfalls relevant.

Der Ersatz ostdeutscher Token durch ihre westdeutschen Kollegen erfolgte hauptsächlich im Bereich des offiziellen Wortschatzes, in der professionellen Kommunikation verschiedener Bereiche. In beiden Fällen wurden beide Varianten eliminiert, stattdessen wurden neue Namen geschaffen: Deutsche Reichsbahn und Deutsche Bundesbahn (Bahnname in der DDR und in Deutschland) Deutsche Bahn AG (abgekürzt als DB, Deutschland).

Das wissenschaftlich interessanteste ist das Studium lexikalischer Archaismen und Historismen in der Fiktion. Hier wird ein solches Vokabular mit stilistischem Unterricht als Mittel des Erhabenen (poetische, gehobene und gespreizte Lexik) oder umgekehrt als leise Sprache verwendet; schafft gezielt historische und nationale Farbe; dient als Mittel der Ironie oder Satire. Auf diese Weise wird die emotionale Funktion der Sprache erfüllt, die ihre Manifestation von Vielfalt, Buntheit, nicht standardisiertem Ausdruck des Denkens und maximaler Natürlichkeit erfordert. Deshalb enthalten Wörterbücher neben diachroner Markierung auch häufig Hinweise zur stilistischen Belastung von Archaismen (sintemal - "veraltend, noch scherzhaft"; Abhub - "gehoben, veraltend"; Kerker - "veraltend, emotional negativ"). Die Verwendung von Archaismen durch den Schriftsteller erfordert, dass er sich historisch bewusst ist, da die schlecht beratene Verwendung veralteter Vokabeln zu einem literarischen Fehler führen kann, der sich im Anachronismus manifestiert (ein Phänomen, wenn der Autor ein Vokabular verwendet, das für die von ihm beschriebene Zeit unangemessen ist).

Forschung auf diesem Gebiet ist in der modernen Linguistik nicht neu. Zu den Linguisten, die sich mit diesem Thema befasst haben, gehören V. Fleischer, Z. Gross, T. Schippan und andere. Ihre Verfeinerungen beschränken sich jedoch hauptsächlich auf eine kurze Liste möglicher Funktionen eines veralteten und historischen Vokabulars, das es in der Literatur ausführt. und die angegebenen Beispiele sind das Ergebnis einer Analyse einzelner Passagen aus klassischen Werken des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts.

Список використаних джерел

1. Fleischer W. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. VEB Bibliographisches Institut Leipzig, 2007. 327 S.
2. Portjanikow V. A. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. Нижний Новгород, 2001. 92 с.
3. Schippan T. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. VEB Bibliographisches Institut Leipzig, 2010. 307 S.

ЗНАЧЕННЯ НАУКОВИХ ШКІЛ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГО-

ТОВКИ ГЕНЕТИКІВ-СЕЛЕКЦІОНЕРІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

*Макаова Б. Є.,
здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії
факультету агротехнологій та екології*

*Науковий керівник – Ільченко А. М.,
кандидат педагогічних наук, доцент*

Однією з провідних форм організації підготовки здобувачів вищої освіти за освітньо-науковими програмами ступеня доктора філософії була й залишається наукова школа. Адже саме наукові школи виступають осередками найбільшої концентрації творчої енергії й активного впливу на формування особистості майбутнього науковця, здатного до критичного аналізу, оцінки та синтезу нових та складних ідей, спроможного розуміти особливості дослідницької галузі, майстерно володіти методологією наукових досліджень, демонструвати вміння започатковувати, планувати та реалізовувати ґрунтовані наукові розвідки, які б сприяли технологічному, суспільному чи культурному поступу в суспільстві, дотримуючись принципів академічної доброчесності [4].

У сучасних умовах наука в Україні розвивається не лише в науково-дослідних інститутах, але й у закладах вищої освіти. Кожен такий заклад має колектив науковців і наукових лідерів, які провадять наукову діяльність у певному напрямі й створюють наукову школу.

Наукова школа – це особливий феномен, пов'язаний з іншими науково-соціальними об'єднаннями, такими як інститут, лабораторія, кафедра; це не лише адміністративні одиниці на факультетах і в наукових підрозділах закладів вищої освіти. Будучи ядром наукового співтовариства, вони відіграють особливу роль у формуванні висококваліфікованих спеціалістів для держави і суспільства.

Термін «наукова школа» багатозначний. Аналіз літературних джерел показав, що він тлумачиться, як:

- формальне об'єднання, науково-освітня організація різного статусу (університет, кафедра, факультет, науково-дослідний інститут, лабораторія);
- дослідницький (творчий) колектив, який не обов'язково має формальну приналежність до будь-якого структурного підрозділу університету чи науково-дослідного інституту;
- напрям у науці, що об'єднав інтереси групи дослідників [1, 3].

У той же час окремі вчені сходяться на думці, що наукова школа – це спільнота дослідників, інтегрованих навколо вченого-генератора ідей, який володіє особливими науковими і, що також важливо, людськими якостями. Такий учений об'єднує групу соратників й учнів, які поділяють його наукові ідеї, загальні теоретичні принципи та методологію дослідження. Як правило, всі ці дослідники спільно виконують певну дослідницьку програму, розроблену і запропоновану даним вченим або очолюваної ним групою дослідників. У ході виконання наукової програми конкретного колективу йде інтенсивний обмін ідеями,

думками та результатами. Отже, одночасно з рішенням певної наукової задачі вчені обмінюються науковою інформацією, підвищують свою кваліфікаційну ерудицію.

Наукова школа за своєю суттю є ефективна модель освіти, стратегічною метою якої визначено: формування, збереження та передача наукових знань через покоління [3]. Важливою функцією наукових шкіл є турбота про наукову зміну, підготовку докторів філософії і докторів наук. Учений-керівник і його колеги прагнуть сформувати з числа дослідників (студентів, аспірантів, докторантів) наукових, а багато в чому й світоглядних однодумців. Отже, наукова школа при визначному вченому – це інтелектуальна, емоційно-ціннісна, неформальна, відкрита спільність учених різних статусів, які розробляють під керівництвом науковця-лідера певну дослідницьку програму.

На базі вітчизняних закладів вищої освіти функціонують такі селекційно-генетичні наукові школи: Полтавська державна аграрна академія – з селекції зернових культур (засновники М. Чекалін та В. Тищенко); Харківський національний аграрний університет імені В. Докучаєва – з селекції та генетики сільськогосподарських культур (засновник В. Юр'єв); Уманський національний університет садівництва – з селекції, генетики та насінництва сільськогосподарських культур (засновник І. Чучмій); Національний університет біоресурсів і природокористування України – з селекції, насінництва польових та плодових культур (засновник М. Зеленський); школа академіка НАН та НААН України (засновник інституту агроєкології О. Созінов); Одеський державний аграрний університет – з селекції і насінництва (засновник В. Пильнєв); Білоцерківський національний аграрний університет – з селекції і насінництва картоплі та озимої пшениці (засновник М. Молоцький); Вінницький національний аграрний університет – з еколого-адаптивної селекції зернобобових культур (засновник В. Шерепітко); Львівський національний аграрний університет – з генетики, селекції і насінництва картоплі (засновник І. Нечипорчук); Херсонський державний аграрний університет – з селекції і генетики в рослинництві (засновник В. Базалій); селекції пшениці (засновник А. Орлюк); Сумський національний аграрний університет – із застосування і технологічних та селекційно-насінницьких засобів покращання виробництва для підвищення якості врожаю картоплі (засновник Н. Кожушко), предселекції та селекції картоплі (засновник А. Подгаєцький), виведення високоврожайних, скоростиглих сортів та гібридів соняшнику (засновник О. Жатов).

Дані науково-освітні школи покликані формувати майбутніх дослідників; доносити важливість експериментальної та наукової роботи. Їх діяльність дозволяє створювати певний напрям у науці, що виникає завдяки встановленню традицій, які охоплюють групу вчених і дослідницьких колективів.

Суттєвою ознакою селекційно-генетичних наукових шкіл при закладах вищої освіти є те, що в рамках школи одночасно вирішуються такі завдання: розробка та захист наукових ідей; комплексне та колективне виконання важливого завдання, недоступного для вирішення одним вченим і підготовка молодих вчених.

Таким чином, наукові школи у закладах вищої освіти відіграють важливу роль у педагогічному та науково-освітньому процесі, професійній та науковій підготовці вчених. Молоді науковці повинні з самого початку свого наукового шляху приєднатися до наукової школи, визначити і затвердити тему дисертаційного дослідження, проводити власне дослідження у взаємодії з іншими, більш досвідченими, науковцями. У результаті здобувачі вищої освіти ступеня доктора філософії зроблять вагомий внесок у діяльність наукової школи і одночасно будуть використовувати потенціал наукової школи для власного розвитку, самовдосконалення.

Список використаних джерел

1. Зербіно Д. Д. Наукова школа : лідер і учні (наукова концепція). Львів : Євросвіт, 2001. 208 с.
2. Грезнева О. Ю. Научные школы (педагогический аспект). М. : РАО, 2003. 69 с.
3. Надвинична Т. Розвиток наукових шкіл як соціальна проблематика. *Соціальні інститути*. № 3, 2003. С. 114-122.
4. Панич О. Підготовка науковців : практики і проблеми. *Освіта.UA. Реформа вищої освіти*. URL: <https://osvita.ua/vnz/reform/58758/>.

ОСОБЛИВОСТІ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У СФЕРІ МЕНЕДЖМЕНТУ

*Малашенко А. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Навчально-наукового інституту економіки,
управління, права та інформаційних технологій*

*Науковий керівник – Красота О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент*

Сфера економіки та менеджменту останніми роками інтенсивно розвивалися, а розширення зв'язків України із зарубіжними партнерами робить нагальною потребу у висококваліфікованих спеціалістах. Актуальною стає підготовка фахівців, які б володіли іноземною мовою та брали активну участь у діловому спілкуванні. Кваліфікований спеціаліст у сфері управління повинен володіти іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, обумовленої професійними потребами; одержувати новітню фахову інформацію через іноземні джерела; користуватися усним монологічним та діалогічним мовленням у межах побутової, суспільно-політичної, загальноекономічної та фахової тематики.

Отже, метою навчання іноземної мови фахівців у галузі менеджменту є формування необхідної комунікативної спроможності у сферах професійного та

ситуативного спілкування в усній і письмовій формах з іноземними колегами, розвиток комунікативних здібностей та підвищення загальної культури фахівця.

Незалежно від ступеня володіння менеджментом рідною та англійською мовами, від об'єму його фонових знань, він так чи інакше стикнеться із певними проблемами при передачі термінів. Враховуючи це, спеціалісту потрібно вміти користуватись найрізноманітнішими словниками, енциклопедіями та, звичайно ж, мережею Інтернет.

При перекладі вузькофахових текстів спочатку потрібно проаналізувати весь текст і лише після повного розуміння змісту починати переклад. Не потрібно покладатися лише на особисті знання у цій сфері.

Одним із найпростіших способів перекладу термінів менеджменту є транскрибування, тобто побуквенна чи пофонемна передача вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу. Запозичене слово стає фактом мови перекладу і вже як таке є еквівалентом ідентичного з ним іншомовного слова. Наприклад: *manager* – менеджер; *business-process* – бізнес-процес; *capital* – капітал; *check* – чек; *hedger* – хеджер; *hedging* – хеджинг; *acceptor* – акцептор; *outsourcing* – аутсорсинг [1, с. 2].

На думку В. Н. Комісарова, Ж. Дарбельнета та Ж. П. Віне, одним із основних прийомів прямого перекладу лексичних одиниць є калькування. Калькування допускає існування двосторонніх міжмовних відповідностей між елементарними лексичними одиницями, які і використовуються як «будівельний матеріал» для відтворення внутрішньої форми слова, яке перекладають. Наприклад: *natural monopoly* – натуральна монополія; *factors of production* – фактори виробництва; *investment company* – інвестиційна компанія; *limited liability* – обмежена відповідальність; *indirect tax* – непрямий податок; *basic earnings pershare* – базовий дохід на одну акцію; *revolving credit* – револьверний кредит; *industrial spiral* – інфляційна спіраль. Калькування зазвичай застосовується: 1) при передачі значення складних слів та термінів – словосполучень (*unitary board of directors* – унітарна рада директорів); 2) назв державних установ та громадських організацій (*Global Investment House* – Всесвітній інвестиційний дім) [1, с. 2].

Ще одним способом перекладу термінів менеджменту є описовий переклад, який полягає в передачі значення англійського слова за допомогою більш або менш розповсюдженого пояснення. Ця трансформація спрямовується на роз'яснення значення терміна. Так, наприклад: *accounts payable* – кошти, які компанія заборгувала за товари чи послуги; *arbitration* – метод врегулювання промислової суперечки, коли третя сторона надає обов'язкове рішення; *merger* – поєднання двох або більше фірм в одну; *debt financing* – фінансування шляхом залучення позикових коштів; *feather bedding* – вимога профспілки збільшити число зайнятих у певному виді робіт; *draw down* – отримання коштів від фінансових установ; *make-over* – робота, що підлягає переробці; *split-off* – створення нової компанії шляхом відділення від існуючої компанії та передачі їй частини активів [1, с. 3].

При передачі значення складних термінів спостерігаються варіантні відповідники, які обумовлені синонімією термінів. У такому випадку, англійські

терміни сфери менеджменту можуть мати два/три відповідника в українській мові. Для перекладу терміну такого типу можуть використовуватись декілька термінів, які є частковими або абсолютними синонімами. Виділяють наступні причини багатозначності терміна: 1) наявність термінів-синонімів, наприклад, *agreement* – угода, договір; *customer* – споживач, покупець, клієнт; *debt* – борг, заборгованість, зобов'язання; *repayment* – виплата, погашення; 2) наявність термінів із близьким значенням (часткові терміни), наприклад, *fluctuation* – вагання, зміна; *exchange rate fluctuations* – коливання валютного курсу; *foreign currency fluctuations* – коливання курсів іноземних валют; *market value fluctuations* – зміна ринкової вартості [1, с. 4].

В англomовних текстах та документах сфери менеджменту трапляється велика кількість абревіатур. Деякі складні терміни є досить громіздкими, тому вони потребують скорочення. При перекладі абревіатур сфери менеджменту не виникає суттєвих проблем. Термінологічні скорочення в англійській мові вимовляються як назви літер, що складають абревіатуру, або як слово, яке складається з цих літер. *Jsb* (*join tstock bank*) – акціонерний банк; *ins* (*insurance*) – страхування; *HDI* (*Human Development Index*) – індекс людського розвитку; *CD* (*Certificate of Deposit*) – депозитний вклад. Літерні термінологічні скорочення складають основну масу термінологічних скорочень [1, с. 4].

Отже, сьогодні володіння англійською мовою – це одна із ключових умов для здобуття якісної освіти, побудови успішної кар'єри, доступу до численних ресурсів інформації та кращого розуміння глобальних процесів. Володіючи англійською, людина отримує доступ до всіх важливих інформаційних ресурсів, як електронних, так і друкованих, оскільки майже всі книги і статті світового значення, або пишуться англійською, або ж перекладаються на англійську. Багато лінгвістів, спираючись на існуючі тенденції, приходять до висновку, що приблизно через сто років мовний бар'єр практично перестане існувати, майже всі люди будуть спілкуватися винятково англійською мовою. Тому, в епоху розвитку економічних відносин, потрібно вивчати, розвивати та підвищувати практичні знання міжнародної англійської мови в галузі професійної діяльності.

Список використаних джерел

1. <http://eprints.zu.edu.ua/18791/1/statya.pdf>.
2. Биконя О. П. Ділова англійська мова. Вінниця: Нова книга, 2010. 312 с.
3. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4.3/40.pdf>.
4. Циткіна Ф. О. Термінологія й переклад. Львів: ВЛІ, 2003. 187 с.

ОРЖИЦЬКИЙ РАЙОН У РОКИ ГОЛОДОМОРУ 1932–33 рр.

*Норка А. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Помаз Ю. В.,
кандидат історичних наук, доцент*

Голодомор 1932–1933 рр. забрав мільйони жителів України. У той час сильно постраждав майже кожен регіон. Не минули ці страшні роки й Оржицький район, який був офіційно віднесений до 6 із 12 районів області, де було найбільше випадків голодомору. Кожна сільська рада потерпала від цього. Місця поховання і точна кількість загиблих й до нині, нажаль, не відомі. Зокрема, за свідченням Національної Книги пам'яті жертв Голодомору у с. Онішки загинуло 34 особи. Місцевими краєзнавцями виявлено 18 осіб загиблих, з яких встановлено 15 імен [3]. 2008 р. в с. Онішки, поблизу смт. Оржиці, був встановлений пам'ятний знак жертвам Голодомору в пам'ять про жителів села, які стали жертвами Голодомору 1932–1933 рр.

Такого тяжкого життя українські селяни ще не знали за свою історію. Вони працювали тільки на потреби держави, самі ж отримували жалюгідну частку. Директиви радянського уряду набували нового змісту й сили, і якщо в 1930 р. йшлося про позбавлення селян землі й майна, то 1932–1933 рр. до селян, що зазнали колективізації, було застосовано терор голодом.

У межах виконання Державної програми обов'язкової хлібозаготівлі радянська влада прирекла людей на ще страшні фізичні та моральні тортури: випробування голодом, усвідомлення страждань рідних та близьких людей, мученицьку голодну смерть. Це явище, набувши всеукраїнського масштабу, стало найжахливішим випробуванням для української нації в ХХ ст.

Страшний Голодомор не оминув і с. Селецьке Оржицького району. Під час голодомору на селецькій землі померло від голоду майже 500 селечан (у Малоселецькому – понад 140 людей, у Великоселецькому – понад 340). На території Селецької сільської ради є дві братських могили. І на сьогодні постає одне з найважливіших питань для селечанської громади – гідне вшанування кожного односельця, цілих селечанських родин – чие майбутнє було закреслене 1932–33 рр. [2].

На вулицях всього Оржицького району лише за одну добу наприкінці березня 1932 р. було підібрано 1043 трупи. Більшість з них не мали при собі ніяких документів. Трупи вивозили за межі Оржицького району і, ймовірно, в районі місцевого смітника заривали, як тварин, без хрестів чи інших відзнак поховання. Замітаючи сліди свого злочину, керівники тогочасної держави наказали знищити документи, у яких фіксувалася смерть від голоду. Збереглися лише окремі «Книги реєстрації актів про смерть за 1932–1933 роки». Дуже рідко керівництво сільських рад вказувало таку очевидну причину смерті, як

голод. Найчастіше у графі «причина смерті» зустрічається запис «невідомо», інколи – «від недоїдання». А тим кому було за 60, записували, як правило, традиційне – «від старості».

До кожного села Оржицького району були прикріплені уповноважені по заготівлі, які ходили з активістами по селах та заходячи до кожної домівки вишукували залишки хліба. Все забиралося під чисту, особливо у кого була заборгованість по податках. Ні людські благання, ні сльози дітей і жінок не змушували їх схаменутись. Маленьких сиріт здавали в ясла, так як вони знали, що там діти будуть у безпеці та нагодовані. Багато жінок, не маючи чим годувати своїх дітей, відвозили їх у Лубни в приют й залишали там, щоб діти могли вижити.

У кінці зими – на початку весни 1933 р. від страшного голоду люди почали масово пухнути. За свідченням очевидців, ноги наливалися водою, лопалися, люди падали й вмирили прямо на дорозі. За зиму у жителів сіл активісти позабирали всі харчі, а нового врожаю ще не було. Оскільки їжі майже не було, люди ділилися між собою дуже рідко, проте у кого залишалася корова – давали по стакану молока маленьким дітям. Старшому населенню доводилося їсти собак, котів, горобців, мишей, жаб, дохлих коней, яких знаходили в скотомогильниках. Жахливі випадки людодства трапилися в с. Черевки Оржицького району: люди їли своїх дітей, свої пальці, оскільки взагалі не мали чим харчуватися. Не голодували тільки ті, які зуміли заховати продукти та ті, що працювали в колгоспі, начальство й активісти, які кожного дня забирали у людей продукти харчування. Тим селянам Оржицького району, які вступали до колгоспу, давали пайки – борошно, крупу. Поля та полгоспні комори здебільшого охороняли сторожі [1].

Основною причиною голодомору 1932–1933 рр. як у Оржицькому районі, так і по всій Україні було вилучення всіх їстівних запасів у господарствах селян-боржників, які не виконали план хлібозаготівель. Конфісковане продовольство не йшло в залік боргу, а було каральним засобом.

Отже, голодомор 1932–1933 рр. став страшною трагедією як для мешканців Оржицького району, так і всієї України, забрав багато людських життів й завдав непоправних втрат генофонду української нації, зламавши психіку цілого покоління людей. Кожен день люди жили в страхі й мріяли про закінчення тих страшних мук, які випали на їхню долю.

Список використаних джерел

1. Біль і пам'ять. Упорядники Андріяка В. Л., Сердюченко І. І. Полтава: ПП Шевченко Р. В., 2010. 240 с.
2. Федоренко К. А. Душі Селецької Вітчизна. СТОВ «Селецька», Видавництво «Артполіграфсервіс», 2008. 95 с.
3. Мокляк В. О., Фесик К. Б. Звід пам'яток історії та культури України : Полтавська область. Оржицький район. Видавництво ТОВ «АСМІ», 2015. 399 с.

СУЧАСНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

*Норка А. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Красота О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент*

Методи вивчення англійської мови постійно удосконалюються задля необхідності знайти та втілити у навчання найбільш ефективний спосіб навчання. Одним із напрямів методичного оновлення пар для студентів – це проводити їх на основі інтеграції навчального матеріалу з кількох дисциплін, об'єднаних однією темою [2]. Такий підхід дає можливість інформаційно збагачувати сприймання і мислення завдяки залученню цікавого матеріалу, який дає змогу з різних боків пізнавати різні поняття чи явища, а також досягти цілісності знань.

Інтегроване викладання матеріалу підвищує мотивацію навчання у студентів, завдяки цьому у них добре формуються уміння порівнювати, узагальнювати та робити висновки, розвивається мова для спілкування; вони не тільки поглиблюють уяву про дисципліну, але й розширюють власний світогляд, спонукають формуванню різнобічно, інтелектуально і гармонійно розвиненої особистості [1]. Новітня методика дає нам можливість широкого впровадження у навчальний процес нестандартних методів і форм роботи задля кращого свідомого засвоєння матеріалу. Під час практики було виявлено значну ефективність таких видів форм роботи, як: парна, індивідуальна, групова та робота в команді. Серед них найвідомішими є парна та групова роботи: читання зигзагом (jigsaw reading), внутрішні або зовнішні кола (inside /outside circles), проведення парних інтерв'ю (pair-interviews), обмін думками (think-pair-share), мозковий шторм (brain storm) та інші.

Сучасними методами навчання іноземних мов представлені розвитком і самовдосконаленням особистості, розкриттям її резервних можливостей та творчого потенціалу, створення передумов задля ефективного покращення навчального процесу у вищих навчальних закладах. Основними принципами новітніх методів є: цілеспрямованість та змістовність занять, їх спрямованість на досягнення соціальної взаємодії при наявності віри у викладача в успіх своїх учнів, рух від цілого до окремого, орієнтація занять на учня (learner-centered lessons), інтеграція мови та засвоєння її за допомогою знань із інших галузей наук. Є різні види даного напрямку в сучасній методиці, які мають різні назви, а саме: «Cognitive Academic Language Approach», «Content-Based ESL Program», «Whole Language Content Approach», «Co-operative Learning», «Cognitive Approach», «Interactive training» [4].

Найчастіше фундаментальна методика передбачає вивчення мови з основи саме для студентів-іноземців, так як їхній рівень володіння англійською

мовою дуже низький. Викладач змушений в першу чергу займатися такими традиційними аспектами, як формування граматичних навичок, постановка вимови, подолання мовного бар'єра, тобто тими факторами, які впливають на можливість спілкування іноземною мовою. Але якщо цілі класичного фундаментального підходу залишаються колишніми, то методи доводиться використовувати більш сучасні. Таким чином, соблива увага на заняттях повинна приділятися прослуховуванню аудіо та відео записів, розвитку навичок аудіювання, без яких повноцінне спілкування уявити неможливо.

Невелика кількість викладачів можуть запевняти, що добре володіють вищезгаданими компетентностями і маючи при цьому тільки базову освіту викладача англійської мови, так як їхні мовленнєві, мовні, та методичні компетенції змінюються і при цьому постійно розвиваються й удосконалюються. На сьогодні Міністерство освіти та науки України приділяє певну увагу до підвищення кваліфікації викладачів та їхньої мотивації до вивчення міжнародного досвіду, навчання на тренінгах із провідними методистами країн Євросоюзу та США, участі в міжнародних програмах та проєктах, отримання міжнародних сертифікатів, які підтверджують їхній рівень володіння англійською мовою (CAE, CPE, IELTS, TOEFL та ін.), європейськими методиками викладання мов (TKT, CELTA, DELTA та ін.). Тому із даною метою створили умови задля активної співпраці з міжнародними організаціями, такими як: Корпусом Миру США в Україні, Британською Радою, освітніми асоціаціями викладачів англійської мови із Великої Британії (IATEFL) і США (TESOL) тощо [3].

Традиційні навчальні матеріали підкріплюють електронними курсами або мультимедійними навчальними програмами, практикумами, які можна використовувати не тільки для роботи над мовним матеріалом, але й для розвитку основних різновидів мовленнєвої діяльності. Також вони дають можливість здійснювати текстовий, поточний та підсумковий контроль рівня мовної підготовки студентів. Завдяки цьому, посилюються ефективність і продуктивність вивчення іноземної мови, використовуючи сучасні технології навчання.

Список використаних джерел

1. https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=4870.
2. <http://foreignlanguages.karazin.ua/resources/3054fc973943d48b20fdbbf3ce04934a.pdf>.
3. <https://core.ac.uk/download/pdf/42975964.pdf>.
4. file:///C:/Users/Fujitsu/Downloads/629-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%B0%D1%82%D1%82%D1%96-628-1-10-20151106.pdf.

РОЗВИТОК КАРЛІВЩИНИ У ХІХ СТОЛІТТІ

*Оби́фіст В. Є.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Помаз Ю. В.,
кандидат історичних наук, доцент*

Як і всі інші населені пункти Карлівські землі мають власну історію свого утворення та розвитку. Розглянемо історичний розвиток вказаної місцевості в період ХІХ ст.

Із січня 1803 р. правителем Карлівських земель був Лев Кирилович Розумовський. Він почав будівництво дерев'яної церкви Варваринської в с. Варварівці. За часів діяльності Лева Розумовського було покладено початок розбудови промислових підприємств, переважно з переробки сільськогосподарської сировини. Так, у 1808 р. його зусиллями була заснована суконна мануфактура, яка в середині ХІХ ст. була найпродуктивнішою та найефективнішою серед подібних підприємств Полтавської губернії і добре відомою далеко за її межами. Вже у 1817 р. в Карлівці та в селах маєтку діяли: 4 винокурених заводи, воскопильний завод, селітряний та цегельний заводи, а також невеликі за обсягом продукції: полотняна фабрика, пивоварня, маслобійня та ін. [1]. Після смерті Лева Кириловича Розумовського його місце посіла дружина Марія Григорівна Розумовська.

На жаль, у середині ХІХ ст. Карлівщина характеризувалася убогим становищем селянства, застарілим технічним оснащенням, відсталими методами ведення господарства тощо. В результаті графиня М. Розумовська, не маючи з неї особливого зиску, маючи велику кількість боргів, 24 лютого 1849 р. продала свою величезну земельну ділянку разом з усіма пожитками, що на ній знаходилися великій княгині Олені Павлівні [1].

На момент придбання Оленою Павлівною карлівського маєтку його економічне становище перебувало в жахливому стані. На цій території були найродючіші ґрунти чорноземи, які на той час використовували неефективно. Під рілля було виділено 7633 дес., не рахуючи землі, наданої кріпакам на власні потреби. У власності маєтку для обробітку цього наділу не було навіть найелементарніших сільськогосподарських знарядь та волів – основної тягової сили.

Вже з 1 травня 1849 р. новим правителем було проголошено відомого українського історика, статистика та етнографа М. І. Арандаренка. У перші місяці господарювання він розробив масштабний проєкт реформування маєтку. Згідно з ним планувалося рільництво зробити провідною галуззю господарства, побудувати нові заводи (селітряний, цукровий, пивоварний, медоварний та 3 винокурних), провести оновлення у всіх сферах господарювання. Однак, складне становище маєтку, відсутність інвестицій у його розбудову та деякі інші причини спонукали М. І. Арандаренка у квітні 1851 р. звільнитися з посади.

Наступним правителем став К. Є. Енгельгардт, 1855 р. він склав план звільнення місцевих кріпаків, у якому окрім іншого, була висунута ідея необхідності викупу селянами поміщицької землі. Основним «ідеологом» даного проекту став М. О. Мілютін [1]. Його праці склали основу діяльності карлівського гуртка – неофіційного органу, який займався розробкою положення, котре кардинально реформувало сфери землеволодіння та селянських повинностей. Результатом довготривалої роботи карлівського гуртка, стало затверджене 1 лютого 1859 р. Олександром II «Положення для селян карлівського маєтку», котре вступило в закон 21 травня того ж року.

Реформа значно вплинула на економічний розвиток маєтку «Карлівка». Після укладення у 1863 р. викупних договорів та Селянської реформи 1861 р., загальна площа економії скоротилась. Весною 1859 р. у маєтку перейшли від відсталої відробіткової до прогресивної оброчної системи повинностей, що сприяло капіталізації виробничих відносин на Карлівщині. У 1850 р. Карлівські землі були поділені на 6 управительств, з часом їх кількість розширилася. На чолі кожного з них, окрім одного, стояв окремий управитель.

1860 р. був побудований ремонтно-механічний завод (нині – ПАТ Карлівський машинобудівний завод). Він мав німецьке обладнання, до того ж іноземні спеціалісти готували перших його робітників із числа місцевого населення, завідував майстернями німецький механік Роберт. Продукція, вироблена на заводі взагалі не збувалась за межами маєтку, тому що головною метою його діяльності було забезпечення внутрішніх потреб економії. До них належав ремонт та виготовлення найрізноманітніших сільськогосподарських знарядь та заводського устаткування, починаючи від плугів і закінчуючи паровими машинами. Окрім того, на початку XX ст. було опановано випуск локомотивів потужністю 30 кінських сил. Щорічно на утримання ремонтно-механічного заводу економія витрачала близько 28000 руб. Кількість робітників у другій половині XIX ст. була приблизно 65 чоловік [1].

1855 р. був збудований паровий млин, який спеціалізувався на переробці ярової та озимої пшениці. Вироблена продукція збувалась у Полтаві, Костянтинограді та сусідніх селах [1].

З 1897 році було виведено залізничну гілку Полтава-Костянтиноград, яка до Карлівки з боку Полтави була підведена на два роки раніше. Будівництво залізничної станції в Карлівці є заслугою герцогів Георгія та Михайла [Мекленбург-Стрелицьких](#) [2].

На початку 1873 року Карлівським маєтком володіла Велика Княгиня Катерина Михайлівна донька Великої Княгині Олени Павлівни. А з 1894-го по 1917 рік маєток перейшов у власність її нащадків герцогів Георгія Георгійовича Мекленбург-Стрелицького, Михайла Георгійовича Мекленбург-Стрелицького та їх сестри принцеси Олени Георгіївни Саксен-Альтенбурзької [2].

Отже, розвиток Карлівщини в період XIX ст. ознаменувався суттєвими соціально-економічними змінами, пов'язаними з утвердженням прогресивних на той час капіталістичних відносин.

Список використаних джерел

1. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Карлівка#Історія>.
2. <https://karlivka-mrada.gov.ua/istorichna-dovidka-14-25-36-27-04-2017/>.

СПРАВЕДЛИВІСТЬ У ПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ

*Оби́фіст В. Є.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Ільченко А. М.,
кандидат педагогічних наук, доцент*

Справедливість як етична категорія займає важливу роль у соціально- філософській правовій та політичній діяльності. Питання прав і свобод людини та «справедливості – несправедливості», зауважує З. Сіверс, історично виникли тоді, коли з'явилися проблеми правової організації суспільства для побудови справедливих суспільних відносин [5].

Феномен «справедливості» привертав увагу відомих мислителів ще з часів античності: Платона, Аристотеля, Сократа, Геракліта, Піфагора та інших. Одним із перших, кого зацікавило це питання, був давньогрецький філософ Платон. Усі свої думки щодо держави та місця справедливості у ній філософ висвітлив у власному творі «Держава», в якому пояснював, що держава зобов'язана будувати свою діяльність так, щоб весь лад її громадян був підконтрольний нормам і принципам, які випливають з ідей блага і справедливості. Справедливість у суспільному житті – це такий соціальний пристрій, при якому існує розумний поділ праці між станами, коли кожен може успішно займатися своєю справою при умові суворого й надійного правопорядку [2]. Він вважав, що дотримання принципів справедливості залежить від структури людської душі, що складається з частин: розумної, вольової і почуттєвої, кожній з яких відповідає своя чеснота. Крім того, Платон писав, що справедливість припускає визначену рівність.

Аристотель, під час своїх досліджень про соціальні та природні форми моралі й права, охарактеризував поняття «справедливості» як деяку рівномірність. На відміну від своїх попередників, філософ виділив два основних її види. Перший вид справедливості – зрівняльний – підходить до рівноправних людей з приводу предметів («рівним – за рівне»). Вона відноситься не безпосередньо до людей, а до їх дій, і вимагає рівності (еквівалентності) праці та оплати, цінності речей і їхньої ціни, шкоди та її компенсації. Відношення зрівняльної справедливості потребує участі, по меншій мірі, двох осіб [1]. Другий вид справедливості – розподільча – вимагає пропорційності у відношенні до людей відповідно тому чи іншому критерію («рівне – рівним, нерівне – нерівним», «кож-

ному своє»). Розподільча справедливість потребує участі, по меншій мірі, трьох людей, кожен з яких діє для досягнення однієї мети в рамках організованого суспільства. Один із них, той хто розподіляє, є «начальником» [1]. Філософ вперше виділив:

- політичну справедливість – можливість об'єднання у політичні спільноти й участь в управлінні державою;

- правову справедливість – особливі стосунки між вільними та рівними членами поліса, що включені в дві системи – вертикальну (поліс-громадянин – розподільча справедливість) і горизонтальну (між приватними особами – зрівняльна справедливість) [5, с. 34].

Філософ Сократ доводив, що справедливість тотожна закону. «Що законно, стверджував він, те й справедливо» [2]. Основною метою законів у державі є свобода громадян. Основою справедливості завжди мають бути знання, тому що лише освічені люди можуть надавати перевагу моральним принципам у власній поведінці. Правильні уявлення про значення справедливості у суспільному житті дають можливість людині доброчесно ставитися до інших.

З часом проблема справедливості набуває більшого інтересу в епоху Середньовіччя – в період, коли на суспільну свідомість людей почала впливати одна із найбільш поширених світових релігій – християнство, яке перетворило гнучкі ідеали античних філософів на легкозасвоювані догмати. Релігійні догми одночасно стали й політичними аксіомами, суть яких досить чітко визначив Аврелій Августин. Християнський богослов і філософ писав, що весь рід людський, життя якого від Адама до кінця цього віку є, так би мовити, життям однієї людини і визначається божими законами..., а керують ті, котрі піклуються, як чоловік – жінкою, батьки – дітьми, пани – рабами. Підкоряються ті, про кого дбають, як жінки – чоловікам, діти – батькам, раби – панам [4].

Праці Аврелія Августина і Фоми Аквінського стали основоположними при заснуванні християнських політичних теорій. А. Августин у своїх трактатах «Сповідь» і «Про град божий» поділився думками про значення Бога у житті кожної людини, розвитку держави тощо. Земний правопорядок світських держав, зазначає філософ, піддається впливу злих, демонічних сил. І продовжує, щоб зберегти людей від цього впливу, необхідно соціальне життя освятити ідеями вищої божої справедливості [4]. Фома Аквінський вважав, що політична влада в державі не завжди збігається з приписами Закону Божого, адже люди мають можливість заволодіти владою завдяки омані чи застосуванню сили. Єдиною, що відповідає заповітам Бога, зауважував систематизатор середньовічної схоластики, є церковна влада. Тільки завдяки її намаганням у суспільстві може бути встановлена справедливість, а «Святе Письмо» є важливим критерієм справжньої справедливості [4].

У період Нового часу відомі мислителі, учені, на основі результатів політичної діяльності своїх попередників, сформулювали нові ідеї стосовно ведення політики у державі. Одним з найяскравіших представників даного періоду є Томас Гоббс, який досліджував справедливість у контексті походження держави та механізму становлення політичного організму. У результаті було зробле-

но висновок, що у природному стані немає загальної влади, відповідно, немає і справедливості [3]. У розумінні Томаса Гоббса, «справедливість» – це незмінна свобода людини робити й отримувати усе те, чого вона потребує.

Джон Локк, англійський педагог і філософ, представник емпіризму та лібералізму, доводив, що люди повинні бути вільними. Для нього справедливість означає стан людини, під час якого вона почувається незалежною у своїх діях. На думку Джона Локка, держава створена для забезпечення свободи рівності та безпеки громадян, а закони гарантують дотримання принципів справедливості до кожної особи у процесі політичної діяльності.

Отже, здійснений теоретичний аналіз трьох історико-політичних періодів, показав, що у кожного із його представників сформувалися уявлення про феномен справедливості у процесі управління державою та її громадянами, які тісно пов'язані з конкретними політико-правовими настановами та принципами. Саме тому поняття «справедливості» є складовою політичної діяльності суспільства.

Список використаних джерел

1. Баранова Н. М. *Етика* : навч. посіб. Ніжин. держ. ун-т ім. Миколи Гоголя. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2015. 323 с.
2. Данильяк О. Г., Дзьобань О. П., Максимов С. І. *Філософія права* : підруч. для студ. юрид. вищ. навч. закл. / за ред. проф. О. Г. Данильяна. Харків : Право, 2009. 208 с.
3. Добош З. Справедливість у філософсько-правовій думці нового часу, 2016. С. 389–397. URL : <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/aug/5680/vnulpurn201685562.pdf>.
4. Кирилюк Ф. М., Конверський А. Є., Білик В. Ф. *Особливості політичної думки Середньовіччя*. Київ : Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2004. 697 с.
5. Сіверс З. Ф. Уявлення про справедливість як складова політико-правової свідомості особистості. *Юридична психологія* № 1. 2015. С. 32–42.

АНГЛІЙСЬКА МОВА ЯК ЗАСІБ МІЖНАРОДНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Панов Є. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Навчально-наукового інституту економіки,
управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Красота О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент

Сучасна доба світового розвитку характеризується надзвичайною активізацією інтеграційних процесів в усіх сферах міжнародної взаємодії. Мови міжнародного спілкування дають можливість людям з різних країн розуміти один одного, виконувати спільні завдання, ділитися знаннями. Зокрема англійська мо-

ва дозволяє людству розвивати технології, налагоджує комунікативні зв'язки між віддаленими точками світу, і сприяє підвищенню культурного рівня цілих країн. Повноцінний обмін інформацією у світі був би неможливий без міжнародної мови, що врешті-решт могло би призвести до катастроф світового масштабу.

За кількістю носіїв в світі і охопленням країн саме англійська мова перебуває на лідируючих позиціях. Такі позиції ця мова змогла посісти відносно недавно – за часів колонізації Сполучених Штатів, Індії, низки островів у Тихому океані, а також в Австралії та прилеглих архіпелагів. Завдяки цьому англійська як міжнародна мова стала сполучним мостом між країнами та континентами.

Крім історичних передумов, головними причинами того, що англійська проявила себе як міжнародна мова, стали:

- універсальність застосування – англійська однаково підходить для ведення справ, укладення угод і договорів, використання в побуті та спілкування в особистих цілях;

- відносна простота опанування порівняно з іншими мовами. Наприклад, для вивчення китайської доведеться витратити не менше 4–5 років і лише за перші два роки вивчити 1500 ієрогліфів;

- для європейців англійська набагато ближче, ніж мови чужих цій гілці груп;

- англійська стала головною мовою ІТ-сфери, сучасної культури та бізнесу.

В освітніх політиках багатьох країн світу знання англійської дедалі частіше відносять до базових. Володіти англійською означає те саме, що вміти користуватися комп'ютером, мобільним телефоном і керувати машиною. Яскравими прикладами є Китай і Південна Корея, де панує переконання, що національний розвиток залежить від володіння англійською.

Поширенню англійської сприяли також зміни у світовому геополітичному порядку, в якому мова була і залишається силовим фактором.

Сьогодні очевидно, що новий світовий лінгвістичний порядок уже визначає і надалі визначатиме глобальна англійська.

Список використаних джерел:

1. <https://englishprime.ua/uk/pochemu-anglijskij-mezhdunarodnyj-yazyk/>.
2. https://intrel.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/evrpol_2015_2_4_12.pdf.
3. <https://osvita.ua/languages/articles/6794/>.

АНГЛІЙСЬКІ НЕОЛОГІЗМИ У СФЕРІ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

*Перекопай Ю. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Сільчук О. В.,
кандидат педагогічних наук, доцент*

Проблема трактування терміну «неологізм» та шляхи виникнення, перекладу та функціонування цього феномену досліджують сучасні українські та іноземні науковці. Неологізм – слово або мовний зворот, створені для позначення нового предмета чи вираження нового поняття. Кожне нове слово, що постає у мові, спочатку являє собою неологізм, а набувши широкого вжитку, входить в активний словниковий склад мови, перестає бути неологізмом [3].

Комп'ютерний неологізм – це лінгвістичний термін, який стосується будь-якого нового слова чи сполучення слів, що з'явилися у лексичному складі мови на певному етапі її розвитку для позначення нового поняття у галузі інформаційно-комунікаційних технологій і новизна якого усвідомлюється мовцями [1].

Необхідно зазначити, що чисельні комп'ютерні інновації входять до складу англійської та української мов разом з розвитком науки і техніки. В умовах відсутності певного поняття для позначення явища або об'єкта, процес номінації відбувається двома шляхами: новий термін запозичується з іншої мови разом з асиміляцією явища або поняття; або номінація відбувається засобами, існуючими у мові.

Комп'ютерні неологізми використовують для позначення:

1) складових частин комп'ютеру, наприклад: *baroque hardware* (громіздке апаратне забезпечення), *steam-powered iron* (застаріле, але надійне обладнання), *tired iron* (застаріле обладнання);

2) програмних продуктів, комп'ютерних ігор, наприклад: *Microsoft Excel* (програмний продукт фірми Microsoft для роботи з електронними таблицями), *browser* (програма перегляду Web), *Microsoft Outlook* (програмний продукт фірми Microsoft для роботи з електронною поштою), *DOS Disk Operating System* (дисксова операційна система, ДОС), *FPS First Person Shooter* («шутер» з видом від першої особи), *TPS Third Person Shooter* («шутер» з видом з боку);

3) назв фірм, що випускають апаратне та програмне забезпечення для комп'ютерів, наприклад: *MicroSoft*, *IBM*, *Hewlett Packard*;

4) роботи з комп'ютером, невдач в роботі з комп'ютером, наприклад: *beam* (послати по електронній пошті), *bum* (доводити написану програму до докональності), *scrog* (зіпсувати, стерти інформацію), *send a message* – послати повідомлення, *disabled grovel* (виконувати дії уповільнено, але не втрачаючи працездатності), *barf* (видавати повідомлення про помилку), *glitch* («глючити», га-

льмувати), handshaking (ситуація успішного зв'язку між модемами), surf (перемищатися в Інтернеті), gun (відключити від мережі), download (переносити інформацію з мережі на свій комп'ютер), freak (підключитися до телефонних ліній), log (реєструвати, записувати, протоколювати);

5) користувача комп'ютера чи програміста, наприклад: programmer (програміст), softy (програміст), system jock (системний програміст), ironmonger («електронщик»), wirehead (користувач мережі), doco (людина, що пише документацію), netter, tourist (користувач Internet), flamer, pain in the net (конфліктний користувач мережі), bagbiter , lamer (нерозумний, безпомічний, безглуздий користувач), script kiddie (недосвідчений зломщик, що використовує для своєї діяльності готові програми), newbie, naïve user (початківець користувач у кіберпросторі, новачок), wizard (користувач , що розбирається в апаратному і програмному забезпеченні й допомагає новачкам), high -rez (спец), lord high fixer (головний фахівець), oldbie (старожил, давній користувач Мережі);

6) повідомлення, які видаються користувачеві комп'ютером, наприклад: Invalid Device, Can ' t open , system error;

7) абстрактні поняття, пов'язані зі світом Інтернету, наприклад: cybersickness (почуття хворобливості, викликане тривалим використанням Інтернету) [2].

Отже, інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій спричинив появу комп'ютерних неологізмів, а отже поповнення лексики. Мова на кожному етапі свого розвитку повинна відповідати потребам суспільства у спілкуванні та збагаченні культури народу.

Список використаних джерел

1. Богачик М. С. Комп'ютерні неологізми в сучасній англійській мові. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна. 2014. Вип. 43. С. 43-45.

2. Будко А. О. Поповнення словникового складу англійської мови неологізмами комп'ютерної тематик : веб-сайт. URL: http://www.confcontact.com/2013-nauka-v-informatsionnom-prostranstve/fl7_budko.htm (дата звернення: 14.04.2021).

3. Ганич Д. І, Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. Київ : Вища школа, 1985. 360 с.

АНГЛІЙСЬКА МОВА ЯК НЕОБХІДНИЙ СКЛАДНИК РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МІЖВУЗІВСЬКОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

*Пугачова К. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Навчально-наукового інституту економіки,
управління, права та інформаційних технологій*

*Науковий керівник – Матвієнко Л. Г.,
кандидат педагогічних наук*

Вивчення англійської мови в сучасному світі є одним із важливих складників у житті сучасної, успішної людини. Нова соціально-економічна і політична ситуація вимагає реалізації в суспільстві мовної політики у сфері іншомовної освіти, націленої на задоволення як громадських, так і особистих потреб по відношенню до іноземних мов [3]. З реалізацією нової мовної політики пов'язано створення гнучкої системи вибору мов і умов їх вивчення, а також варіативної системи форм і засобів навчання, що відображають сучасний стан теорії і практики навчання англійської мови. У зв'язку з цим вивчення англійської мови в системі вищої освіти набуло широких масштабів. Фахівці зі знанням англійської мови потрібні дедалі більшій кількості українських та міжнародних компаній і установ, і наявний попит на англійську мову на міжнародній арені породжує необхідність формування в системі підготовки спеціалістів з міжнародних відносин спеціальних курсів англійської мови, лінгвістичних центрів, дисциплін, спрямованих на адаптацію майбутніх фахівців в англomовному середовищі і формуванню іншомовної комунікативної компетенції.

У сучасній мовній політиці Європи особлива увага приділяється формуванню у її громадян соціально-комунікативних компетенцій, що дозволяють їм стати мобільними і конкурентоспроможними на європейському ринку праці. Як вважають розробники мовної політики Європейського Союзу (ЄС), знання іноземної мови (мов) в умовах безперервного та інтенсивного міжкультурної взаємодії є життєво необхідною компетенцією і допоможе зробити європейців більш цивілізованими і відкритими, а європейську економіку більш прозорою, легітимною [3].

Майбутній фахівець з міжнародних відносин є сполучною ланкою між різними країнами і частиною процесу інтернаціоналізації освіти. Інтернаціоналізація вищої освіти створює нові можливості, сприяє підвищенню доступності вищої освіти і її якості, впровадженню інноваційних методів роботи в системі вищої освіти [1]. Спираючись на досягнення міжнародного співробітництва, інтернаціоналізація, в свою чергу, сприяє його зміцненню. Інтернаціоналізація освіти переслідує різні цілі, серед яких: диверсифікація і зростання фінансових надходжень через залучення іноземних студентів на платне навчання; розширення навчальних планів і навчання своїх студентів в зарубіжних вузах-партнерах; розширення регіональної мережі вузу для ефективного використан-

ня своїх ресурсів; підвищення якості освіти та досліджень за рахунок участі студентів і викладачів у міжнародному процесі обміну знаннями тощо. Розвиток міжнародного міжвузівського співробітництва дозволяє організовувати спільні дослідницькі проекти, обмінні програми для студентів і викладачів, спеціальні програми для іноземних студентів.

У плані короткострокових програм академічної мобільності студенти можуть брати участь в культурних і мовних стажуваннях, практиках (мовні, навчальні, виробничі, переддипломні) в зарубіжних вузах та на іноземних підприємствах.

Освітні програми з англійської мови пропонуються або в системі додаткової освіти, або через наявні в вузі лінгвістичні центри. Їх основна мета - популяризація культури англomовних країни, вивчення їх економіки, політики, лінгвістичних проблем тощо. У такому центрі регулярно проводяться зустрічі з носіями мови, тематичні зустрічі, підготовлені студентами та викладачами, може працювати відеоклуб. Освітня діяльність центру пов'язана з підготовкою до міжнародних іспитів з іноземних мов, а переважна більшість мовних курсів реалізуються через систему додаткової освіти вузу.

Пропоновані вузами спеціалізовані курси та дисципліни відомі своїм ефективним викладанням іноземних мов з активним використанням комунікативної методики, яка в поєднанні з розмовною практикою допомагає слухачам виробити навички усного мовлення.

Внаслідок глобальних змін у сучасному суспільстві змінилася роль англійської мови в вищій освіті. З простого навчального предмета вона перетворилася в базовий елемент сучасної системи вищої освіти, в засіб досягнення професійної реалізації особистості.

Список використаних джерел

1. Мільруд Р. П., Максимова І. Р. Сучасні концептуальні принципи комунікативного навчання іноземної мови. *Іноземні мови в школі*. 2000. № 4. С. 14-19.
2. Балезін Д. Навіщо вивчати іноземні мови? 2007. URL: <http://www.yourfreedom.ru/zachem-izuchatinostrannye-yazyki/>.
3. Тілене Л. П. Додаткова лінгвістична освіту має розвиватися на якісно новому рівні. *Бос*. 2011. № 2. URL: <http://www.bossmag.ru/view.php?id=4915>.

EXPRESSIVE MEANS IN THE BIBLE

*Рибалко В. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Сільчук О. В.,
кандидат педагогічних наук, доцент*

The Bible has a powerful potential for a variety of studies. We are exploring the Bible as a source of linguistics. As it is known, the Bible is the sacred scriptures of Christians comprising the Old Testament and the New Testament [3].

S. Golovashchenko considers that the biblical texts use many expressive means of literature. Among them are tropical techniques – symbol, allegory, metaphor, metonymy, personification, synecdoche, hyperbole; stylistic devices – comparison, parallelism, inversion, polysyndeton, ellipse, rhetorical appeals, questions, exclamations; phonic techniques – alliteration, assonance, consonance (rhyme), poetic rhythm [1]:

– Allegories and metaphors, when one object is presented in the image of another or the properties of another are transferred to one phenomenon. «Benjamin shall ravine as a wolf: in the morning he shall devour the prey, and at night he shall divide the spoil» (Genesis 49:27). «Seek the Lord, and ye shall live; lest he break out like fire in the house of Joseph, and devour it, and there be none to quench it in Bethel» (Amos 5:6). «And the light shineth in darkness; and the darkness comprehended it not» (John 1:5). The people of Israel are spoken of as a vineyard (Isaiah 5). Jerusalem appears in the image of a woman («And the daughter of Zion is left as a cottage in a vineyard, as a lodge in a garden of cucumbers, as a besieged city», – Isaiah 1:8);

– Metonymy, allegorical «renaming», close to metaphor (for example, «Passover» can mean the Passover lamb («Then Moses called for all the elders of Israel, and said unto them, Draw out and take you a lamb according to your families, and kill the passover», – Ex. 12:21), «eyes» – the mind («The way of a fool is right in his own eyes: but he that hearkeneth unto counsel is wise», – Proverbs 12:15), «Moses» – the Law or all books Old Testament («And beginning at Moses and all the prophets, he expounded unto them in all the scriptures the things concerning himself», – Luke 24:27);

– Synecdoche, a kind of metonymy, when part means whole and vice versa, singular means plural and vice versa (for example, «If I whet my glittering sword, and mine hand take hold on judgment; I will render vengeance to mine enemies, and will reward them that hate me. I will make mine arrows drunk with blood, and my sword shall devour flesh; and that with the blood of the slain and of the captives, from the beginning of revenges upon the enemy», – Deuteronomy 32: 41–42; «And Jephthah judged Israel six years. Then died Jephthah the Gileadite, and was buried in one of the cities of Gilead», – Judges 12:7; «And it came to pass in those days, that there went out a decree from Caesar Augustus that all the world should be taxed», –

Luke 2:1;

– Personification used to increase the expressiveness of a text (e.g., «And the earth opened her mouth, and swallowed them up, and their houses, and all the men that appertained unto Korah, and all their goods», – Num. 16:32; «From the rising of the sun unto the going down of the same the LORD's name is to be praised. The LORD is high above all nations and his glory above the heavens», – Ps. 113:3–4; Lamentations 1: 1–2; «Take therefore no thought for the morrow: for the morrow shall take thought for the things of itself. Sufficient unto the day is the evil thereof», – Matt. 6:34; 23:37);

– Rhetorical questions, exclamations, appeals – a technique that emotionally reinforces the text (for example, «Give ear, O ye heavens, and I will speak; and hear, O earth, the words of my mouth», – Deuteronomy 32:1; Isa. 1:2, 10; Matt. 11:7–9; Rom. 6: 1–3);

– Hyperbole, exaggeration in order to enhance the expressiveness of the story; in the Bible they occur in the heroic age (e.g., Judges 15: 15–17), in the books of instruction and poetry (Job 30: 1–23), and in the Gospels in the preaching of Christ and in the language of the evangelists (e.g., Matt. 5: 29; 23:24; «It is easier for a camel to go through the eye of a needle, than for a rich man to enter into the kingdom of God», – Mark 10:25; «And there are also many other things which Jesus did, the which, if they should be written every one, I suppose that even the world itself could not contain the books that should be written. Amen», – John 21:25);

– Invectives – critical and polemical statements of ironic and satirical color, embedded mostly in the mouths of the prophets, Jesus Christ and directed against infidelity, idolatry (for example, «Run ye to and fro through the streets of Jerusalem, and see now, and know, and seek in the broad places thereof, if ye can find a man, if there be any that executeth judgment, that seeketh the truth; and I will pardon it», – Jer. 5: 1; Am. 4: 4; «Ephraim also is like a silly dove without heart: they call to Egypt, they go to Assyria», – Hos. 7:11;

– Sound imitation to enhance the impression (for example, «He saith among the trumpets, Ha, ha; and he smelleth the battle afar off, the thunder of the captains, and the shouting», – Job 39:25).

To sum up, the Bible opens the wide field of philological peculiarities to research. We have proved that Holy Scripture has so many expressive tools and techniques that contribute to linguistics.

Reverences

1. Головащенко С. Біблієзнавство. Вступний курс : навч. посібник. Київ: Либідь, 2001. С. 275-277.

2. The Kings Bible : веб-сайт. URL: <http://thekingsbible.com/> (дата звернення: 14.04.2021).

3. DEFINITION OF BIBLE BY MERRIAM-WEBSTER : ВЕБ-САЙТ. URL: [HTTPS://EN.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/BIBLE](https://en.wikipedia.org/wiki/Bible) (ДАТА ЗВЕРНЕННЯ: 14.04.2021).

ОРАТОРСЬКІ НАВИЧКИ МАЙБУТНЬОГО ЮРИСТА

*Романчук І. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
Навчально-наукового інституту економіки,
управління, права та інформаційних технологій*

*Науковий керівник – Дедушно А. В.,
кандидат філологічних наук*

Ораторські навички для майбутніх юристів мають дуже важливе значення при досягненні успіху у професійній діяльності. Сьогодні ораторське мистецтво входить до переліку дисциплін, що розвиває та формує загальну культуру майбутнього юриста, надає мисленню студента визначеності, конкретності, чіткості, послідовності; вимагає від нього максимального розвитку та використання своїх можливостей. Уміле володіння словом як універсальним інструментом мислення та переконання є важливим для багатьох сфер інтелектуальної діяльності, а в юриспруденції воно стає визначальною умовою професійного успіху та обов'язковим атрибутом образу розумного, кваліфікованого та компетентного фахівця.

Риторика виникла у Стародавній Греції як мистецтво читання судових промов. Знання риторики, красномовства розширює світогляд, формує методологічну культуру мислення та практичні дії майбутнього юриста, розвиває впевненість у собі, психологічну стійкість, навички спілкування, здатність зрозуміти співрозмовника, знайти з ним спільну мову, розкрити суть описуваних процесів та явищ, точно інтерпретувати їх, доступно, ясно, чітко, емоційно пояснити слухачам. Роль красномовства найбільш повно і всебічно проявляється в судових засіданнях. Це зумовлено багатьма факторами і, насамперед, метою виступу перед суддею представників будь-якої зі сторін, що беруть участь у судовому процесі: сторони обвинувачення, захисту, суддів, експертів, адвокатів. Отже, мова кожного, хто розмовляє в суді, орієнтована насамперед на розуміння предмета мови всіма, хто бере участь у судовому засіданні. Це повинно бути зрозуміло тим, кому воно адресовано, і тим, хто буде ухвалювати рішення щодо конкретної справи, яку розглядають. Кожне слово адвоката в судовому засіданні повинно бути зрозуміле слухачам саме так, як його розуміє сам оратор. До того ж мова адвоката повинна ясно, чітко і однозначно відображати подію, явище, процес із виділенням суттєвих ознак предмета мовлення. Отже, риторика – це наука про те, як переконувати та впливати на аудиторію з урахуванням її особливостей. Ця наука вивчає метод створення тексту, визначає його структуру, найбільш придатну для чіткого та аргументованого викладу думки [1].

Можна зазначити, що вивчення риторики дає змогу студентам розвивати чистоту та точність стилю, формує правильне мислення, знання та використання рідної мови в контексті вивчення юридичних дисциплін та їх застосування на практиці. До того ж розвиток та формування у майбутнього юриста умінь та навичок красномовства, необхідних для ефективної практичної роботи, дійсно

можливий під час вивчення ораторського мистецтва у вищих навчальних закладах на лекційних та практичних заняттях.

Про необхідність формування ораторських навичок у майбутніх юристів свідчить сучасна прецедентна практика. Зокрема, в документах та виступах адвокатів трапляються випадки неправильного вживання слів. Вивчення риторики відкриває студентам – майбутнім юристам багатство рідної мови, включає в них величезну кількість нових слів та їхніх значень, що дає змогу доступно і водночас чуттєво представити предмет мовлення. Багатство слів є необхідною умовою гарної композиції, а заняття риторикою формують у здобувачів вищої освіти навички та вміння вільно використовувати всі сучасні слова мови, зокрема спеціальні наукові та професійні поняття та категорії. Мистецтво мовлення в суді полягає у дотриманні доповідача трьох правил – це з'ясування справи, доказ вини чи невинуватості та засудження учасників процесу. Мова повинна бути чіткою, короткою, і це також мистецтво ораторського красномовства. Риторика для майбутніх юристів є предметом дослідження для найбільш успішних і результативних виступів у різних сферах юридичної діяльності. Це включає публічні виступи в суді, під час консультацій з клієнтами; ділові переговори та правила оформлення процесуальних документів. Судова мова як серія судових виступів покликана мати цілеспрямований та ефективний вплив на суд, сприяти формуванню переконань суддів та громадян, присутніх у залі суду. У судових промовах детально аналізуються фактичні матеріали, дані судово-медичної експертизи, всі аргументи «за» і «проти», показання свідків. З'ясувати, довести, переконати – це три взаємопов'язані цілі, що визначають зміст судового красномовства [2].

Отже, у судовому процесі переконливість мовлення адвоката залежить від системи комунікативних якостей його мови, найважливішими з яких є точність, щирість, актуальність, виразність, лаконічність при достатній тривалості, логічність та чіткість. Вплив кожної з цих комунікативних якостей на переконливість мови є системним, тобто кожна з них сприяє прояву інших комунікативних якостей та переконливості мовлення загалом. Усе це має формуватися під час навчання майбутніх юристів.

Список використаних джерел

1. Михалкин Н. В., Антошин С. С. Риторика для юристов: учебное пособие для вузов. Москва : Юрайт, 2012. 240 с.
2. Введенская Л. А., Павлова Л. Г. Риторика для юристов: учебное пособие для вузов. 7-е изд. Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. 568 с.

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ У ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ ВЕТЕРИНАРНИХ ДИСЦИПЛІН

*Сахарова О. Ю.,
здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії
факультету ветеринарної медицини*

*Науковий керівник – Ільченко А. М.,
кандидат педагогічних наук, доцент*

Інтерактивне навчання – це спеціальна форма організації пізнавальної діяльності, яка має конкретну, передбачувану мету – створити сприятливі умови для засвоєння загальних і фахових компетентностей, формування результатів навчання, коли кожен здобувач вищої освіти відчуває свою успішність та інтелектуальну спроможність [1]. Поняття «інтерактив» запозичене з англійської мови «interact», й означає: «inter» – взаємний, «act» – діяти. Таким чином, «інтерактивний» – здатний до взаємодії, діалогу. Відповідно, сутність інтерактивного навчання полягає у тому, що навчальний процес організований таким чином, що практично всі здобувачі вищої освіти академічної групи залучаються у процес пізнавальної діяльності і мають можливість розуміти й рефлексувати з приводу того, що вони знають і думають, кожен робить особливий індивідуальний внесок при обміні знаннями, ідеями, способами діяльності [3].

Важливою складовою у процесі професійної підготовки здобувачів вищої освіти освітньо-наукової програми ступеня доктора філософії є підготовка до запровадження інтерактивних методів навчання у майбутній викладацькій діяльності [5]. Нині у вищій школі переважно використовують такі інтерактивні методи, як: навчальні тренінги, ситуаційні задачі, майстер-класи, прес-конференції, кейс-методи, ігрове навчання, круглі столи, мультимедійні лекції та практичні заняття, електронні навчальні видання [4].

Ветеринарна наука об'єднує в собі декілька важливих видів дисциплін: анатомічно-фізіологічні, хірургічні та акушерські, мікробіологічні, клінічні, паразитологічні, ветеринарно-санітарні та інші. Їх вивчення потребує лише очних форм проведення навчання, таких як лекції, семінарські заняття, лабораторно-практичні заняття, експериментальні дослідження, гурткова робота [2]. Але на сучасному етапі становлення даної галузі стає зрозумілим, що традиційні методи навчання не задовольняють основні професійні вимоги до майбутнього фахівця ветеринарної медицини. Тому, інтерактивні методи навчання ветеринарних дисциплін поступово витісняють застарілі та неефективні методи подання інформації майбутнім ветлікарям, але при цьому зберегти традиційні вітчизняні методи організації навчального процесу, що мають однозначну перевагу над новітніми зарубіжними методами теж важливо [4].

Опитування здобувачів вищої освіти спеціальності «Ветеринарна медицина» показало, що більш ефективними при вивченні ветеринарних навчальних дисциплін є такі інтерактивні методи:

1) «рольова гра», метою якої є набуття професійних компетентностей через спеціально підібрані завдання, створення предметного і соціального змісту майбутньої професійної діяльності, моделювання системи взаємовідносин, характерних для даного виду праці. Так, цікавою практикою є проведення практичних занять з використанням рольових ігор, де викладач виступає у ролі господаря хворої тварини або робітника ферми, а здобувач вищої освіти грає роль лікаря ветеринарної медицини. Лише при грамотно поставлених питаннях та аналізі відповідей студент може отримати важливу зачіпку, що вкаже на правильний діагноз. На таких заняттях корисним є те, що викладач дає відповіді на питання не лише теоретичні, а й ділиться власним досвідом, відтворюючи цікаві приклади зі своєї практики;

2) «мозковий штурм» і «брейн-ринг», метою яких є сформулювати якомога більше ідей для вирішення професійного завдання протягом обмеженого періоду часу або підбір найоптимальніших рішень заданої проблеми. Використання цих інтерактивних методів дозволяє майбутньому спеціалісту навчитися раціонально використовувати робочий час, що є важливим при встановленні діагнозу чи виборі методу лікування тварин. Оскільки, від швидкості прийняття правильного рішення залежить не лише величина матеріальних збитків, коли, наприклад, на фермі захворіли продуктивні тварини, а й, іноді, життя тварини. Наприклад, коли у ході проведення чітко спланованої хірургічної операції можуть виникнути непередбачувані обставини, то швидке прийняття вірного рішення може зберегти життя пацієнта.

3) «обговорення в групах», метою якого є створення умов для стимулювання мисленнєвих операцій учасників у процесі обговорення та вироблення ідей, пов'язаних з вивченням певної теми. Робота ветеринара передбачає випадки, коли рішення мають прийматися колегіально. Наприклад, метод групового обговорення спірного випадку захворювання тварини, дозволяє на заняттях кожному здобувачу вищої освіти озвучити власну думку та вислухати міркування колег з приводу поставленої проблеми. Це сприяє набуттю необхідних навичок висловлювання та відстоювання своєї позиції, підсилює у студента відчуття власної значущості як спеціаліста, розвиває уміння коректно та чемно вносити та сприймати критику, не втрачаючи при цьому свій професіоналізм.

4) «кураторська робота з пацієнтом», метою якої є відповідний догляд за хворою твариною, формування розуміння створення для неї сприятливих умов утримання, дотримання відповідного раціону та дієти. Здобувачам вищої освіти, здебільшого попарно, доручають вести лікування хворої тварини, занотовуючи всю історію хвороби та видужання пацієнта. При цьому майбутні спеціалісти спілкуються з власником тварини, відточуючи навички професійної етики та проводять необхідні лікувальні маніпуляції, фіксуючи дані про стан тварини кожен день кураторства. Це дисциплінує студентів та формує у них розуміння відповідальності за стан та життя тварини, що занедужала. При даному методі навчання трапляються і трагічні випадки, коли пацієнта врятувати не вдається. Але, на жаль, такі ситуації є невід'ємними у практиці ветеринарного лікаря, який повинен бути морально готовим до будь-якого завершення хвороби тва-

рини, не втрачаючи професіоналізму. При захисті кураторських робіт з пацієнтом студенти доповідають про виконану ними роботу та одержаний результат, аналізують всі зібрані дані та роблять висновки. Обговорення різних конкретних клінічних випадків має повчальне значення не лише для кураторів тварин, а й для всіх студентів групи, адже цікаві випадки, що трапилися із товаришами-одногрупниками запам'ятовуються на все життя.

Отже, сьогодні випускники з дипломом лікаря ветеринарної медицини стикаються з жорсткими умовами конкуренції. Специфіка даної професії вимагає не тільки оволодіння теоретичними знаннями та практичними навичками, а й багатьма іншими рисами, що високо оцінюються як майбутніми роботодавцями, так і клієнтами-власниками тварин. Велику роль у процесі підготовки висококваліфікованого спеціаліста ветеринарної медицини відіграють саме інтерактивні методи навчання, що розвивають у майбутніх ветлікарів такі якості, як: вміння слухати і ставити правильні запитання; спостережливість та увага до деталей; відповідальність та турботливе ставлення до пацієнта; впевненість та співпраця; кмітливість та швидкість прийняття рішення.

У подальшій практиці молодого ветеринарного лікаря дані навички будуть відігравати важливу роль при створенні йому гарної репутації як спеціаліста серед клієнтів та колег, що забезпечить його затребуваність на ринку праці та гарантуватиме чудові перспективи кар'єрного зростання.

Список використаних джерел

1. Вербицкий А. Активные методы обучения в высшей школе : контекстный поход. М., 1989. 127 с.
2. Курман О. В., Скороходова І. Є. Сучасне викладання ветеринарних дисциплін в Липковатівському аграрному коледжі. *Проблеми зооінженерії та ветеринарної медицини*. 2017. Вип. 35 (2.1). С. 201–205.
3. Нові педагогічні та інформаційні технології в системі освіти / під ред. Е. С. Полат. М. : «Академія», 2000. С. 217–233.
4. Остапчук Д., Мирончук Н. Інтерактивні методи навчання у вищих навчальних закладах. *Модернізація вищої освіти в Україні та за кордоном* : збірник наукових праць / за заг. ред. д.п.н., проф. С. С. Вітвицької, к.п.н., доц. Н. М. Мирончук. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. С. 140–143.
5. Форми навчання в школі : кн. для вчителя / під ред. Ю. І. Мальованого. Київ : Освіта, 1992. С. 9–10.

ANGLIZISMEN UND JUGENDSPRACHE IN DER DEUTSCHEN SPRACHE

*Свічкарь С. М., Кушкар Є. М.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Воловик Л. Б.,
кандидат філологічних наук, доцент*

Aus etymologischer Sicht werden die Lexeme und Lexemverbindungen in Sprachebenen je nach ihrer Herkunft gegliedert. Diese Arbeit ist auf Anglizismen orientiert. Nach dem Duden – Deutsches Universalwörterbuch (2003:135) ist Anglizismus eine „Übertragung einer für das britische Englisch charakteristischen sprachlichen Erscheinung auf eine nicht englische Sprache“. Anglizismen werden dem Deutschen mehr oder weniger angepasst. In der Regel gilt aber Folgendes:

1. Substantive werden laut der deutschen Orthographie mit großen Anfangsbuchstaben geschrieben. Nach ihrer Endung, Semantik oder dem Genus des deutschen Äquivalents wird ein Genus zugeordnet.

2. Eingedeutschte Adjektive kongruieren in attributiver Funktion mit dem Bezugswort in Kasus, Numerus und Genus (cool; eine coole Sache; mit einer coolen Sache).

3. Verben nehmen das Infinitivsuffix - n an und können evtl. durch ein Präfix erweitert werden (einloggen). Yang (1990:9) gliedert Anglizismen in drei Typen teilweise auch nach ihrer Anpassung an das Deutsche:

1. Konventionalisierte Anglizismen. Konventionalisierte Anglizismen sind allgemein bekannt und üblich, d.h. sie bilden den passiven, bzw. auch aktiven Wortbestand des Muttersprachlers. In der phonologischen, orthographischen, morphologischen und syntaktischen Weise verhalten sie sich oft nicht als einheimische Wörter; trotzdem werden sie nicht als Fremdwörter empfangen. Als Beispiele sind Computer, Manager oder Jeans zu nennen. Sie bilden etwa 3% der Anglizismen in Deutschland.

2. Anglizismen im Konventionalisierungsprozess. Anglizismen im Konventionalisierungsprozess erscheinen den Muttersprachlern fremd. Ihre zukünftige Entwicklung hat zwei mögliche Enden: entweder werden sie zu konventionalisierten Anglizismen oder sie verschwinden aus dem Sprachgebrauch. Anglizismen im Konventionalisierungsprozess bilden etwa 16% der Anglizismen in Deutschland. Beispielsweise sind das Factory oder Gay.

3. Eigennamen, Verwandte und Zitatwörter. Eigennamen, Verwandte und Zitatwörter bilden 81% aller Anglizismen in Deutschland. Sie werden nur mit Referenz auf englischsprachige Länder gebraucht, z.B. High School, US-Army, Highway.

Anglizismen werden schon in allen Sprachbereichen benutzt; am häufigsten aber in folgenden.

Jugendsprache ist eine Gruppensprache, ein moderner Soziolekt, der der Jugend bestimmte Autonomie von dem dominanten Hochdeutsch bringt. Braun versteht sie als eine Varietät der Sondersprachen, zu denen „Sondergemeinschaften gehören, die mit Hilfe von Gruppensprachen eine Gruppenidentität schaffen und sich von anderen Gruppen abgrenzen wollen.“ Die Syntax bleibt aber - verglichen mit der Stan-

dardsprache - unverändert; es entwickelt sich nur das Lexikon. „Die Jugendsprache ist sehr bildlich, in ihrem Gebrauch beschränkt, von Ironie und Sarkasmus durchdrungen und besitzt viele emotionell gefärbte Synonyme.“ (Braun 1987:3, 7, 53). Beneke erklärt jedoch die Jugendsprache als eine sozial-gruppale Modifikation der Umgangssprache, weil „die Jugendsprache unter einem wirksamen Einfluss der anderen Sprachvarietäten steht, vor allem der Standard-, Umgangssprache und Dialekte.“ Besonderseng sei sie aber mit der Umgangssprache verbunden, weil beide inoffiziell, informell und vorwiegend mündlich verwendet werden (Beneke 1989: 2-20). Ehmann (2001: 13) gliedert die von der Jugend benutzten Lexeme und Lexemverbindungen nach ihrer strukturellen Form in:

- Bedeutungsverschiebungen bzw. -Veränderungen (schrill);
- Bedeutungserweiterungen (cool, Supporten);
- Bedeutungsverengungen (Looser, tricky);
- Wort Veränderungen ((grips) räven);
- Wortneuschöpfungen (prohlemono);
- klangliche Eindeutschungen (konnückten);
- Verbalisieren von Substantiven (midien);
- fremdsprachliche Anleihen (Supporter);
- Superlativierungen (Superbirne).

In der Bravo-Sprache überwiegen die fremdsprachlichen Anleihen, Superlativierungen, Bedeutungserweiterungen und -Verengungen; die letzten zwei Gruppen sind aber ohne Fachliteratur kaum zu identifizieren.

Список використаних джерел

1. Beneke, J. Die Stadtsprache Berlins im Denken und Handeln Jugendlicher. Berlin: Akademie der Wissenschaften, 2019.
2. Braun, P. Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache: Sprachvarietäten. Stuttgart-Berlin-Köln-Mainz: Kohlhammer, 2017.
3. Ehmann, H. Voll konkret. Das neueste Lexikon der Jugendsprache. München : Verlag C.H. Beck, 2016.

DEUTSCHE PHRASEOLOGISMEN: SEMANTISCHE BESONDERHEITEN, ÜBERSETZUNGSMETHODEN

*Тюріна К. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Воловик Л. Б.,
кандидат філологічних наук, доцент*

Der Phraseologismus ist eine stabile Phrase, deren Bedeutung nicht durch die Bedeutung der einzelnen Wörter bestimmt wird, aus denen dieser Ausdruck besteht. Eine Wissenschaft, die phrasenbezogene Einheiten untersucht, heißt *Phraseologie*.

Die struktur-semantische Klassifikation von Ausdruckseinheiten von Wissenschaftlern wie A. M. Iskoz und A. F. Lenkova ist meiner Meinung nach die am gründlichsten präsentierte Klassifikation in der modernen Ausdrucksweise der deutschen Sprache. Nach dieser Klassifizierung werden phrasenbezogene Einheiten der deutschen Sprache in folgende Gruppen unterteilt:

Wortpaare

Idiome

Geflügelte Ausdrücke

Sprichwörter [2, S. 24].

Wortpaare sind stabile Phrasen verstanden, die aus zwei Wörtern bestehen. Auf Deutsch sind Wortpaare als Ausdruckskombinationen üblich und charakteristisch. Beide Wörter beziehen sich auf solche Kombinationen, auf denselben Teil der Sprache, zum Beispiel:

schalten und walten (das Verb) – розпоряджатися;

fix und fertig (das Adverb) – бути повністю готовим.

In ihrer Struktur unterscheiden sie sich stark von anderen Gruppen von Ausdruckseinheiten. Die verbindende Komponente der häufigsten Wortpaare ist die Konjunktion 'und':

bei Nacht und Nebel – таємно;

weit und breit – і тут, і там;

Sitten und Brauchen – побут;

durch dick und dünn – усіма засобами.

Idiome in der deutschen Ausdrucksweise bilden die größte Gruppe stabiler Kombinationen und zeichnen sich durch Unveränderlichkeit, Bildsprache und Umdenken aus. In Idiome entspricht die Summe der Werte der Komponenten nicht dem allgemeinen Wert des Ausdrucks:

auf der Bärenhaut liegen – (досл. "лежати на ведмежій шкурі") – лінитися, байдикувати;

auf seinen fünf Augen beharren – (досл. "наполягати своїми п'ятьма очима") – вперто відстоювати своє яке-небудь безглузде твердження;

nicht auf den Kopf gefallen sein- (досл. "не на голову впасти") – бути кмітливим;

lange Beine haben – (досл. "мати довгі ноги") – довго тривати.

Geflügelte Ausdrücke sind eine besondere Art von stabilen Phrasen in der deutschen Sprache. Dazu gehören Aphorismen, Ausdrücke, Zitate, Aussagen von Schriftstellern, Wissenschaftlern, Politikern und Künstlern. Die Urheberschaft einzelner Ausdrücke geht mit der Zeit verloren, aber die geflügelten Ausdrücke selbst existieren weiterhin in der Sprache. A. Iskoz und A. Lenkova teilen geflügelte Ausdrücke nach ihrer Herkunft in sechs Gruppen ein: biblisch, mythologisch, volkstümlich, historisch, politisch, literarisch [2, S. 63].

in dem siebenten Himmel – на сьомому небі;

verbotene Frucht – заборонений плід;

die zehn Gebote – десять заповідей;

es klebt einem die Zunge am Gaumen – язик прилип до гортані;

im Schweiß deines Angesichts (sollst du dein Brot essen) – у поті чола свого (повинен ти добувати хліб свій) [1, S. 1256];

Achillesferse – ахіллесова п'ята;

eine Schlange am Busen nähren – пригріти змію на грудях.

Sprichwörter in verallgemeinerter Form geben die Eigenschaften von Menschen und Phänomenen an, geben ihnen eine Einschätzung oder schreiben eine Vorgehensweise vor:

Eine Regel ohne Ausnahme - кожне правило має своє виключення;

Ein Unglück kommt selten allein – як одна біда йде, то й другу за собою веде;

Vorsicht ist die Mutter der Porzellankiste- береженого Бог береже;

Würden sind Bürden – що буде, те й буде;

Trau, schau, wem – довіряй, але перевіряй;

Man soll den Tag nicht vor dem Abend loben – година вранці варта двох увечері.

Getroffene Hunde bellen – на злодію шапка горить.

Wir können daher den Schluss ziehen, dass die Besonderheit der Phraseologismen der deutschen Sprache darin besteht, dass sie vielfältig und zahlreich sind. Mit Hilfe von Idiom wie als mit Hilfe verschiedener Farbtöne wird der Informationsspekt der Sprache durch eine sinnlich-intuitive Beschreibung unserer Welt, unseres Lebens ergänzt.

Список використаної літератури

1. Fleischer W. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. VEB Bibliographisches Institut Leipzig, 2017. 327 S.

2. Die Bibel. Nach der Übersetzung Martin Luthers. – Stuttgart: Deutsche Bibelgesellschaft, 2011. 1488 S.

CLASSIFICATION OF SUBSTANTIVE PHRASEOLOGICAL UNITS WITH AN ANTHROPONYMIC COMPONENT IN MODERN ENGLISH

*Тюріна К. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Сільчук О. В.,
кандидат педагогічних наук, доцент*

Phraseology plays a significant aesthetic role in the formation of a holistic linguistic picture of the world of the English people.

According to V. Teliia “idioms are the mirror that reflects national morale of linguistic and cultural community; precisely phraseological units impose specific views of world and situation on native speakers” [1, p. 9].

Phraseological unit is a modeled collocation whose meaning isn't identified by the meanings of separate components it consists of and is a single part of sentence. Having studied phraseological treasury of the English language in detail, we've concluded that exactly *noun* is a leading grammatically independent component of the majority of English idioms.

In order to examine the main features of phraseological picture of the world of the English language, it's important to study phraseological units in terms of anthroponymic paradigm, inasmuch as such phenomenon as anthroponym has been considered a significant part of English culture since ancient times.

We believe that study of substantive idioms with an anthroponymic component can lead to identification of all peculiarities of the English people's world view.

Substantive phraseological units are fixed collocations where a noun is a leading component.

Having analysed this group of idioms, we can emphasize five subgroups of substantive idioms with an anthroponymic component.

1. Idioms expressed in the format of '*noble title/ social status/ social role + anthroponym*':

✓ *Mrs Grundy* – a Janus-faced* person who shows false piety in order to achieve their own targets;

✓ *Aunt Sally* – a person who is always offended by other people [4];

✓ *Uncle Sam* – U.S. government. It can be also used as a name of this country.

2. Idioms expressed in the format of '*anthroponym + possessive case + noun*':

✓ *Frankenstein's monster* – something that annoys us and is a reason of many problems;

✓ *Murphy's law* – or Ukrainian 'sandwich's law' – if something can go wrong, it'll go for sure;

✓ *Hobson's choice* – a single choice [4].

3. Idioms expressed in the format of '*anthroponym + noun*':

✓ *Judas kiss* – a symbol of betrayal;

✓ *Midas touch* – a person who is capable of making a lot of money in an easy way;

✓ *Sisyphean labour* – hard and fruitless labour [2].

4. Idioms with an anthroponimic component made up by the word formation:

✓ *Johnny-come-lately* – a newcomer;

✓ *Johnny-on-the-spot* – a person who always shows up on time in the right place [3].

5. Binomials expressed in the format '*anthroponym + conjunction + anthroponym*':

✓ *Damon and Pythias* – best friends who never leave each other in their hours of need [3];

✓ *Darby and Joan* – a married couple who love each other to bits and live together for a long period of time.

Thus, our research has demonstrated that phraseological units with first and last

names of people are able to define features of cultural and historical development of the English people, their day-to-day life and traditions in great detail, and are a kind of ornamental pattern of the English language.

References

1. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурный аспекты. Москва : Школа «Языки русской культуры, 1996. 288 с.
2. Gordon White J. Cambridge International Dictionary of Idioms. Cambridge : Cambridge University Press, 1998. 608 p.
3. Flavell R., Flavell L. Dictionary of Idioms and Their Origins. London : Kyle Cathie, 2006. 216 p.
4. Merriam-Webster online dictionary : веб-сайт. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата звернення: 13.04.2021).

*Hypocritical person.

Origin: this idiom comes from Roman mythology, according to which Janus was a god of beginnings and endings who was usually depicted as having tw

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

*Цимбал А. І.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Помаз Ю. В.,
кандидат історичних наук, доцент*

Українська культура є різноманітна та багатогранна. Протягом всього часу вона переймала цінності та закономірності культур інших народів: поляків, литовців, росіян та інших. Так уже склалося історично, що в різні періоди ми належали до інших держав і територіально, і ментально. Саме ця обставина створила певний стереотип сприйняття української культури як вторинної і провінційної. Не заважаючи на це, ми, українці, творили власну самобутню культуру, успадковували надбання предків та збагачували українську культурну спадщину. В умовах становлення України як суверенної й незалежної держави, її розбудови виникали нові проблеми, що заважали розвитку єдиної національної культури й призводили до гальмування культурних процесів.

У національній культурі простежуються фактори, що впливають на її подальший розвиток: політична і правова культура, чинники географічного середовища, культура побуту, особливості національного характеру та менталітету народу. Тож із провідних проблем можна виокремити такі : проблема національної ідентичності, про що вперше заявив Іван Дзюба, і що характеризує історичну обтяженість і запізненість порівняно з іншими європейськими країнами,

які давно пройшли цей шлях і довели свою унікальність; проблема утвердження української культури та мови серед глибоко моральної деградації суспільства, тобто на сьогоднішній день більшість людей є байдужими й агресивно налаштованими; зниження зацікавленості культурою через засоби масової інформації; низький рівень духовного розвитку людей тощо [1].

У будь-якій національній культурі основоположною і базисною є народна культура. Потім на її основі поступово формуються професійні наука, література, мистецтво, кінематограф.

Почесне місце в національній культурі займає український кінематограф. Зачинателем вітчизняного кіно вважають Й. Тимченко, котрий сконструював прототип сучасного кінознімального апарату та апарату для кінопроекції. Першовідкривачами вітчизняного кіно на початку ХХ ст. стала екранізована театральна вистава «Наталка Полтавка», «Наймичка» та «Москаль-чарівник». Слід згадати діяльність режисера О. Довженка, який зняв такі відомі фільми, як «Звенигора», «Земля». Остання, на Всесвітній виставці в місті Брюсселі в 1958 р. визнана як одна з 12 найкращих картин усіх часів і народів. Повертаючись у сьогодення, найуспішнішими українськими фільмами вважаються: «Поводир», «Тіні забутих предків», «Захар Беркут» [3].

За часів Радянського Союзу кінорежисери знімали дуже мало справжніх українських фільмів – таких, які б показували правдиву історію нашого народу, були україномовними, прославляли українську культуру. Але процес повільно відбувався: режисер В. Івченко здійснив першу екранізацію твору Т. Шевченка «Назар Стодоля» (1954), створив фільм за драмою-феєрією Л. Українки «Лісова пісня» (1961), а у 1960 р. – україномовну стрічку «Іванна». У 60–70-х роках на небосхилі українського, а також світового кінематографу яскраво засяяли імена, що прославили Україну на весь світ, – це режисери С. Параджанов, Ю. Іллєнко, Л. Осика, М. Мащенко; актори І. Миколайчук, Ю. Шумський, Г. Юра, К. Степанков, М. Гринько, Б. Ступка. У цей час з'являються стрічки, які розпочали унікальний феномен «українського поетичного кіно» – напрям, що мав справжнє «національне» забарвлення, був своєрідним втіленням «українськості» в кінематографі [4].

Дзеркалом національного саморозвитку є українська література. Вона має складну історію розвитку, і не дивлячись на іноземне панування на українських територіях, заборони друку і використання української мови, змогла зберегти свої риси й особливості. Саме тому Україна має велику спадщину завдяки великій кількості письменників, поетів, публіцистів. Першу і основоположну позицію літератора завжди буде тримати Т. Шевченко. Великий внесок у розвиток української культури та українського слова зробили І. Котляревський, І. Франко, Л. Українка, М. Коцюбинський, О. Вишня, В. Стус, П. Тичина, О. Гончар, Л. Костенко С. Жадан та ін. [2].

Але часи змінюються, і замість старих кумирів приходять нові таланти, які можуть перевершити своїх іменитих попередників. Так можна сказати про літературний процес сьогодні. Сучасними представниками українського слова є: С. Андрухович, К. Михаліцина, Г. Вдовиченко, А. Бачинський, П. Коробчук,

Я. Мельник. Твори сучасних українських письменників читають в Україні та світі. Їхні роботи отримують міжнародні премії та перекладають на різні мови світу.

Підсумовуючи, зазначимо, що кожна нова епоха дає свої надбання в скарбницю української культури, робить її більш гуманістичною, відвертою та цінною. Ми стоїмо перед необхідністю осмислення української культури в усій повноті й різноманітності її компонентів. Від оптимізації їхньої взаємодії залежить потенціал української культури, а отже – і наше національне майбуття.

Список використаних джерел

1. Дзюба І. В. Проблеми і перспективи української культури. URL: <https://www.radiosvoboda.org/>.
2. Найпопулярніші письменники України. Версія української Вікіпедії. URL: <https://blog.wikimedia.org.ua/>.
3. Корощенко К. Р. Кіноіндустрія в Україні : шлях та проблеми становлення. Суми, 2020. 34 с.
4. Санін Л. Здобутки українського кінематографу – від «відлиги» до сучасності. URL: <http://www.hetman.tv/>.

ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ – ЗАСІБ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ОСОБИСТОСТІ

*Цимбал А. І.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультет обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Красота О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент*

У сучасних умовах розвитку суспільства англійська мова стала засобом міжкультурного спілкування. Адже це є основна мова міжнародного бізнесу та торгівлі, Інтернету, науки і техніки, мистецтва. Усвідомлена людина знає для чого вона вивчає іноземну мову та наскільки це важливо для формування її особистого майбутнього та суспільства в цілому.

Якщо поринути в історію англійської мови, потрібно сказати, що спочатку вона була мовою Англії, але завдяки історичним зусиллям Британської імперії вона стала основною й другорядною мовою багатьох інших країн (США, Канади, Австралії, Індії та ін.). Тому де британці поширювали свій вплив, там їх мову брали за основу. Наразі існує понад 400 млн людей – носіїв англійської мови. Вона має найширший словниковий запас – близько 250 000. А також саме англійською мовою найбільше друкують у світі [3].

Можна впевнено зазначити, що той, хто володіє мовами – володіє світом. Можливість зануритися в світ незнайомого, побачити загадкові й специфічні елементи мови, відчувати ментальні особливості англійців та американців, розширити особистий світогляд та стати кращою версією себе – все це стається,

коли ми вирішуємо почати вивчати іноземну мову. Безперечно, не кожному з нас це може виявитися до снаги. Хтось зупиниться на пів шляху, а інший досягне поставленої цілі і саме перед ним відкриється безліч нових можливостей: гідна робота в офісі американського хмарочоса чи омріяна поїздка закордон.

Вивчати англійську мову нас змушують змалечку. Сучасні родини займаються з дітками з 2–3-х років і це дає хороший результат та сприяє повноцінному розвитку і вихованню творчої кмітливої особистості. У шкільному віці це вже більш офіційний процес: знайомство з теорією та практичні завдання, формування лексичних навичок, збагачення словникового запасу, поживлення комунікативних здібностей дитини та ін. Важливо пам'ятати про анатомо-фізіологічні та психічні особливості дитини та й дорослої людини також. Тому доцільно обирати методи, матеріали та засоби навчання, які найкраще підійдуть для опанування мови.

У вищих навчальних закладах та в дорослому самотійному житті ми самі обираємо чим займатись, що вивчати та в чому розвиватись. Нас мотивують інші люди до вивчення іноземної мови, адже це престижно та потрібно кожному. На сьогодні існує велика кількість можливостей для вивчення завдяки інформаційним технологіям: для діток це різноманітні мультфільми, яскраві завдання та пояснення; для студента це безліч цікавих платформ, профілів у соціальних мережах, репетиторів, фільмів, книжкових видань, живих зустрічей у таборах та іншого. Тобто в сучасному світі можливостей навіть більше, ніж бажання людей.

Однією з проблем сучасного суспільства, особливо молоді, є низький рівень мотивації до вивчення нового, в тому числі й іноземної мови. Можливо, це відбувається через лень, важкість процесу, недосвідчених викладачів, неправильної подачі матеріалу, не бажання самоосвіти й саморозвитку, матеріальні проблеми та інше. Щоб покращити рівень мотивації та стимулювати до освоєння мови, особливо школярів та студентів, я вважаю, потрібно створювати та робити доступними для кожного програми, сайти, платформи. Щоб це входило в звичку кожного: протягом дня виділити 10 хвилин на вивчення нових слів, правил. Таким чином ми будемо вдосконалюватися і надихати інших.

Отже, знання іноземної мови – це крок до успіху в сучасному світі, адже спілкування, саморозвиток, обробка інформації та багато іншого залежить саме наших знань та вмінь, тобто від нас самих. Бо людина, яка володіє різними мовами, є цікавою, вільною, амбіційною та впевненою перед собою й іншими. Загалом, володіння англійською мовою – це не маловідома навичка, а необхідність.

Список використаних джерел

1. Богомолук Г. В. «Вивчення іноземної мови як засіб розвитку іншомовної мовленнєвої компетенції дошкільника». URL: <https://vseosvita.ua/>.
2. Мірзошоева А. В. «Роль англійської мови у сучасному світі». URL: <https://vseosvita.ua/>.
3. Хоменко О. О. «Історія розвитку англійської мови». URL: <https://naurok.com.ua/>.

SPECIAL ASPECTS OF TRANSLATION OF «MORPHEUS» BY DARYNA SHEVCHENKO

*Шевченко Д. Ю,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник – Сільчук О. В.,
кандидат педагогічних наук, доцент*

In the era of technological progress and advances in international cooperation, the world is more connected than ever. People all around the world learn to understand different cultures. It is a long way in creating a better environment where we can all thrive. The purpose of our work is to translate authoric creative contribution to English and to keep ideas and artistic means. It is quite a rare case for an author to translate one's own texts. This gives an opportunity to the writer to stay as close to the initial idea and language, as it is possible considering the use of target language. Here we are demonstrating the results of our work on translation of a short postmodern composition.

Русява голова знесилено падає на складені на столі руки.

22:00. А в нього ще не готово і половини із задуманого. Натхнення прямо таки пре і пре, а у нього вже навіть пальця не підніметься, аби щось надрукувати. А Морфей, це античне неподобство, стоїть тихенько собі в куточку, і підморгує. Або в нього просто око тіпається. Всяке буває: ну там, робота нервова, дружина іс... нервова, діти... Теж того... Він не витримує.

– Друже, ти чого там стоїш? Проходь, сідай, а я підку кави заварю. Вип'ємо, поговоримо. Мені якраз треба критичний погляд з боку.

У бога відвисла щелепа. В прямому сенсі. Якось повернувши дар мови, він видавив з себе:

– Ага...

Всадивши античне божество на стільчика біля письмового столу, шугнув на кухню. Двічі дочекавшись підйому пінки, зняв турку з вогню. Додав солі, кардамону і кориці, розлив по чашках. Повернувшись в кімнату, сів за стіл і поставивши перед Морфеєм чашку ароматного напою, з ентузіазмом сказав:

– Ну, розкажуй! І бог розказав. Такого розказав, що йому стало жаль елліністичних ідолів. І про роботу, і про дружину і про дітей. А коли закінчив, був надто стомлений, аби бути богом. Він без слів зрозумів свого нового товариша. Піднявши за плечі, відвів до ліжка і вклав, накривши ковдрою. Сам же повернувся до ноутбука і...

І прокинувся.

23:00. Всього година сну, а ніби спав всі дев'ять. І наснитися ж таке. Морфей... І в нього вдома! Маячня. Він з ентузіазмом почав стукати по кла-

вішах. І звук друку повністю заглушив чиєсь тихеньке сопіння на ліжку позад нього...

* * *

The auburn-haired head defusingly fell on the arms crossed on the table.

10 p.m. He hasn't made even a half that he planned. Inspiration kept filling his thoughts with ideas, but he wasn't able to move even a finger to type something. Morpheus, this antique disaster, stands in the dark corner and winks at him. Or it is just his eye throbbing. You know, things happen: work is stressful, wife is hister... hm, stressed, children... Also, something of that kind...

He loses his nerve.

– Friend, why are you standing around there? Come here, take a seat, and I'll make some coffee. We'll drink it and have a little chat. By the way, I need a critical view from aside.

The God dropped his jaw. Literally. Regained his speech somehow, he murmured:

– Yep...

Inviting him to take a seat, he rushed to the kitchen. Waited for crum to rise twice, then took jezwa of the fire. He added a little salt cinnamon a cardamom, poured liquid in two cups. Than came back to the room and, after giving his guest an aromatic drink, sat in front of him and enthusiastically claimed:

– So, go ahead! And God did. He told such things, that the household felt pity for Hellenistic idols. About their work, wives and children. And when Morpheus finished, he was too exhausted to be a God.

The household understood his new friend without any word. Hugging one's shoulders, he led him to bed and when God laid down, covered him with a blanket. Then came back to the laptop and.....

And woke up.

11 p.m. Just an hour of a nap, but it was felt like nine! What a dream... Morpheus, right in his flat! Nonsense...He went on typing. And clicking wholly replaced the wheezing sound from a bed right behind him...

Thus, all the authentic phrases were translated as close as possible, and there even cases of transcription ("jezwa"). The word choice was also taken into account – we chose the most suitable corresponding terms of target language out of synonymic row in order to save the character of the text. To sum up it is important to state that every translation has its right to be. However, translations that are close to text give readers the possibility to get familiar with the author's style without the presence a translator.

References:

1. Cambridge Dictionary : веб-сайт. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення: 14.04.2021).
2. Longman Dictionary : веб-сайт. URL: <https://www.ldoceonline.com/> (дата звернення: 14.04.2021).

SCHWIERIGKEITEN BEI DER KÜNSTLERISCHEN ÜBERSETZUNG

*Щербак Ю. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Навчально-наукового інституту економіки,
управління, права та інформаційних технологій*

*Науковий керівник – Савенкова О. О.,
старший викладач*

Künstlerischer Text ist ein Text, dessen Hauptfunktion eine ästhetische Wirkung auf den Leser oder Hörer ist [2]. Künstlerische Texte haben einen völlig anderen ästhetischen Status. Sie werden von der Gesellschaft länger aufbewahrt als andere Texte. Der Empfänger eines künstlerischen Textes kann jeder sein, aber dafür ist es notwendig, Interesse an dem Text zu zeigen, ihn wahrnehmen zu wollen. Der künstlerische Text als komplexes Phänomen wird nicht nur Gegenstand der Analyse der traditionellen Linguistik, sondern auch der Psychologie, Anthropologie, Philosophie, Kultur, Logik und Textologie.

Die allgemeine Übersetzungstheorie basiert auf dem Studium von Übersetzungsaktivitäten, deren Gegenstand Texte aller Funktionsstile sind. Der künstlerische Stil ist wahrscheinlich der am meisten beschriebene aller Stile. Daraus lässt sich jedoch kaum schließen, dass er der am besten untersuchte ist. Dies kann durch die Tatsache erklärt werden, dass der künstlerische Stil "der lebhafteste, kreativste der Stile" ist. Die künstlerische Sprache, die sie vor dem Hintergrund der nationalen, nationalen Sprache wahrnehmen und verstehen soll, unterscheidet sich davon darin, dass die Realität der Sprache des Kunstwerks - die Realität der gesamten künstlerischen Welt als Ergebnis anderer ist Funktionsstile. Daher werden die Gesetze zur Konstruktion der künstlerischen Sprache nicht durch grammatikalische und syntaktische Regeln erklärt, sondern durch die Regeln für die Konstruktion von Inhalten [1].

Die künstlerische Übersetzung ist eine der besten Manifestationen der literarischen (und damit in gewisser Weise auch der kulturellen) Interaktion. In der Tat ist es ein wichtiger Teil des national-literarischen Prozesses. Die künstlerische Übersetzung beschäftigt sich nicht mit der kommunikativen Funktion der Sprache, sondern mit ihrer ästhetischen Funktion. Ein belletristisches Werk reflektiert nicht nur bestimmte Ereignisse, sondern auch die ästhetisch-philosophischen Ansichten des Autors, seine Weltanschauung.

Das Problem der literarischen Übersetzung ist das Verhältnis zwischen dem, was der Autor dem Leser vermitteln wollte, und dem, was der Übersetzer übersetzt hat. Keine Übersetzung kann absolut genau sein, da sich jede Sprache in ihrer Zusammensetzung unterscheidet. Der Hauptfaktor ist hier die Persönlichkeit des Übersetzers, der bei der Übersetzung des Textes zwangsläufig etwas vom Inhalt weglassen muss, sowie sein Wunsch, alle Merkmale des Originals zu zeigen oder nicht zu zeigen.

Mangelnde Genauigkeit und Wiedergabetreue können als weiteres Problem der

künstlerischen Übersetzung angesehen werden. Dies macht sich besonders in der Poesie bemerkbar. Rhythmus und Reim werden in Gedichten benötigt. Der Übersetzer poetischer Werke muss seinen Lesern mit jeder neuen Übersetzung neue Bilder, neue Formen, neue Stile anbieten, und in jeder Übersetzung muss sein persönlicher Stil erraten werden.

Grundlegende Anforderungen an die Übersetzung von Belletristik, die ein Übersetzer beachten muss:

1) Genauigkeit. Der Übersetzer muss dem Leser alle Gedanken vermitteln, die der Autor ausgedrückt hat. Der Übersetzer darf nichts Eigenes hinzufügen, darf den Autor nicht ergänzen oder verdeutlichen.

2) Prägnanz. Der Dolmetscher darf nicht wortreich sein, sondern muss seine Gedanken möglichst kurz und prägnant darstellen.

3) Klarheit. Komplexe und zweideutige Sprache, die das Verständnis erschwert, ist zu vermeiden. Die Stellungnahme sollte in einfacher und verständlicher Sprache formuliert werden.

4) Literarisch. Jeder Satz sollte präzise und natürlich klingen, ohne dass eine Spur der syntaktischen Konstruktionen des Originaltextes erhalten bleibt. Die Übersetzung muss den allgemein anerkannten Regeln der Literatursprache voll entsprechen.

Die künstlerische Übersetzung ist die Wiedergabe der Eigenheiten eines fremden literarischen Textes mittels der Muttersprache in untrennbarer dialektischer Einheit von Inhalt und Form. Die Übersetzung ist eines der wichtigsten Elemente der Wahrnehmung von Literatur in einer Fremdsprache.

Bei der Arbeit an der Übersetzung löst der Übersetzer kreativ verschiedene künstlerische, stilistische Probleme, wie z.B. die Übersetzung von Wortspielen, stabilen Kollokationen oder Humor im Werk, aber im Gegensatz zum Schriftsteller erschafft er keine Charaktere, beschreibt nicht das Aussehen der Figuren oder die Reihenfolge der Ereignisse. Der Hauptzweck eines jeden fiktionalen Werkes ist es, eine bestimmte ästhetische Wirkung zu erzielen, ein künstlerisches Bild zu schaffen. Sowohl Übersetzer als auch Schriftsteller brauchen reiche Lebenserfahrung, einen ständig erneuerbaren Vorrat an Eindrücken. Die künstlerische Übersetzung ist die wahre Kunst, die Kreativität. Der Übersetzer literarischer Texte ist also derselbe Schriftsteller, der ein Buch für den Leser zu schaffen scheint.

Список використаних джерел

1. Чепурна М. І. Проблематика перекладу художніх творів. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2010. № 14 (201).

2. Солодуб Ю. П., Альбрехт Ф. Б., Кузнецов А. Ю. Теория и практика художественного перевода: учебное пособие для вузов. М.: Издательский центр "Академия", 2005. 296 с.

3. Міщенко Л. О., Турченко О. М. Теорія і практика перекладу : посібник. Вінниця: Нова книга, 2003. 175 с.

4. Алексеев А. Я. Художественный образ и перевод. *Вісник СумДУ*. 2006. Том 1, №11 (95). С. 126-130.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Довжа М.І.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЗОРОСТІ ТА ВІДКРИТОСТІ
У ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВОЇ ВЛАДИ 4

Литовченко А.П.

ФУНКЦІЇ КОМУНІКАЦІЙ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я 6

Микитченко К.Р.

ВОЛОНТЕРСЬКИЙ РУХ ЯК ОБ'ЄКТ ДЕРЖАВНОГО
РЕГУЛЮВАННЯ 8

Мирний М.В.

СЕРВІСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ Е-ДЕМОКРАТІЇ НА РІВНІ
ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД 10

Мокляк Л.В.

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ
ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ ПРОЄКТІВ 12

Пиляк І.І.

АНАЛІЗ СПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД 14

Миколаєнко А.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ЦІНОУТВОРЕННЯ В СИСТЕМІ
МАРКЕТИНГУ 18

Золотоверх А.

ФАКТОРИ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ 19

Поливода М.

АНАЛІЗ ЦІН СУЧАСНОГО СТАНУ СВІТОВОГО РИНКУ
ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ 21

Петрик К.

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ КАВИ В УКРАЇНІ 23

Цирульнікова Ю.

ЦІНОВА І НЕЦІНОВА КОНКУРЕНЦІЯ 25

Дикопавленко В.М. НАЙБІЛЬШІ ЛОГІСТИЧНІ КОМПАНІЇ В УКРАЇНІ.....	26
Магарламова Е.М. ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ PR В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	28
Костельна Л.В. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ	30
Пащенко В.М. ІНТЕГРУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ.....	31
Кравченко І.В., Ягуцак В.В. АНАЛІЗ ТЕХНОЛОГІЙ LPWAN	33
Колєсник В.В., Тарабан В.В. АНАЛІЗ ФУНКЦІОНАЛУ ПРОЕКТІВ ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ	35
Кулінченко І.Р. ВЛАСТИВОСТІ ПОЛІПЕРЕСТАВЛЕНЬ. ЗАДАЧІ ОПТИМІЗАЦІЇ НА ПОЛІПЕРЕСТАВЛЕННЯХ.....	37
Вельбой М.Б. МЕНЕДЖМЕНТ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИ- СТАННЯ ПЕРСОНАЛУ	39
Горопашина А.В., Стовбун Д.Е. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ЯК ДЖЕРЕЛО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	41
Данілейко Б.О. ЗАВДАННЯ І НАПРЯМИ РОБОТИ СЛУЖБ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	43
Лук'яновець Н.М. МЕНЕДЖМЕНТ ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ	44
Мирошник К.М. ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС В СУЧАСНИХ УМОВАХ	46

Прокопенко Н.О.

ВАЖЛИВІСТЬ ГЕНДЕРНИХ ЗАСАД ДІЛОВИХ ВІДНОСИН..... 48

Матухно Г.І.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 50

Стародубцева І.О.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В
БАНКІВСЬКІЙ УСТАНОВІ..... 52

Молодцов Р.Ю.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТО-
СПРОМОЖНОСТІ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ 54

Хоменко О.Г.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ РЕАЛІЗАЦІЇ
СТРАТЕГІЇ..... 57

Чернов А.Б.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ
МАРКЕТИНГОВОЇ ПІДСИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА 59

Шкурат В.С.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ЗАСОБІВ У ПРО-
ФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ..... 61

Шульга В.Ю.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «НАУКОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ» 63

Ястреба В.М.

ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ У ПІДВИЩЕННІ ПРИБУТ-
КОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 65

Конопльов В.О.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ВЗАЄМОДІЇ
ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ 67

СЕКЦІЯ ФАКУЛЬТЕТУ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ

Ковалевська К. Л.

«ПАРТИЗАНСЬКИЙ МАРКЕТИНГ»
ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖІВ 71

Колотій В. Ю. ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ	73
Махно С. В. КЛАСИФІКАЦІЯ ЧИННИКІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПО- ДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	75
Овчаренко А. Ю. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТА- ЛУ	77
Хоменко А. А. ОСОБЛИВОСТІ ІНДЕКСНОГО МЕТОДУ	79
Цимбал А. І. ІСТОРІЯ ВИБІРКОВОГО МЕТОДУ	81
Василенко Л. О. ФРІЛАНСЕРИ: ПЕРЕВАГИ ТА ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ	84
Василенко А. С. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ	86
Ведмідь М. О., Голобородько В. В. ДІЯЛЬНІСТЬ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ УСТАНОВ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....	88
Ведмідь М. О. ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ ДЛЯ НАЦІОНА- ЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	90
Жадан А. В. УЧАСТЬ БАНКІВ У ФІНАНСОВОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ	93
Кіріченко Н. О., Стрілець А. А. УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	95
Колотій В. Ю. ЗАГАЛЬНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ ДЛЯ ФОП	97

Кошкарда В. С. МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ РЕГУЛЮВАННЯ ГРОШОВО- КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ.....	99
Кошкарда О. С. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БУРЯКОЦУКРОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	101
Левченко Г. В., Білик О. Р. УПРАВЛІННЯ ДЕПОЗИТНИМИ РИЗИКАМИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ	103
Мауер Д. Р., Солошенко О. І., Клименко В. В. ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ЯК АСПЕКТ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА.....	105
Мауер Д. Р., Олійник Ю. Р., Онокієнко В. В. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ.....	107
Мауер Д.Р. ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СФЕРІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА	109
Наливайко Н.В. СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	112
Одновол Б. Л., Вовченко В. Д., Лашко Т. Б. РОЗВИТОК СИСТЕМИ СПРОЩЕНОГО ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКО- ГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ	114
Палій М. О., Крайник В. Г. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ОБ'ЄДНАНОЇ ЗВІТНОСТІ ІЗ ПДФО, ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ ТА ЄДИНОГО СОЦІАЛЬНОГО ВНЕСКУ.....	117
Романець Г. П. ВИДИ ТА РОЛЬ ФІНАНСОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ	119
Рябченко К. С., Денисенко В. О. XYZ-АНАЛІЗ ЯК МЕТОД УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ АГРОПРОМИСЛО- ВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	121

Телятник М. Ю. ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ.....	123
Шийка В. І. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУРЯКОЦУКРОВОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ	126
Шруб Л. В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ІНВЕСТУВАННЯ	128
Шумик Н. В. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	130
Яременко А. С. СТАН РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	133
Бойченко М. В. УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК: СУТНІСТЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ.....	135
Буць Є. А., Герасименко В. В. ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА	137
Гарбуз А. В. ОБЛІК ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА: СУТНІСТЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ	139
Гусаренко Н. Ю., Велика Д. О. ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ГРОШОВИХ КОШТІВ	141
Довгаль А. В. БІОЛОГІЧНІ АКТИВИ: РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ В ОБЛІКОВІЙ ПОЛІТИЦІ.....	144
Донцов І. В. КОНТРОЛЬ ОПЕРАЦІЙ З ЕЛЕКТРОННИМИ ГРОШИМА	146
Жаботинська В. О., Мельник Я. О. АУДИТ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	148

Махно С. В. ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВРЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЙНИХ РІЗНИЦЬ	151
Мачульська Ю. А. НАПРЯМИ АНАЛІЗУ КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ	153
Роман Є. СУТЬ І ЗАВДАННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ.....	155
Скрипак М. О. ОБЛІК ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ РОСЛИННИЦТВА.....	157
Таран А. ФУНКЦІЇ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ	159
Фролов В. І. МЕТОДИ ОБЛІКУ І КАЛЬКУЛЮВАННЯ ВИТРАТ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУ- КЦІЇ	161
Чухрай О. С. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПО- ДАРСТВА.....	164
Швед Д. О. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМС- ТВА	166
Бодня А. О. ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ВДОМА	168
Бойко Я. Е. BESONDERHEITEN DER WITZÜBERSETZUNG IN DER DEUTSCHEN SPRACHE	170
Горбатко А. Б. СКЛАДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ АМАТОРСЬКОГО ТЕКСТУ	172
Губаренко М. О. ФІЛОСОФСЬКІ ОСНОВИ КАТЕГОРІЇ «НАЦІОНАЛІЗМ»	173
Єфанов Д. В. INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION: MÄNNERSPRACHE UND FRAUENSPRACHE	175

Кишкар Є. М., Свічкарь С. М. ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКСПРЕСИВНОЇ ЛЕКСИКИ В АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ	177
Коваленко В. А. PECULIARITIES OF USING IDIOMS IN A NOVEL	179
Лосєва А. В. STILISTISCHE BESONDERHEITEN DER ARCHAISMEN IN DER DEUTSCHEN SPRACHE	181
Макаова Б. Є. ЗНАЧЕННЯ НАУКОВИХ ШКІЛ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ГЕНЕТИКІВ-СЕЛЕКЦІОНЕРІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	183
Малашенко А. С. ОСОБЛИВОСТІ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У СФЕРІ МЕНЕДЖМЕНТУ	185
Норка А. М. ОРЖИЦЬКИЙ РАЙОН У РОКИ ГОЛОДОМОРУ 1932–33 рр.	188
Норка А. М. СУЧАСНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....	190
Оби́фіст В. Є. РОЗВИТОК КАРЛІВЩИНИ У ХІХ СТОЛІТТІ.....	192
Оби́фіст В. Є. СПРАВЕДЛИВІСТЬ У ПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ.....	194
Панов Є. М. АНГЛІЙСЬКА МОВА ЯК ЗАСІБ МІЖНАРОДНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	196
Перекопай Ю. В. АНГЛІЙСЬКІ НЕОЛОГІЗМИ У СФЕРІ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	198

Пугачова К. А. АНГЛІЙСЬКА МОВА ЯК НЕОБХІДНИЙ СКЛАДНИК РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МІЖВУЗІВСЬКОГО СПІВРОБІТНИЦТВА	200
Рибалко В. О. EXPRESSIVE MEANS IN THE BIBLE.....	202
Романчук І. В. ОРАТОРСЬКІ НАВИЧКИ МАЙБУТНЬОГО ЮРИСТА	204
Сахарова О. Ю. ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ У ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ ВЕТЕРИНАРНИХ ДИСЦИПЛІН.....	206
Свічкарь С. М., Кишкарь Є. М. ANGLIZISMEN UND JUGENDSPRACHE IN DER DEUTSCHEN SPRACHE	209
Тюріна К. О. DEUTSCHE PHRASEOLOGISMEN: SEMANTISCHE BESONDERHEITEN, ÜBERSETZUNGSMETHODEN.....	210
Тюріна К. О. CLASSIFICATION OF SUBSTANTIVE PHRASEOLOGICAL UNITS WITH AN ANTHROPONYMIC COMPONENT IN MODERN ENGLISH	212
Цимбал А. І. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ.....	214
Цимбал А. І. ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ – ЗАСІБ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ОСОБИСТОСТІ	216
Шевченко Д. Ю. SPECIAL ASPECTS OF TRANSLATION OF «MORPHEUS» BY DARYNA SHEVCHENKO	218
Щербак Ю. В. SCHWIERIGKEITEN BEI DER KÜNSTLERISCHEN ÜBERSETZUNG	220

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

13 травня 2021 рік

Том I

Підп. до друку 13.05.2021. Формат 60х90^{1/16}.
Ум. друк. арк. 14,4. Обл.-вид. арк. 13,7.
Гарнітура Times New Roman Cyr.

Редакційно-видавничий відділ Полтавської державної аграрної академії
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №2174 від 26.04.2005 р.
Адреса: 36003, м. Полтава, вул. Сковороди, 1/3.