

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLIII Міжнародної наукової студентської конференції
за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік
(м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року)

Частина 1



Полтава
2020

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

**XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за
підсумками науково-дослідних робіт
студентів за 2019 рік**

(м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року)

Частина 1

**Полтава
ПУЕТ
2020**

УДК 001:378.014.61"21"(477.53)(082) *Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено*
А43

Редакційна колегія:

О. В. Манжура, д. е. н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ);

К. Ю. Вергал, к. е. н., доцент, директор Інституту економіки, управління та інформаційних технологій ПУЕТ;

А. С. Ткаченко, к. т. н., доцент, декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу ПУЕТ;

В. О. Скрипник, д. т. н., професор, декан факультету харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ПУЕТ;

В. В. Саранин, к. філол. н., доцент, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у
А43 XXI столітті : тези доповідей XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 07–08 квітня 2020 р.) : у 2 ч., ч. 1. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 255 с. – Текст укр., рос., англ., нім. мовами.

Ч. 1. – 255 с.

Ч. 2. – 343 с.

ISBN 978-966-184-378-2

Збірник містить тези найкращих доповідей XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік. Проблеми, порушені авторами публікацій, вирізняються своєю актуальністю та новизною наукових підходів. Увагу зосереджено на висвітленні результатів наукових досліджень у різних галузях науки та якості вищої освіти.

УДК 001:378.014.61"21"(477.53)(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі», 2020

ISBN 978-966-184-378-2

**ФОРМИ ПРОВЕДЕННЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ
В УНІВЕРСИТЕТІ ЯК КРОК ДО УСПІШНОГО
СТАНОВЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ
ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТА**

А. Є. Акулович. студентка спеціальності *Готельно-ресторанна справа, група ГРС-11;*

В. С. Мих, студент спеціальності *Ресторанні технології, група ХТІ-21*

Н. С. Педченко, науковий керівник, *д. е. н., професор, перший проректор*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Вимоги сучасності ставлять перед закладами вищої освіти завдання сформуванню не тільки високоосвічену, професійно компетентну, але й здатну самостійно, творчо мислити, адаптуватися до динамічно змінюваних реалій, зорієнтовану на здобування нових знань і безперервний саморозвиток особистості. Тобто йдеться передусім про креативність як цілісну інтегральну характеристику людини ХХІ століття, пов'язану з мотивацією, емоціями, компетентністю, творчим мисленням [2, с. 221]. Сучасному світу необхідний «творчий фахівець, який може стати двигуном прогресу, розробником інноваційних, науково обґрунтованих технологій у своїй сфері діяльності» [2, с. 224].

Нині молодь активна, цілеспрямована, сповнена нових ідей і налаштована на пошук нестандартних шляхів реалізації своїх креативних здібностей, тому потребує ефективних способів і засобів активізації пізнавальної діяльності. З огляду на це сьогодні розробляються нові та використовуються вже апробовані технології, які адаптуються до конкретних умов та специфіки закладів вищої освіти, а саме: стимулюють посилення самостійності, передбачають розвиток процесів саморегуляції спільної творчої діяльності викладача та студентів і сприяють підвищенню якості освітнього процесу загалом.

Коротко зупинимось на складниках креативності. За слухним спостереженням Н. Тимофєєвої, уточненням І. Семененко, парадигма креативної особистості містить такі складники:

- емоційний (здатність виражати, регулювати власні емоції та розпізнавати чужі);
- інтелектуальний (гнучкість, оригінальність, швидкість мислення, стійкі пізнавальні інтереси, відмова від стереотипності);
- поведінковий (варіативність рольової взаємодії, творче послугування поведінковими стратегіями, спонтанність прояву творчої діяльності);
- самосвідомість (самоусвідомлення як творчої особистості, здатної перетворювати реальність);
- мотиваційно-смісловий (високий рівень домагань щодо досягнень успіху, суспільного визнання) [2, 3].

Такі професійні й особистісні якості розвиваються у молоді завдяки ефективним засобам активізації пізнавальної діяльності, серед яких слід передусім виокремити інтерактивні освітні технології, засновані на двосторонній взаємодії викладача та студента, на творчому переосмисленні студентом одержаних знань.

Апробованою впродовж століть формою організації освітньої діяльності у вищій школі є лекція. Поруч із традиційними її видами важливу роль відіграють інноваційні, спрямовані на формування креативних здібностей особистості, зміцнення пізнавальних інтересів студентів, як-от: проблемна лекція, лекція-провокація, бінарна лекція, лекція-конференція, лекція-«прес-конференція», лекція-діалог, кіно(відео)лекція, лекція-екскурсія [1]. Усі перелічені форми засновані на активній та інтерактивній моделях навчання, елементами яких є неформальність викладу матеріалу, дискусійність, наявність групових завдань, які вимагають ініціативності і творчої активності кожного члена колективу, попередньої підготовки студентів і належного контролю викладача.

До інноваційних форм проведення семінарських, практичних, лабораторних занять відносимо презентацію, модерацію, дискусію, дебати, ділові, імітаційні й рольові ігри, методики театралізації (психодрама, соціограма, діловий театр), круглий стіл, кейс-стаді, «мозковий штурм» («мозкова атака»), метод проєктів, рефлексія, тренінг, портфоліо і т. ін.

Під час підготовки цього дослідження ми провели опитування серед студентів університету і з'ясували, яким формам

організації навчальної діяльності – традиційним чи інноваційним – вони віддають перевагу. Було становлено, що на лекційних заняттях їм важливі: забезпечення діалогу викладача зі студентами; візуалізація матеріалу лекції; проведення проблемних лекцій, коли новий теоретичний матеріал подається у формі проблемного завдання, в умовах якого окреслюються суперечності, що вимагають розв’язання.

Характеризуючи ефективні форми семінарських занять, студенти надали перевагу роботі в малих групах з вирішення проблематики заняття або підготовки проєкту, який безпосередньо стосується як предмету зокрема, так і загалом майбутньої професійної діяльності та соціальних компетентностей. Також вони виокремлювали як пізнавальні й цікаві тематичні кросворди або вікторини з заохоченням переможців. Найбільшу перевагу студенти віддали воркшопам, тренінгам, бізнес-іграм та професійним екскурсіям.

Отже, для формування креативної компетентності сучасної молодшої людини важливі і традиційні, й інноваційні освітні технології, спрямовані на розвиток здатностей самостійно організувати процес пошуку й засвоєння необхідної для професійного й особистісного становлення інформації, ґрунтовного й мобільного аналізу різноманітних ситуацій, сміливого і зваженого прийняття рішень, планування і втілення індивідуальних і групових проєктів, навичок командної роботи тощо.

Список використаних інформаційних джерел

1. Караван Ю. В. Нетрадиційні форми лекцій у вищій школі / Ю. В. Караван, А. О. Саницька, М. С. Ташак // Інноваційний потенціал української науки – XXI сторіччя : зб. ст. – Запоріжжя : Видавництво ПГА, 2012. – С. 11–19.
2. Семененко І. Є. Формування креативної компетентності у процесі професійної підготовки студентів / І. Є. Семененко // Педагогіка та психологія : зб. наук. пр. – Харків, 2018. – Вип. 59. – С. 221–229.
3. Тимофеева Н. А. Креативная компетентность в профессиональной подготовке студентов педагогического вуза [Електронний ресурс] / Н. А. Тимофеева // Преимственность в образовании. – 2012. – № 2(11). – Режим доступу: <https://www.journal.preemstvennost.ru/arkhiv/year2012/31-2112012/tekhnologii-ot-detskogo-sada-dovuz/276/> – Назва з екрана.

АНГЛІЙСЬКА МОВА: ПРИМХА ЧИ ПОТРЕБА?

А. В. Гупса, студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ-31:

М. О. Негода, студентка спеціальності Освітні, педагогічні науки, група ПВШ-51

Н. С. Педченко, науковий керівник, д. е. н., професор, перший проректор

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сьогодні, коли світові відкриття відбуваються ледь не щогодини, коли комп'ютерні технології стають невід'ємною частиною нашого життя, не можна втрачати жодної можливості, аби вдосконалюватися, розвиватись і не бути позаду прогресу. Реалії такі, що без мінімальних знань англійської мови не можна бути хорошим спеціалістом у будь-якій сфері. Нині вже 196 країн світу офіційно визнали її другою мовою. Це мова дипломатії, політики, бізнесу, економіки, науки, мистецтва і загалом міжкультурної комунікації, завдяки якій людство позбавляється культурних кордонів, взаємно збагачується і накреслює перспективи на майбутнє. З огляду на це зростає потреба формування іншомовної компетентності сучасного українського студента, включеного в процес європеїзації вищої освіти, наділеного можливостями фахової й особистісної самореалізації як на вітчизняних, так і зарубіжних теренах.

Однак однією з проблем вивчення іноземної, зокрема англійської, мови є наявність мотивації студента, тобто адекватного уявлення про необхідність володіння нею. На жаль, сьогодні, маючи безліч можливостей для вивчення іноземних мов, молодь часто залишається байдужою, віддаючи перевагу соціальним мережам та комп'ютерним іграм.

Іноземна мова є одним зі складників гуманітарної компетентності фахівця. Практика засвідчує, що «навчання не стільки мови, скільки через мову виявляється більш продуктивним, оскільки непомітно для самих студентів залучає їх до процесу навчання через інтерес», породжений усвідомленням широких можливостей для самореалізації, вдосконалення, свободи пізнання й вираження творчих здібностей особистості. Такий підхід адекватний висловленій ще на зламі XVIII–XIX століть сентенції Й. В. Гете: «Скільки ти знаєш мов, скільки разів ти людина». Шоправда, великому німцеві передовсім ішлося про рідну мову, проте беззаперечним залишається факт відкритості особистості до нових знань про світ завдяки мовам інших наро-

лів і країн. Тобто важливими в опануванні англійської мови є когнітивні мотиви.

Для когось провідними можуть стати утилітарні мотиви, тобто можливість завдяки вправному послугуванню мовою мати якусь вигоду, передусім матеріальну, перевагу в конкурентній боротьбі за кращу посаду, побутову зручність, незалежність від перекладачів у подорожах тощо.

Знання англійської мови є чинником конкурентоспроможності спеціаліста на ринку праці. Студенти Полтавського університету економіки і торгівлі усвідомлюють це завдяки стажуванню у багатьох країнах світу.

Нині українці, подорожуючи, знають, що більшість інформаційних табло, оголошення в аеропортах і на вокзалах, буклети в готелях та меню в ресторанах у різних державах дублюються англійською мовою, тож володіння нею збільшує шанси порозумітися з персоналом, місцевими жителями і, звичайно, розуміти, про що говорить гід під час екскурсії.

Важливо підкреслити, що ієрархія мотивів щодо вивчення англійської мови може варіюватися залежно від оставин, зміни ціннісних орієнтирів тощо. Так, у опитаних студентів Полтавського університету економіки і торгівлі пізнавальні й утилітарні мотиви поєднуються, причому знання іноземної мови тлумачиться багатьма з них як складник професійного успіху. Наводимо кілька характерних відповідей на питання «Чого Ви хочете навчитися в університеті?».

«Вільно спілкуватися англійською або німецькою мовою та володіти своєю професією на 100 %» (Вікторія Н.).

«Після закінчення університету мені б хотілось бути справжнім спеціалістом своєї справи, досконало знати предмети, потрібні для моєї професії, також добре вивчити англійську мову» (Сергій К.).

«Опанувати базові поняття та навички зі своєї спеціальності. Вільно володіти іноземними мовами (хоча б однією...). Також важливими є комунікативні навички» (Олександра Т.).

«Важливою для мене є комунікабельність, здатність точно висловлюватись та викласти свої думки та ідеї групі, діловим партнерам, вміння гідно представити себе роботодавцю українською та іноземною мовами» (Тетяна О.).

Прикро, але безліч людей постійно відкладають вивчення іноземних мов, аргументуючи тим, що не мають достатньо часу,

фінансових коштів, здібностей тощо. Проте сьогодні існує безліч онлайн платформ, курсів, ресурсів, додатків, в яких абсолютно безкоштовно можна підвищувати свій рівень володіння англійською чи будь-якою іншою мовою, навіть приділяючи заняттям 15 хвилин на день.

Отже, в ХХІ столітті запорукою успіху є всебічний розвиток, відсутність страху перед новим та, звичайно, володіння іноземними мовами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бойчевська І. Особливості вивчення іноземних мов у немовних вищих навчальних закладах України [Електронний ресурс] / І. Бойчевська // Зб. наук. пр. Уманського державного педагогічного університету. – 2015. – Ч. 1. – С. 45–51. – Режим доступу: <http://znp.udpu.edu.ua/article/view/196230/196481>. – Назва з екрана.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ДО МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Л. С. Королук, студентка спеціальності Освітні, педагогічні науки, група ПВШ-61м;

Л. В. Лебедик, науковий керівник, д. пед. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Для забезпечення якості підготовки майбутніх фахівців до міжкультурної комунікації викладач вищої школи має ефективно реалізувати педагогічні умови означеної підготовки. Ці умови можуть втілитися у життя, якщо в арсеналі викладача вищої школи буде чітка модель реалізації педагогічних умов підготовки майбутніх фахівців до міжкультурної комунікації. Означену модель мають складати такі модулі: 1) мотиваційний (глобальна мета підготовки майбутніх фахівців до міжкультурної комунікації, яка має конкретні цілі на кожному з етапів формування у студентів: а) знань про зміст, функції, структуру, закономірності й особливості міжкультурної комунікації; б) умінь і навичок управління міжкультурними конфліктами й ефективної міжкультурної комунікації; в) важливих для плідної співпраці з іноземцями якостей особистості); 2) теоретико-методологічний (парадигми освіти – знаннява, культурологічна, гуманістична; методологічні підходи, зокрема – системний, технологічний,

культурологічний, комунікативно-діяльнісний; принципи підготовки до міжкультурної комунікації, якими є, окрім загальнодидактичних, принципи толерантності, безконфліктної взаємодії, мультикультуральності змісту підготовки, критичного мислення); 3) предметно-змістовий (компоненти готовності до міжкультурної комунікації – ціннісно-мотиваційний, концептуально-гносеологічний, комунікативно-поведінковий); 4) процесуальний, який передбачає застосування сучасних методів і технологій навчання [1, с. 35–42; 3, с. 155–182], зокрема, дослідницьких (Case-study, «Ажурна пилка», «GRIT») і евристичних методів навчання («Критичний інцидент», «Панельна дискусія» тощо); ефективних дискусійних форм навчання на основі суб'єкт-суб'єктної взаємодії під час аудиторної та позааудиторної діяльності (конференції, тренінги) [2, с. 25–28; 3]; ефективних для підвищення рівня готовності до міжкультурної комунікації засобів навчання – фахової і навчальної літератури, візуальних, аудіо- та відео засобів, мультимедіа); 5) діагностичний (критерії, показники та рівні готовності фахівців до міжкультурної комунікації) [4, с. 73–79; 5, с. 13–15].

Критерії та показники якості підготовки фахівців до міжкультурної комунікації передбачають сукупність ознак, що базуються на інтегративному розвитку емоційних, когнітивних, поведінкових умінь особистості студента, то серед критеріїв можна виокремити когнітивний, суб'єктний, діяльнісний.

Показники когнітивного критерію: способи здобуття знань з міжкультурної комунікації та якість знань (повнота, гнучкість, оперативність); суб'єктного критерію: мотивація до набуття інформації, навичок і досвіду міжкультурної комунікації та рефлексивність суб'єкта у міжкультурній сфері комунікативної діяльності; діяльнісного критерію: здатність до управління міжкультурними конфліктами і культура мовлення в ситуаціях професійного спілкування. Ці показники досить повно відображають практичну і теоретичну готовність майбутніх фахівців до реалізації в професійному середовищі ефективної міжкультурної співпраці.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лебедик Л. В. Моніторинг якості системи підготовки та підвищення кваліфікації викладачів вищої школи / Л. В. Лебедик // Використання технологій менеджменту якості в управлінні закладами освіти : зб. мат. II регіональної наук.-практ. Конф. (м. Тернопіль, 20 листопада 2018 року). Укладачі: Брик Р. С., Дідух Т. Г. – Тернопіль, 2019. – С. 35–42.

2. Лебедик Л. В. Проектування форм педагогічної підготовки майбутніх викладачів вищої школи в умовах магістратури / Л. В. Лебедик // Імідж сучасного педагога. – 2017. – № 8 (177). – С. 25–28.
3. Стрельніков В. Ю. Сучасні технології навчання у вищій школі : модульний посіб. для слухачів авт. курсів підвищ. кваліф. викл. / В. Ю. Стрельніков, І. Г. Брітченко. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 309 с.
4. Стрельніков В. Ю. Критерії якості підготовки фахівців у закладах освіти / В. Ю. Стрельніков // Використання технологій менеджменту якості в управлінні закладами освіти : зб. мат. II регіональної наук.-практ. Конф. (м. Тернопіль, 20 листопада 2018 року). Укладачі: Брик Р. С., Дідух Т. Г. – Тернопіль, 2019. – С. 73–79.
5. Стрельніков В. Ю. Теоретичні основи побудови концепції дидактичної системи підготовки майбутніх менеджерів зовнішньоекономічної діяльності до міжкультурної комунікації / В. Ю. Стрельніков // Імідж сучасного педагога. – 2016. – № 5. – С. 13–15.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ ВИКЛАДАЧА ВИЩОЇ ШКОЛИ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ОСВІТНІХ РЕСУРСІВ

Р. І. Корольюк, студент спеціальності *Освітні, педагогічні науки*, група ПВШ-61м

Л. В. Лебедик, науковий керівник, д. пед. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Для забезпечення якості підготовки викладача вищої важливим є активне використання відкритих освітніх ресурсів, які є навчальними та науковими ресурсами, які існують у відкритому доступі або випущені під ліцензією, яка дозволяє їх безкоштовне використання й модифікацію третіми особами.

Характерними особливостями відкритих освітніх ресурсів є: наукова, методична, навчальна спрямованість матеріалів; підтримка різних носіїв і форматів подання матеріалів; мінімальні обмеження у роботі з цими ресурсами; забезпечення безкоштовного доступу, використання, перерозподілу й обробки матеріалів іншими користувачами [див.: 1, с. 171–173; 2, с. 77–79; 3, с. 254–256; 4, с. 125–131; 5, с. 349–352]. Викладач має знати, що власні відкриті освітні середовища мають усі провідні університети світу, у яких розміщують освітні ресурси. Відкриті освітні ресурси, як правило, розміщені на веб-серверах університетів, які їх розробляли [3, с. 254–256].

Електронний підручник є сучасним засобом подання навчальної інформації при вивченні фахових дисциплін. Він є електронним освітнім ресурсом із систематизованим викладом дисципліни (її модулю), у якому на основі інформаційних технологій наведено звуковий, текстовий, графічний та інший навчальний матеріал (посилання на мультимедійні додатки; динамічне моделювання; ілюстрації; запитання для самоконтролю, матеріали для перевірки правильних відповідей), що забезпечує безперервність і повноту дидактичного циклу відповідно до чинної програми та принципів навчання [1, с. 171–173; 4, с. 125–131].

Для розробки та подальшого упровадження власного електронного підручника, викладач вищої школи має уточнити мету навчального курсу, визначити споживачів цього електронного продукту, навчальні завдання, які з допомогою електронного підручника будуть розв'язуватися, хто їх розв'язуватиме. Розробка сучасного електронного підручника вимагає від викладача вищої школи додаткового аналізу змісту навчальної дисципліни, яка у ньому представлена, з позицій типу зворотного зв'язку, лінійності чи не лінійності структури, різновидів додаткового програмного забезпечення для роботи з графікою, відео-, аудіо- та іншими форматами, форми представлення модулів курсу на екрані монітора, матеріалів візуальної підтримки, анімації, відео, глосарію і тесту для самоперевірки [1, с. 171–173; 5, с. 349–352].

Отже, педагогічною метою застосування електронних освітніх ресурсів є: аудиторна лекція для самонавчання; пропедевтичне ознайомлення з лекційним матеріалом; самоконтроль тощо. Самонавчання через повторне прослуховування навчального матеріалу аудиторної лекції є найпростішим способом – лекцію викладач записує на цифрову відеокамеру без комп'ютерної обробки. Цей формат електронного засобу викликає нарікання, оскільки студент не може ставити запитання викладачу [1, с. 171–173].

Список використаних інформаційних джерел

1. Лебедик Л. В. Дидактичні можливості електронних підручників / Л. В. Лебедик // Сучасна середня освіта : інновації, методологія, теорія, практика : тези доп. на міжрегіональній наук.-практ. конф., 7 жовтня 2014 р. / за заг. ред. І. М. Бобер. – Кременчук : ПП Щербатих О. В., 2014. – С. 171–173.

2. Стрельников В. Ю. Сучасні технології навчання у вищій школі : модульний посіб. для слухачів авторських курсів підвищення кваліфікації викладачів МІПК ПУЕТ / В. Ю. Стрельников, І. Г. Брітченко. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 309 с.
3. Стрельников В. Ю. Підготовка викладачів на курсах підвищення кваліфікації до впровадження системи електронного навчання / В. Ю. Стрельников // Інформаційні технології 2017 : зб. тез IV Всеукр. наук.-практ. конф. молодих науковців, 18 трав. 2017 р., м. Київ / Київ. ун-т ім. Б. Грінченка ; відповід. за вип. : М. М. Астаф'єва, Д. М. Бодненко, В. П. Вембер, О. М. Глушак, О. С. Литвин, Н. П. Мазур. – Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2017. – С. 254–256.
4. Стрельников В. Ю. Принципи побудови змістових модулів у системі інтенсивного навчання / В. Ю. Стрельников // Вісник Черкаського університету. – 2016. – № 5. – С. 125–131.
5. Стрельников В. Ю. Проектування вчителем інтерактивних технологій навчання на основі електронних освітніх ресурсів / В. Ю. Стрельников // Фізико-математична освіта : науковий журнал, 2017. – Вип. 4(14). – С. 349–352.

ПЛАНУВАННЯ ТА ЗДІЙСНЕННЯ ВИХОВНОЇ РОБОТИ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

М. О. Негода, студентка спеціальності *Освітні, педагогічні науки, група ПВШ-51*

С. О. Шара, науковий керівник, к. пед. н., доцент кафедри *педагогіки та суспільних наук*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Нині суспільство і громадськість України все більше усвідомлює, що прогресивний розвиток держави і трансформація суспільних відносин неможливі без докорінних змін у свідомості і поведінці молоді. Досвід інших країн підтверджує думку, що величезна роль у цьому плані належить освіті, її змісту, а також ефективним методам організації виховної роботи зі студентами у вищих навчальних закладах.

Проблема виховання майбутніх фахівців із вищою освітою на сьогоднішній день набуває особливої актуальності. Метою суспільства стає духовне вдосконалення особистості, на що акцентовано увагу в державних нормативних документах та актах. Зокрема, Закон України «Про вищу освіту» передбачає створення таких умов навчання та виховання, які б забезпечували «можливість інтелектуального, морального, духовного, естетичного і

фізичного розвитку особи, що сприяє формуванню знаючої, вмілої та вихованої особистості».

Проблеми виховної діяльності досліджені в сучасній педагогіці та психології:

- загальні питання теорії і практики виховної роботи (А. М. Алексюк, А. С. Макаренко, В. О. Сухомлинський та ін.);

- проблема організації виховної роботи зі студентами різних типів навчальних закладів (С. С. Вітвицька, С. Г. Карпенчук та ін.);

- педагогічні умови організації позааудиторної виховної роботи у вищих закладах освіти (О. В. Винославська, С. Д. Смирнов та ін.).

Заклади вищої освіти працюють на перспективу. Їх випускники покликані утверджувати загальнолюдські та національні морально-духовні цінності. Вони мають усвідомлювати, що наукові знання, найновіші виробничі технології мають сенс лише за умов, коли вони спиратимуться на високий рівень морально-духовної вихованості їх носіїв. Кожен фахівець повинен розуміти, завчасно передбачати, якою мірою нові наукові відкриття, технології будуть сприяти людському розвитку. Тому важливими напрямками ефективної діяльності закладів вищої освіти є демократизація, гуманізація та гуманітаризація навчально-виховного процесу, органічне поєднання в ньому національного та загальнолюдського начал.

Метою дослідження є узагальнення сучасної проблематики виховання студентів і визначення основних напрямів удосконалення організації виховного процесу у в. Реалізувати завдання виховання особистості студента можливо лише за умови єдності трьох складових освіти: навчання, розвитку і виховання. Проте є деяка різниця в ролі навчання і виховання в становленні особистості фахівця: навчання діє на індивідуально-виконавчий зміст діяльності, формує знання, уміння і навички. Виховання ж формує ставлення, смисли діяльності. У діяльності викладача навчання і виховання нероздільні (Г. Костюк). Тому навчання, освіта – це основний, хоч і не єдиний шлях виховання.

Розв'язання завдань виховання можливо лише за умови комплексного підходу і залучення до цієї роботи всього професорсько-викладацького складу закладів вищої освіти, адміністрації, органів студентського самоврядування та громадських об'єднань студентської молоді. На практиці організація виховної ро-

боти здійснюється за допомогою ректорату, кафедри, куратора, викладача, студентського самоврядування і активності самого студента, що, в свою чергу, формує багатогранну, цілісну, всебічно розвинену особистість.

Адміністрація вишу вибудовує свою роботу на таких принципах, як: системність процесу виховання; безперервність і спадкоємність у вихованні; єдність історичного, національного та загальнолюдського у вихованні; розвиток національної свідомості, прищеплення любові до свого народу, поваги до його культури, традицій, звичаїв, а також поваги до культури інших народів, оволодіння цінностями української та світової культури в усіх сферах життєдіяльності; гуманітаризація, гуманізація виховання; єдність навчання та виховання; співробітництво, партнерство, взаємодія між викладачем і студентом, що сприяє поглибленому процесу навчання, перетворенню студента в активного суб'єкта навчання та виховання; індивідуалізація виховного процесу – діалектичне поєднання індивідуальних і колективних форм.

Студентське самоврядування є важливим фактором розвитку і модернізації суспільства, виявлення потенційних лідерів, виховання у них навичок управлінської та організаторської роботи з колективом, формування майбутньої еліти нації. Опора на ініціативу, активну життєву позицію, ціннісні орієнтації студентства є реальним показником цивілізованості суспільства, утвердження в ньому демократичних начал.

Запровадження студентського самоврядування у вищих навчальних закладах є конкретною реалізацією громадянських прав студентів, формування у них почуття відповідальності, вміння вирішувати соціальні, економічні та культурно-освітні проблеми. Водночас студентське самоврядування є дієвою формою самовиховання. Значне місце в системі формування всебічно розвиненої особистості студента мають посідати позааудиторні форми виховання: діяльність наукових гуртків, творчих студій, конференцій, дискусійних клубів, зустрічей з письменниками, художниками, акторами та ін.

Таким чином, організація виховної роботи в структурних підрозділах університету потребує постійного вдосконалення, пошуку і приведення в дію нових форм впливу на студентів, відпрацювання нових методик. Разом із тим, потрібно активізувати традиційні види діяльності, збереження досягнень минулого.

Виховання повинно носити творчий характер, орієнтуючись на проблеми, пов'язані зі специфікою кожного ЗВО. Надзвичайно важливе завдання адміністрації та органів самоврядування полягає у створенні належних умов для розвитку та задоволення культурних потреб студентів, для їх самореалізації. Випускники університету мають бути не просто знаючими спеціалістами, а людьми творчими, духовно багатими із демократичним світобаченням.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кошельник В. В. Організація виховної роботи зі студентами у вищому навчальному закладі / В. В. Кошельник. – Вінниця : Гуманізм та освіта, 2010. – С. 267–271.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ТЕХНІЧНОМУ КОЛЕДЖІ

В. Б. Сойка, студент спеціальності *Освітні, педагогічні науки*, група ПВШ-61м

Л. В. Лебедик, науковий керівник, *д. пед. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Для забезпечення якості формування фахової компетентності майбутніх молодших спеціалістів у Технічному коледжі Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя використовуються досліджені науковцями [1–5] критерії і показники рівнів професійної компетентності.

Зокрема, у публікаціях Л. Лебедик [1, с. 77–82; 2, с. 49–54; 3, с. 167–177] визначені критерії сформованості професійної компетентності фахівців на основі положень критеріального підходу і сутнісних характеристик професійної компетентності. Автор, розглядаючи структуру професійної компетентності викладача вищої школи як єдність його компонентів, оцінює її за компонентами, що також є й основними критеріями: когнітивним – засвоєння знань професійних і суміжних з ними предметів, аргументоване обґрунтування власних думок щодо вирішення професійних ситуацій [2, с. 49–50; 5]; діяльнісним – рівень сформованості умінь викладача, ініціація навчання, активна і

продуктивна участь у спільному навчанні; корекція власної поведінки; адекватна самооцінка значущості своєї участі у спільній навчальній роботі; особистісним – ступінь сформованості професійно важливих якостей.

Зміст критеріїв рівнів професійної компетентності викладачів вищої школи має прояв у відповідних показниках. *Когнітивний* критерій передбачає засвоєння фахівцем фахових знань для вирішення професійних ситуацій, аргументоване обґрунтування власних думок щодо вирішення професійних ситуацій, відповідає сучасним вимогам до фахівців стосовно швидкої адаптації у змінних і складних професійних діях [2, с. 49–50]. *Діяльнісний* критерій щодо ініціації навчання, активної і продуктивної участі у спільному професійному навчанні є системою потреб, цілей, мотивів, які змушують фахівців оволодівати фаховими знаннями, усвідомлено ставитися до навчання, бути суб'єктом процесу навчальної діяльності. *Особистісний* критерій є системою вимог до належного рівня професійно важливих якостей особистості студента, основними показниками якого є такі професійні якості особистості: якості креативності й інтелекту – передбачливість; гнучкість; готовність сприйняти нову незвичну інформацію; вміння розуміти й оцінювати події через причинно-наслідкові зв'язки; орієнтація на об'єктивно необхідні ознаки явищ і подій тощо; якості, що пов'язані зі ставленням до праці – уважне ставлення до обов'язків, працелюбність, творчість у роботі; якості, що характеризують загальний стиль діяльності й поведінки – самостійність, дисципліна, дотримання слова, авторитетність, енергійність.

Отже, використано дев'ять основних показників: 1) теоретичні знання фахових і суміжних дисциплін; 2) спеціальні знання; 3) організаційні вміння; 4) комунікативні вміння; 5) дидактичні вміння; 6) проектувальні вміння; 7) інтелект і креативність; 8) ставлення до професійної діяльності; 9) стиль поведінки і діяльності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лебедик Л. В. Компоненти структури педагогічної компетентності магістра економіки / Л. В. Лебедик // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2009. – Вип. 46. – С. 77–82.
2. Лебедик Л. В. Критерії і рівні сформованості педагогічної компетентності магістрів економіки / Л. В. Лебедик // Постметодика. 2009. – № 7 (91). – С. 49–54.

3. Лебедик Л. В. Формирование общих и профессиональных компетенций магистра экономики как будущего преподавателя / Л. В. Лебедик // Теоретико-методические основы внедрения компетентностного подхода в высшей школе : монография / под ред. д. пед. н., проф. В. Ю. Стрельникова. – Харьков : Издательство Иванченко И. С., 2018. – С. 167–177.
4. Стрельников В. Ю. Акмеологічна компетентність викладача вищої школи / В. Ю. Стрельников // Вісник Черкаського університету. Серія Педагогічні науки. № 31 (244). – Черкаси : ЧНПУ імені Богдана Хмельницького, 2013. – С. 71–74.
5. Стрельников В. Ю. Философские основы проектирования дидактических систем в русле компетентностного подхода / В. Ю. Стрельников // Теоретико-методические основы внедрения компетентностного подхода в высшей школе : монография / под ред. д. пед. н., проф. В. Ю. Стрельникова. – Харьков : Издательство Иванченко И. С., 2018. – С. 9–28.

ВИХОВНА РОБОТА У ЗВО ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ

Ю. Стародуб, студентка спеціальності Освітні, педагогічні науки, групи ПВШ-51

С. О. Шара, науковий керівник, к. пед. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасне українське суспільство одним із пріоритетних завдань вищої школи визначає створення сприятливого навчально-виховного середовища, яке б забезпечувало формування особистості майбутнього фахівця з притаманними йому такими якостями: високий професіоналізм, діловитість, громадська активність, мобільність, почуття відповідальності, самостійність у прийнятті рішень, прагнення й здатність до самоосвіти та самовдосконалення, комунікативність, емпатійність тощо. Успішне вирішення окреслених завдань можливе за умови конструктивно організованої виховної роботи у закладах вищої освіти, продуманого вибору форм, методів її реалізації.

Про необхідність упровадження принципово нових підходів до організації виховної роботи у середовищі студентської молоді, наголошується у Національній стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2021 року, Концепції виховання дітей та молоді у національній системі освіти, в Законах України «Про

вищу освіту», «Про освіту», в Концепції національного виховання студентської молоді та ін.

У зв'язку з реформуванням вищої школи та інтеграцією вищої освіти в Європейське співтовариство, основна ідея виховної роботи у закладі вищої освіти полягає у вихованні майбутнього фахівця не тільки громадянином своєї країни, а й «громадянином світу». Саме тому закладам вищої освіти необхідно реалізовувати зміст виховної роботи у відповідності до таких ключових ліній, як: ціннісне ставлення до себе; ціннісне ставлення до сім'ї, родини, людей; ціннісне ставлення до праці; ціннісне ставлення до природи; ціннісне ставлення до культури й мистецтва. Все це однозначно й переконливо доводить, що проблема формування особистості майбутнього фахівця є надзвичайно актуальною й нелегкою і вимагає конструктивного її вирішення.

Питання організації виховної роботи зі студентами у закладі вищої освіти є одним із важливих у педагогічній теорії та практичній діяльності. Сутність, зміст і особливості виховної роботи закладу вищої освіти розкриваються у дослідженнях Л. Байкової, О. Божко, Л. Белової, О. Білик, О. Безкоровайної, О. Гречаник, Л. Зуєвої, В. Караковського, О. Кондратюк, Л. Москальової, Д. Пащенко, С. Полякова, Г. Троцько, М. Удовенко та ін.

Так, М. Фіцула зауважує, що виховання у закладах вищої освіти здійснюється у процесі навчання та в позааудиторний час, тобто у процесі виховання. На думку вченого, процес виховання – це система заходів, спрямованих на формування всебічно й гармонійно розвиненої особистості.

На думку І. Беха, З. Бондаренко, Н. Волкової, В. Тищенко виховний процес окрім використання різноманітних методів, прийомів, засобів виховання передбачає постійне виявлення результатів виховних впливів, корекції змісту й методики організації виховної роботи.

В умовах інтеграції вищої освіти в Європейське співтовариство, у виховній роботі зі студентами має надаватися перевага новим підходам до її організації. Це пов'язано, перш за все, з формуванням нової моделі майбутнього спеціаліста, здатного швидко пристосовуватися до змінних ситуацій, творчо мислячого професіонала, активного, самостійного, з широким спектром сучасних знань і умінь, здатного до постійного самовдосконалення.

Тому діяльність усіх інтегрованих суб'єктів виховної роботи: студентів, органів студентського самоврядування, заступників деканів, кураторів спрямовується на пошук нових педагогічних технологій, методів (інтерактивних та традиційних) і форм (індивідуальних, групових та масових), а також на визнання пріоритету самовиховання студентів, індивідуальної діяльності, спрямованої на розвиток особистісного потенціалу.

Успіх будь-якої організації, в тому числі й виховної роботи, значним чином залежить від якості управління нею. А результативність управління, в свою чергу, залежить від реалізації концептуальних основ керівництва. Уміння точно і діагностично правильно визначити мету і завдання, глибоко усвідомити їх, оцінити обставини, в яких буде проводитись робота, обрати найбільш доцільну структуру, зміст, форми і методи, науково та обґрунтовано спланувати роботу і на високому рівні її реалізувати – це ті найважливіші вимоги, які ставляться перед керівником вищого навчального закладу.

Нагальною потребою сучасної вищої освіти є необхідність забезпечення сприятливих умов для особистісного становлення, розвитку та самовдосконалення кожного студента, майбутнього фахівця, врахування індивідуальних запитів та інтересів, стимулювання внутрішньої потреби до формування не лише професіоналізму, але й системи цінностей та духовного світу особистості молодшої людини.

Демократичні перетворення в сучасному суспільстві зумовлюють переосмислення призначення, а отже, змісту й у цілому концептуальних підходів до організації виховної роботи у вищому навчальному закладі саме як чинника особистісного й професійного становлення студентської молоді. Подальшого наукового дослідження потребує пошук нових змісту, форм і методів роботи кураторського складу, органів студентського самоврядування, активної партнерської взаємодії студентів і викладачів; а також дослідження якості й результативності виховної роботи в закладах вищої освіти.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сірик С. Ф. Позанавчальна діяльність студентів як чинник успішної соціалізації особистості [Електронний ресурс] / С. Ф. Сірик // Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки. – 2019. – № 2 (18). – Режим доступу: <http://pedpsy.duan.edu.ua/images/PDF/2019/2/16.pdf>. – Назва з екрана.

БЕЛОРУССКАЯ СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ ГЛАЗАМИ ЭКСПЕРТОВ БОЛОНСКОГО КОМИТЕТА

М. А. Ивашнёва, студентка специальности Экономика и управление на предприятии, группа Э-21

*А. Г. Злотников, научный руководитель, к. э. н., доцент, профессор кафедры права и экономических теорий
Высшее учебное заведение «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»*

Республика Беларусь вступила в Болонский процесс в 2015 году, но, несмотря на это, общественный Болонский комитет анализирует нашу белорусскую образовательную политику уже с 2011 года.

Первая проблема, с которой столкнулась Беларусь – это проведение реформ. На одном из совещаний Президент Республики Беларусь сказал, что «Реформами мы никогда не занимались в образовании и заниматься не будем. Мы должны совершенствовать то, что имеем сегодня, и то, что получили вчера. Ломать ничего нельзя» [1]. Однако эксперты считают, что если реформы продолжать затягивать, то в скором времени белорусское образование будет бесполезной вещью.

Также в Беларуси наблюдается сокращение численности студентов.

Вторая проблема, которую выделили эксперты, – это сокращение бюджета на высшее образование. Член общественного Болонского комитета, бывший проректор ЕГУ Владимир Дунаев отметил, что расходы на 1 студента за последнее пятилетие уменьшились на 25 %, а на финансирование высшего образования вообще на 44 %. Также он выделил 3 критерия оценки эффективности образовательной системы, а именно затраты, доступность, качество. Сейчас можно наблюдать ухудшение по всем 3 пунктам.

Третьей проблемой является низкое качество образования, которое приводит к росту безработицы. Из-за единого показателя качество образования определить очень сложно. Не всегда оценка на экзамене показывает реальное положение вещей. Тем более нельзя говорить о росте качества образования, когда происходит сокращение расходов на него. О снижении качества образования свидетельствует количество безработных выпускников вуза.

Следующую проблему, которую можно выделить, это отсутствие обратной связи ВУЗ – работодатель. По утверждениям экспертов, нынешняя молодёжь поступает в высшее учебное заведения не ради знаний, а ради диплома. Но, к сожалению, работодателя больше интересуют его знания.

Последняя проблема заключается в том, что власти скептически относятся к академической свободе. Академическая свобода и честность, институциональная автономия и деятельность студентов в управлении университетами, ответственность общества за высшее образование и обязательства вузов перед обществом для Европейского пространства высшего образования являются базовыми ценностями. Но в Республике Беларусь до сих пор продолжают законодательное ограничение академической свободы и академические репрессии. Недемократические методы управления и малый уровень автономии белорусских университетов может обесценить возможный будущий прогресс в исполнении Болонских инструментов.

Авторы «Белой книги 2018» считают, что белорусским властям принять правильные решения мешает подозрительность в отношении европейских академических императивов, а также страх потери контроля над обществом.

Таким образом, эксперты определили, что Республика Беларусь затянула проведение реформ. Если бы она имела своей целью продолжительный положительный эффект, то тогда реформы были бы не шоковыми, а комплексными и последовательными.

Список использованных информационных источников

1. Не ломать, а совершенствовать. Такой принцип развития системы образования определен на совещании у Президента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/raspisanie-na-zavtra-obrazovanie.html> (дата доступа: 23.03.2020). – Название с экрана.
2. Что не так с белорусским высшим образованием? Топ-5 фактов от экспертов Болонского комитета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belsat.eu/ru/news/chto-ne-tak-s-belorusskim-vysshim-obrazovaniem-top-5-faktov-ot-ekspertov-bolonского-komiteta/> (дата доступа: 23.03.2020). – Название с экрана.

ЯКІСТЬ ОСВІТИ – ЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОЇ ЛЮДИНИ

Є. В. Саленко, студент спеціальності Менеджмент, група МЕН-11

Ж. А. Кононенко, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасний темп розвитку суспільства створює все нові вимоги до випускників закладів вищої освіти. З'явилась необхідність віддавати перевагу предметам, що розвивають інтелектуальні здібності, ініціативність, пристосованість і впевненість для роботи в умовах сьогодення. Економіка майбутнього вимагає від працівника не стільки орієнтації на виконання певного завдання, скільки вміння швидко вирішувати проблеми. Усе це призводить до переоцінки системи вищої освіти. Постає завдання сформувати не стільки кваліфікованого, скільки компетентного спеціаліста.

Для початку розглянемо ці дві характеристики і з'ясуємо, чим вони відрізняються. Поняття «кваліфікованість» містить професійні знання та вміння, а компетентність, окрім цього, має такі властивості особистості: ініціативність, здатність до командної роботи, наявність критичного мислення тощо.

З огляду на актуальну ситуацію на ринку праці основним завданням освіти щодо компетентності є формування таких навичок: уміння швидко адаптуватися до змін, здатність самостійно приймати важливі рішення і навчатися протягом усього життя.

Спостерігаючи за успіхами освітніх систем різних країн, бачимо, що одним із варіантів підвищення якості освіти є її переорієнтація на компетентність.

Поняття «компетентнісна освіта» з'явилося в США під час вивчення досвіду видатних учителів. З початку 1980-х рр. були спроби визнати компетентність освітнім результатом. Нині американські фахівці виділяють три основні складники компетентнісної освіти: формування знань, умінь та цінностей особистості.

Згідно з досвідом країн, які використовують компетентний підхід до освіти вже кілька років, ми можемо спостерігати спільні тенденції, намагання розробити певну систему компетентностей. Така система складається з:

- надпредметних компетентностей (ключові, базові);
- загальнопредметних (освітні галузі);
- спеціальнопредметних (стосується певного предмету).

Приклади надпредметних компетентностей:

- творче мислення;
- здатність до комунікації у різних ситуаціях;
- здатність до адаптування за різних обставин;
- розуміння й уміння використовувати технології;
- здібності до досліджень;
- наявність комплексу індивідуальних і соціальних цінностей й орієнтація на них.

Загальнопредметні компетентності визначаються щодо кожного окремого предмету і вдосконалюються у міру його вивчення.

Спеціальнопредметні компетентності встановлюють до кожного предмету, змінюються до кожного навчального року.

Висновок. Наявні тенденції на ринку праці красномовно вказують на необхідність зміни орієнтації освіти в бік формування компетентностей. Фактично основне завдання полягає в тому, щоб «навчити людину навчатися» впродовж усього життя.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кубенко І. М. Що таке компетентність і як її розуміють в освіті. 2010 [Електронний ресурс] / І. М. Кубенко. – Режим доступу: http://tme.umo.edu.ua/docs/Dod/1_2010/kubenko.pdf. – Назва з екрана.

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

О. В. Акінішина, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФК-51

*О. В. Гасій, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Значну роль у задоволенні споживчих потреб населення, підвищенні його життєвого рівня, забезпеченні соціально-економічного розвитку країни у теперішньому стані економічної та соціальної нестабільності, військової агресії, відіграє такий вид кредиту, як споживчий кредит, що надається населенню [4].

Споживчий кредит являє собою грошові кошти, що надаються споживачу (позичальникові) на придбання товарів (робіт, послуг) для задоволення потреб, не пов'язаних з підприємницькою, незалежною професійною діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника [2].

Сучасний стан розвитку споживчого кредитування в Україні характеризується наступними змінами, що мають нерівномірний характер (табл. 1).

Таблиця 1 – Обсяги банківського кредитування фізичних осіб в Україні 2013–2019 рр., млн грн [2]

	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Споживчі кредити	137 346	135 094	104 879	101 528	122 066	151 625	173 702
На придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості	51 447	71 803	66 169	58 549	48 172	36 045	32 611
Іпотечні кредити	56 270	72 156	60 215	60 265	38 601	26 616	33 170
Інші кредити	4 736	4 318	3 821	3 255	3 944	5 019	6 203

Особливостями розвитку банківського споживчого кредитування в Україні протягом 2013–2019 рр. є [1-4]:

1. Перевищення зростання обсягів споживчого кредитування над темпами росту доходів населення.

2. Зростання 2013–2014 рр., спад у 2015–2016 рр., відновлення з 2017–2019 рр.

3. Надання переваги споживчому кредитуванню у групі кредитування фізичних осіб в Україні 2013–2019 рр.

4. Розвиток готівкових, карткових та товарних «дрібних кредитів», інтернет-банкінгу.

5. Нестабільність динаміки структури споживчих кредитів у розрізі валют. За 2018 р. загальна кількість споживчих кредитів становила 151 млрд грн з яких 125 млрд становлять кредити у національній валюті, а всього 26 млрд у іноземній (82 % до 18 %);

6. Перевищення обсягів короткострокового споживчого кредитування над довгостроковим.

На погіршення темпів розвитку банківського споживчого кредитування мали вплив такі чинники, як зростання норми заощадження через скорочення реальних наявних доходів і зниження споживчої впевненості та відносно насичення кредитного ринку, високий рівень фінансових ризиків та вартості кредитних ресурсів.

На нашу думку, ключовими негативними моментами банківського споживчого кредитування є інфляційні процеси, що знижують реальні доходи населення, девальвація національної грошової одиниці, низька платоспроможність населення, висока вартість споживчих кредитів, недостатність аналізу банківськими установами кредитоспроможності позичальників-фізичних осіб, що призводить до зростання кредитних ризиків та обсягів неповернення банківських споживчих кредитів.

Для активізації розвитку банківського споживчого кредитування доцільним вбачається комплексна оцінка кредитоспроможності клієнтів банку, зниження вартості кредитної послуги, надавати кредити із дотриманням усіх принципів кредитування (не вибірково), а також розвиток регіональної політики споживчого кредитування, що, у свою чергу, характеризує соціальна роль банків у розвитку регіонів.

Таким чином, на сучасному етапі розвиток банківського споживчого кредитування характеризується як позитивними, так і негативними рисами. Ураховуючи, що споживчі кредити – фор-

ма забезпечення фінансового добробуту суспільства, потрібно прикласти максимум зусиль щодо їх доступності для більшості верств населення, адже це матиме прямий вплив на розвиток економіки всієї держави.

Список використаних інформаційних джерел

1. Єгоричева С. Б. Сучасний механізм функціонування регіональної банківської системи / С. Б. Єгоричева, О. В. Гасій. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – 217 с.
2. Офіційний сайт Національного Банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua>. – Назва з екрана.
3. Чайковський Я. І. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку банківського споживчого кредитування в Україні / Я. І. Чайковський // Економічний аналіз. – 2017. – Т. 27. – № 1. – С. 156–163.
4. Шиндер О. В. Соціальна роль банків у розвитку регіонів / О. В. Шиндер // Економіка та держава. – 2010. – № 4. – С. 97–99.

КРЕДИТНИЙ ПОРТФЕЛЬ БАНКІВ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

***І. О. Борисенко**, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФК Б-11*

***Т. П. Гудзь**, науковий керівник, д. е. н., професор кафедри фінансів та банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Одним із найважливіших напрямів здійснення банком активних операцій є кредитування. У структурі банківського балансу кредитний портфель розглядається як складова активів банку, що характеризується показниками дохідності й відповідним рівнем ризику. Основною метою формування кредитного портфеля банками є забезпечення максимального рівня дохідності кредитного портфеля та акціонерного капіталу банку за допустимого рівня ризику [1].

У 2019 році обсяг проблемних кредитів в українських банках уперше за останні роки знизився нижче рівня 50 % та станом на 1 січня 2020 року становив 48,4 %. Якість кредитних портфелів покращилась у банках усіх груп, окрім банків із російським капіталом.

Рівень непрацюючих кредитів продовжує скорочуватися, хоч і вкрай повільно. Основний фактор – стрімке зростання роздріб-

ного кредитування, що статистично «розмиває» частку старих недіючих кредитів. Більшість банків визнала збитки від непрацюючих кредитів майже повністю, рівень їх покриття резервами перевищує 90 % [2].

Частка непрацюючих кредитів повільно знижується, їхні обсяги практично не змінюються. Від початку року частка недіючих кредитів продовжила повільно зменшуватися. Основна причина – статистичний ефект від зростання кредитного портфеля. Це особливо помітно в сегменті фізичних осіб: у ньому за останні два роки частка непрацюючих кредитів скоротилася на 17 в. п. до 42,6 %. Тим часом у корпоративному сегменті за цей період частка непрацюючих кредитів зменшилася лише на 2 в. п. до 54,9 % [2]. У ньому обсяг кредитів зростає повільніше, зате було проведено значні реструктуризації держбанками. Вони визнали реструктуровані позики працюючими після того, як протягом півроку позичальники знову почали їх регулярно обслуговувати.

Велика частка недіючих кредитів – джерело системних ризиків в Україні. За останні три роки прогрес у скороченні непрацюючих кредитів був ледь помітним. Значне посилення вимог до оцінки банками величини кредитного ризику з відповідним збільшенням відрахувань до резервів за активними операціями, підвищення вимог до оцінки платоспроможності позичальників і якості застави остаточно заблокували мотивацію банків до кредитування реального сектору економіки, оскільки у багатьох випадках передбачало формування 100-процентних резервів за наданими кредитами.

У державних банках проблема непрацюючих кредитів найгостріша. Станом на 01.01.2020 р. частка непрацюючих кредитів у їх кредитних портфелях становить близько 66,2 % [2]. Частка державних банків у загальному обсязі недіючих кредитів сектору становить 69,8 %, із них 40.7 в. п. у Приватбанку. Через це Міністерство фінансів як представник акціонера (держави) планує зобов'язати держбанки скласти плани врегулювання непрацюючих кредитів та реалізувати їх у визначені терміни.

Отже, для покращення та забезпечення перспективи кредитного портфеля необхідно:

1. Постійно контролювати банки, які здійснюють агресивну кредитну політику на банківському ринку, тобто більше 80 % активів знаходиться в кредитному портфелі.

2. Розробляти та суворо дотримуватися положень основної грошово-кредитної політики з урахуванням зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на роботу банку.

3. Забезпечити ефективний моніторинг фінансового стану позичальника для контролю динаміки сумнівних боргів у банку.

4. Переоцінити кредитний портфель за реальною вартістю (на ринку).

5. Комерційні банки повинні ретельно відбирати зовнішнього аудитора для запобігання шахрайству.

Зважаючи на цілковиту непрогнозованість розвитку ситуації в умовах пандемії COVID-19 і розгортання світової фінансово-економічної кризи, не можна виключати, що за рік темпи інфляції прискоряться до понад 10 %. Найбільш ймовірно, що економічна ситуація вимагатиме від Національного банку України проведення більш жорсткої облікової політики після її відносної лібералізації за останній рік. Подорожчання кредитів негативно позначиться на діловій активності бізнесу в період відновлення його роботи після карантинних заходів. Тому, важливо застосувати ряд економічних реформ, які нівелюють вплив вимущених монетарних заходів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бровко Л. І. Аналіз кредитного портфеля комерційних банків України в сучасних умовах / Л. І. Бровко, Ю. В. Сорока, Є. І. Бровко // Економіка та держава. – 2018. – № 11. – С. 85–89.
2. Про фінансову стабільність станом на 01.01.2020 [Електронний ресурс]: Звіт Національного банку України. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2019-R1.pdf. – Назва з екрана.

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ СТРАН ЕВРОСОЮЗА

О. В. Герасимчук, студентка специальности *Логистика*, группа Г-21

Л. Н. Кривошеева, научный руководитель, к. э. н., доцент кафедры права и экономических теорий
Высшее учебное заведение «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Европейский Союз в XXI веке является одним из наиболее развитых регионов мира. Также можно сказать, что Европейский Союз представляет собой один из самых экономически

сильных альянсов мира. Но нельзя не учитывать и тот факт, что характерной тенденцией в современной мировой экономике является сдвиг фокуса ВВП от США и Европейского Союза в сторону Китая. Высокие рейтинговые оценки стран Европейского Союза (ЕС) отражают тот факт, что в большинстве стран ЕС сохраняются относительно прочные традиции социальных аспектов экономического развития. Европейский Союз строится на ценностях социальной рыночной экономики и поддерживает концепцию социального государства, настаивая на солидарности и социальной справедливости.

Наиболее цитируемым рейтингом конкурентоспособности в глобальном масштабе является «Отчет о глобальной конкурентоспособности» (Global Competitiveness Report), который ежегодно представляется на ВЭФ (Всемирном экономическом форуме). Рейтинг составляется с использованием индекса глобальной конкурентоспособности GCI (Global Competitiveness Index), который вычисляется на основе многокритериальной оценки широкого спектра переменных показателей, детально характеризующих конкурентоспособность национальных экономик. Все переменные последовательно объединены в 12 контрольных показателей, определяющих три главных фактора оценки конкурентоспособности: 1) основные требования для экономического развития страны; 2) предпосылки для развития экономики, основанной на повышении эффективности; 3) главные предпосылки экономического роста на основе научных исследований и инноваций.

О масштабе этого рейтинга конкурентоспособности говорит тот факт, что в отчет о глобальной конкурентоспособности за 2014–2015 годы были включены 144 страны, отчет за 2015–2016 годы охватывает 140 стран. А в ходе первой оценки в 1979 году индекс глобальной конкурентоспособности касался только 16 европейских стран [1].

Рейтинг глобальной конкурентоспособности за 2017 год возглавляет Гонконг, на втором месте – Швейцария, на третьем – Сингапур, на четвертом – США, на пятом – Нидерланды, на шестом – Ирландия, на седьмом – Дания, на восьмом – Люксембург, на девятом – Швеция, десятое место принадлежит Объединенным Арабским Эмиратам.

В 2019 году положение немного изменилось и выглядит следующим образом: лидирующую строчку занял Сингапур, на второе место опустился Гонконг, США поднялись на строчку выше, тем самым с четвертого места оказались на третьем,

Швейцарія опустилась на дві строчки рейтинга і заняла 4 місце, ОАЕ піднялись на 5 строчек, тем самым заняли 5 місце.

Китай занял 14-ю строчку, Німеччина – 17-ю, Велика Британія – 23-ю, Південна Корея – 28-ю, Японія – 30-ю, Франція – 31-ю, Індія – 43-ю, Російська Федерація – 45-ю, Україна – 54-ю. В останню трійку вошли Аргентина, Монголія і Венесуела [1].

Таким образом, сильні сторони Європейського Союзу стосуються, перш за все, соціальних і екологічних аспектів економічного розвитку. Разом з тим виявляється небагатоприятна ситуація в результаті продовжуються диспропорцій в економічній і соціальній областях окремих країн Європейського Союзу. На основі досвіду осмислення історичного розвитку різних спільнот можна помітити чередування інтеграційних і дезинтеграційних процесів, які є відображенням рішення проблеми задоволення протирічливих інтересів країн і людей, в них проживаючих, що можна розглядати як відповідь на питання, досяг чи процес інтеграції Європейського Союзу меж своїх можливостей.

Список использованных информационных источников

1. Ежегодный рейтинг глобальной конкурентоспособности / The IMD World Competitiveness Ranking [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/the-imd-world-competitiveness-yearbook/info/> (дата доступа: 19.10.2019). – Название с экрана.
2. The EU in the world. Eurostat, Statistical books. Publications Office of the European Union. – Luxembourg, 2015. – ISBN 978-92-79-48417-9.
3. Вархолова Т. Конкурентоспособность Европейского Союза: вызовы и угрозы / Т. Вархолова, Л. Дубовицка // Научный диалог. – 2017. – № 3. – С. 133–147.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

А. В. Зінченко, студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група Ф-51

Г. М. Сидоренко-Мельник, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Негативні прояви фінансової кризи для підприємств України, що характеризуються спадом обсягів виробництва, реалізації та

надання послуг, девальвацією гривні, підвищенням цін на більшість позицій торговельного кошика ритейлерами, зростанням ціни на паливо та транспортні витрати, виникненням ознак нестабільності у банківському секторі, у т. ч. звуження доступу до кредитних ресурсів для підприємств, актуалізують значення управління їх діловою активністю.

Незважаючи на значний науковий доробок з окресленої проблематики, а це праці таких авторів, як Д. Аакер, Е. Долан, К. Кемпбел, А. Шермет, В. Ковальов, Г. Савицька, Т. Лахтіонова та інші, існує потреба узагальнення теоретико-методичних засад управління діловою активністю підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення цього процесу.

На сьогодні функціонування будь-якого підприємства неможливе без управління його господарською діяльністю. Саме через функцію управління відбувається процес координації дій на підприємстві, головною метою яких є досягнення поставлених цілей та виконання місії підприємства [1].

Результативне управління діловою активністю підприємства має спиратись на надійну теоретичну базу, оскільки лише чітке усвідомлення значення та змісту таких фундаментальних категорій менеджменту, як закономірності, принципи, функції, методи, ефективність, надасть можливість керуючій системі здійснювати те, що має назву наукове управління. Кожна система управління становить сукупність усіх елементів, підсистем і комунікацій між ними, а також процесів, що забезпечують задане функціонування підприємства [2].

Система управління підприємством, що керується концепцією управління діловою активністю, є комплексом принципів, функцій, управлінських відносин та механізму управління, які разом приводять до виконання головної місії підприємства – задоволення потреб і запитів споживачів [3]. Компоненти управління діловою активністю підприємства повинні бути підсистемою системи стратегічного й оперативного управління підприємством. Управління діловою активністю підприємства потребує розробки стратегій управління діловим станом з метою узгодження різних підходів до розвитку (підтримки, захисту) операційної діяльності та удосконалення управління діловими операціями. Виходячи з наявності ресурсів підприємства, органи управління обирають найбільш прийнятні методи управління, які реалізуються шляхом використання ресурсів управління.

З огляду на ситуацію, що склалась в Україні, становище підприємства у кризовий період функціонування вимагає помірних дій щодо розвитку діяльності та/або мінімальної активності у ділових справах через обмеженість ресурсів. Такі дії дозволяють стримувати настання ризикових ситуацій, пов'язаних, наприклад, із неплатоспроможністю дебіторів, із затримкою поставок матеріалів, сировини, запчастин тощо. Необхідним виявляється впровадження ресурсозбережних технологій, жорсткої економії витрат, вишукування можливостей гнучкого маневрування ресурсами при зміні кон'юнктури ринку. Виявлення шляхів зниження собівартості має спиратися на комплексний техніко-економічний аналіз роботи підприємства: вивчення технічного й організаційного рівня виробництва, використання виробничих потужностей і основних засобів, сировини і матеріалів, робочої сили, господарських зв'язків, а також усіх складників собівартості.

На перший план виходить прагнення до зменшення рівня ризиків і підвищення ефективності та прибутковості діяльності підприємства. При цьому головним завданням є розв'язання трьох проблем: визначення необхідного обсягу фінансових ресурсів; оптимізація джерел їх формування; фінансово-економічна оцінка та обґрунтування вибору альтернативних варіантів перспективного розвитку. Саме тому першочерговою проблемою на сьогоднішньому етапі розвитку всіх українських підприємств є пошук альтернативних шляхів покращання їх фінансового стану та підвищення рівня ділової активності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Анискин Ю. П. Финансовая активность и стоимость компании / Ю. П. Анискин, А. Ф. Сергеев, М. О. Ревякина. – Москва : Омега-Л, 2005. – 237 с.
2. Наливайко А. Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку : монографія / А. Наливайко. – Київ : Вид-во КНЕУ, 2001. – 227 с.
3. Харченко В. Ділова активність як складова системи управління розвитком промислового підприємства [Електронний ресурс] / В. Харченко. – Режим доступу: ea.dgtu.donetsk.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/25338/1. – Назва з екрана.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

К. М. Кольвашенко, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФК м-51

О. В. Тимошенко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри фінансів і банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Податкова реформа України, що розпочалася з початку 1990-х років, була не послідовною та не мала під собою науково розроблену концепцію її проведення, що позначалося на постійних змінах податкового законодавства та пошуку нових варіантів реалізації податкової політики, які не були взаємопов'язаними якоюсь програмою стратегічного розвитку країни. Це сприяло тому, що зміни в податковому законодавстві не лише не сприяли покращенню соціально-економічного становища в країні, але діяли навпаки, погіршуючи стан як окремих платників податків, так і держави загалом.

Узагальнення дозволяє нам визнати ключовими негативними чинниками, що визначають надто низькі конкурентні позиції української податкової системи, а саме:

- 1) високе податкове навантаження на бізнес;
- 2) нераціональний розподіл податкового тиску між факторами виробництва. В Україні основний податковий тиск чиниться на капітал і людські ресурси, які в сучасних економічних умовах є рушіями становлення інвестиційно-інноваційної моделі економіки;
- 3) низька ефективність податкової системи. Затрати вітчизняної податкової системи на збирання 100 грошових одиниць податків у 3–4 рази перевищують аналогічний показник у країнах Європейського Союзу, що свідчить про непродуктивні витрати податкової служби та про її недостатньо ефективну роботу [1]. За розрахунками Інституту стратегічних досліджень, лише від мінімізації та ухилення від сплати ПДВ бюджет втрачає 26 % даного податку від його потенційно можливого надходження;
- 4) безсистемне та не виправдане надання податкових пільг і звільнень [4]. Широкий перелік податкових преференцій викривлює фіскальний простір, надаючи окремим підприємствам і галузям більш вигідні вихідні позиції й автоматично знижуючи

конкурентоспроможність суб'єктів підприємницької діяльності, які не мають можливості лобіювати надання їх податкових пільг.

Подальше реформування податкової системи, на наш погляд, необхідно проводити, керуючись стратегічними завданнями, якими є побудова конкурентоспроможної ринкової економіки з подальшою інтеграцією в європейське співтовариство згідно із визначеними цілями сталого розвитку України до 2030 року [3].

Вищезазначене передбачає ряд завдань для реалізації податкової політики в Україні. Насамперед це вдосконалення податкового законодавства щодо:

- зменшення кількості податків, зборів та платежів. При цьому слід зауважити, що об'єднання податків (наприклад, рентна плата включає в себе шість платежів, а податок на майно – це три податки) недоречно вважати позитивним результатом проведеного реформування;

- надання податкових пільг виключно в межах пріоритетів державної соціально-економічної політики. Виходячи з європейського досвіду, за доцільне вважаємо збереження пільг соціальної спрямованості, а також пільг, спрямованих на інновації, енергозбереження та підвищення енергоефективності;

- реформування спеціальних податкових режимів. Відповідно до внесених змін до Податкового кодексу України в останні роки дещо звузилися можливості застосування єдиного податку для на сектора малого бізнесу. Проте, враховуючи, що надходження коштів від сплати єдиного податку є джерелом постійного та гарантованого поповнення, передусім місцевих бюджетів, на наш погляд, варто розширити можливості застосування спрощеного механізму оподаткування для суб'єктів малого бізнесу із зростанням його ставки для більш прибуткових сфер діяльності;

- закриття податкових ям (суб'єктів, які дозволяють сформувати податковий кредит), скасування договорів про уникнення подвійного оподаткування з країнами, які мають податкові пільги (передусім Кіпр), покращення адміністрування податку на додану вартість, зокрема щодо його розкрадання, введення непрямих методів визначення доходів фізичних осіб тощо.

Таким чином, за умови раціонального впровадження вищезазначених заходів, а також при використанні різноманітного закордонного досвіду в частині реформування податкових си-

стем дозволять Україні оновити вітчизняну податкову систему до рівня сучасних європейських зразків.

Список використаних інформаційних джерел

1. Офіційний веб-сайт Національного інституту стратегічних досліджень [Електронний ресурс] : текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://niss.gov.ua/publikacii/analitichni-dopovidi>. – Назва з екрана.
2. Єгоричева С. Б. Вплив пільг за прямими податками на формування бюджетних доходів в Україні [Електронний ресурс] / С. Б. Єгоричева, О. В. Тимошенко, Д. А. Сергєєв // Ефективна економіка. – 2013. – № 9. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5137/>. – Назва з екрана.
3. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року [Електронний ресурс] : Указ Президента України від 30 верес. 2019 р. № 722/2019 / Законодавство України. – Режим доступу: <https://www.president.gov.ua/documents/7222019-29825>. – Назва з екрана.

ФІНАНСОВА ІНКЛЮЗІЯ: СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

А. В. Копил, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБ-11

М. Б. Чижевська, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Україна останнім часом спрямувала всі вектори соціального розвитку країни на гуманізацію, індивідуалізацію, екологізацію, прискорення технічного та наукового прогресу. Усе це безпосередньо пов'язано з рухом фінансових ресурсів в економічній системі та здійсненням фінансових послуг.

Питання доступності фінансових послуг за оптимальними цінами для всіх фізичних і юридичних осіб можна розглядати в контексті фінансової інклюзії.

Уперше термін інклюзії було застосовано в 1970-х роках у США, але тоді виділяли лише соціальну інклюзію (процес збільшення ступеня участі всіх громадян у соціумі через доступ до можливостей і справедливий розподіл результатів праці), але з плином часу поняття набуло поширення вже в економічному просторі [1].

Фінансова інклюзія досить нове поняття, точний зміст якого до цих пір не визначено. На думку деяких експертів, фінансова інклюзія – це рівний доступ та використання фінансових продуктів та послуг, які прийнятні за ціною, відповідають потребам домогосподарств та підприємств, доступні для всіх сегментів суспільства незалежно від доходу та місця проживання, надаються представниками фінансового сектору відповідально та екологічно для усіх учасників процесу.

Фінансової інклюзії допомагає різним верствам населення здійснювати щоденні платежі надійно, без ризику шахрайства, а також дозволяє отримати доступ до системи кредитування, тобто долучитись до інвестиційного процесу та покращити свій фінансовий стан. Це також дає можливість людям зберігати та заощаджувати свої гроші, щоб вони могли робити майбутні інвестиції або реагувати на непередбачувані ризики економічного простору сьогодення [2].

Запорукою формування стійкої фінансової інклюзії є три складові: доступність фінансових послуг, тобто можливість користувача дійсно скористатися послугою через контакт із фінансовим посередником; фінансова грамотність, тобто здатність споживача здійснити усвідомлений вибір послуги, повністю розуміючи вигоди та ризики від користування нею; захист прав користувача – гарантія безпечного, прогнозованого та якісного надання послуги, забезпечена третьою стороною [3].

За даними Світового банку [4], в Україні більше третини населення знаходиться за межами фінансової системи. Це свідчить про його відокремленість від економіки держави та суспільства загалом, нижчий рівень ефективності управління коштами та фінансової безпеки. За такої складної ситуації на фінансовому ринку Національний Банк України визначив фінансову інклюзію одним із головних стратегічних напрямів розвитку.

Зростаючий обсяг досліджень виявляє багато потенційних користі від розвитку фінансової інклюзії – особливо через використання цифрових фінансових послуг, включаючи послуги за допомогою мобільних грошей, платіжних карток та інших фінансових технологій.

Задля покращення доступу до фінансових послуг та ресурсів, а також забезпечення активної фінансової інклюзії в Україні можна скористатися наступними підходами: створення необхідного регуляторного середовища для забезпечення доступу до

рахунків; розширення точок доступу до фінансових послуг; стимулювання масштабності і життєздатності за допомогою великих державних програм, таких як соціальні відрахування на рахунки клієнтів; зосередження діяльності на розвитку фінансової грамотності серед певних соціальних груп: населення з низьким рівнем доходу, незахищені верстви населення, сільське населення; заохочення використання фінансових послуг; розробки про-світницької діяльності в сфері фінансових послуг; забезпечення системи захисту прав клієнтів фінансового сектору; забезпечення правового захисту клієнтів та фінансової системи; створення нових фінансових установ, розробки нових продуктів та технологій, що використовуються для охоплення незайманих або недосвідчених ринків.

Список використаних інформаційних джерел

1. Базиліук А. В. Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку / А. В. Базиліук, О. В. Жулін // Економіка та управління на транспорті. – Київ : НТУ, 2015. – Вип. 1. – С. 19–29.
2. Птащенко О. В. Сутність фінансової інклюзії при клієнтоорієнтованому підході на ринку банківських послуг [Електронний ресурс] / О. В. Птащенко, В. В. Кошарна. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-finansovoy-inklyuzii-pri-klientoorientirovannom-podhode-na-rynke-bankovskih-uslug/viewer>. – Назва з екрана.
3. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/>. – Назва з екрана.
4. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org/>. – Назва з екрана.

ПІДВИЩЕННЯ ПЕНСІЙНОГО ВІКУ: РЕАЛЬНА ПОТРЕБА ЧИ ВЛАДНА ЗАБАГАНКА?

О. Д. Корольова, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФК 6-11

О. В. Тимошенко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри фінансів і банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Українцям укотре можуть підвищити вік виходу на пенсію. Дійсно, на сьогодні пенсійний вік в Україні є одним з найнижчих у Європі. Однак,незаперечним фактором є те, що

більшість пенсіонерів продовжують працювати, оскільки вижити виключно на українську пенсію практично неможливо.

Чому так гостро стоїть нині питання про підвищення пенсій у нашій країні? Відповідь проста: якщо не підвищувати пенсійний вік, то у 2030 році, за дослідженням Світового банку, при параметрах солідарної системи, достойну пенсію будуть отримувати лише 40 % громадян [1], всі інші – мінімальну пенсію, яка на сьогодні складає 1 889,20 грн [2].

Загалом в Україні станом на початок 2020 року налічується 11,3 млн пенсіонерів, з них 2,6 млн – працюючі [3]. За останні 5 років кількість пенсіонерів збільшилася приблизно на 1 млн осіб. Головними причинами підвищення пенсійного віку є зменшення рівня народжуваності й кількості працездатного населення при збільшенні тривалості життя пенсіонерів.

Наразі вік виходу на пенсію для чоловіків і жінок однаковий – 60 років [4]. Щоправда, жінки виходитимуть на пенсію в 60 р. лише з 2021 року. Страховий стаж українців до 31 грудня 2020 року нараховує не менше 27 років, до 2028 року має бути 35 років. Натомість, у зарубіжних країнах мінімальний пенсійний вік складає 60–67 років, страховий стаж 38–42 роки [5]. Проте не варто забувати про середню тривалість життя, яка в Україні коливається на рівні 72 років, а в Європі – 80 років [3].

Відомо, що рівень життя пенсіонерів залежить від соціальних внесків тих, хто працює і платить податки. Проте значна частина працездатного населення України офіційно не працює, а отже, не платить податки та обов'язкові платежі. Вищезазначене є результатом постійного дефіциту грошових ресурсів держави на виплати пенсій і соціальної допомоги.

Проблемою для України на сьогодні є тіньова економіка та виплата заробітної плати «у конвертах». Як результат, з одного боку, деякі працівники не матимуть у майбутньому достатнього стажу для отримання трудової пенсії, тому матимуть лише соціальну. З іншого боку, працюючи офіційно, працівники отримують дві заробітні плати: офіційну (заввичай у розмірі мінімальної) та неофіційну, яка не оподатковується. В обох випадках це негативно впливає на розмір майбутньої пенсії.

Ще одну проблему вбачаємо у введенні в систему пенсійного забезпечення фізичних осіб-підприємців, які, сплачуючи сьогодні єдиний соціальний внесок основним чином з мінімальної заробітної плати, у майбутньому будуть претендувати на пен-

сію, що майже вдвічі перевищує зроблені ними виплати до солідарної системи.

Отже, маємо ситуацію: або залишити пенсійний вік з мінімальними пенсійними виплатами, або підвищити пенсійний вік задля збільшення розміру пенсій.

Вихід з цієї проблеми ми бачаємо у поступовому введенні особистої накопичувальної пенсії. Цікаво, що закон про накопичення власної пенсії був прийнятий ще у 2003 році. У 2017 році обіцяли, що повноцінна пенсійна реформа запрацює з 2019 року. Проте реформування її перенесли до 2023 року.

Накопичувальна пенсія – це по суті пенсія, сформована кожним українцем для себе, виходячи зі щомісячного внеску у розмірі 1 % від заробітної плати. Роботодавці повинні будуть платити 2 % від заробітної плати працівників, а працюючі українці – 1 % і більше від заробітної плати. Якщо сплачуватиме працівник, роботодавець має пропорційно доповнювати його внески власними у розмірі до 5 % від зарплатні підлеглого. Накопичувальна пенсія базується на обов'язковому пенсійному страхуванні: частина обов'язкових внесків до пенсійної системи накопичується у Накопичувальному фонді і обліковується на пенсійному рахунку українця, котрий їх сплачує.

У цілому завдяки реформуванню пенсійної системи вдасться досягти помітних позитивних результатів у майбутньому: забезпечити справедливу систему розподілу пенсійних коштів; створити для людей можливість накопичувати пенсії з огляду на власні доходи; стабілізувати пенсійну систему; гарантувати стовідсоткову виплату пенсій зараз і в майбутньому; забезпечити економічне зростання та добробут українців.

Список використаних інформаційних джерел

1. Web-site the Word bank [Electronic resource] : Word Bank Statistics portal. – Mode of access: <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine>
2. Про Державний бюджет України на 2020 рік [Електронний ресурс] : Закон України від 14 лист. 2019 р. № 294-IX: станом на 06.02.2020 р. / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/294-IX#Text>. – Назва з екрана.
3. Офіційний веб-сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] : текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
4. Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування [Електронний ресурс] : Закон України від 9 липня. 2003 р. № 1058-IV:

станом на 18.03.2020 р. / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/294-IX#Text>. – Назва з екрана.

- Кириленко О. П. Соціальне страхування: підручник / за ред. О. П. Кириленко та В. С. Толуб'яка. – Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2016. – 516 с.

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ДОМОГОСПОДАРСТВ – ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ДОБРОБУТУ НАСЕЛЕННЯ

К. В. Панченко, студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКм-51

Т. П. Гудзь, науковий керівник, д. е. н., професор кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Фінансова безпека домашніх господарств тісно пов'язана з поняттям економічного добробуту населення, а забезпечення гідного рівня життя громадян є можливим лише у державі, яка зберігає стабільні темпи економічного зростання, що полягає у збільшенні економічного потенціалу країни, потужності її економіки, тобто у збільшенні реального ВВП. Найбільш точним показником результативності економіки країни, добробуту населення в ній є показник ВВП за паритетом купівельної спроможності (ПКС), який враховує різницю курсу валют і цін. Станом на 2018 рік в Україні ВВП на душу населення за ПКС становить \$9 283, країн, що розвиваються, – \$12 510, розвинених країн – \$51 420 [1]. У порівнянні – найближчі сусіди Польща та Естонія випереджають Україну більше ніж у 3 рази (рис. 1).

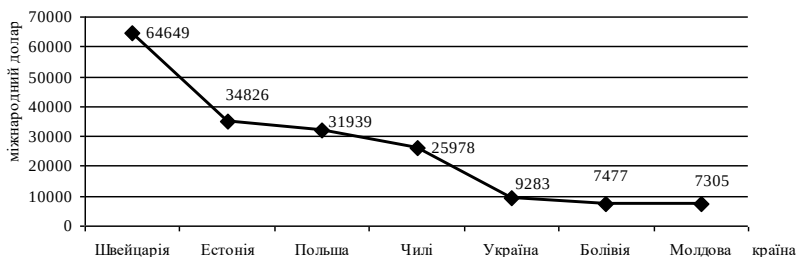


Рисунок 1 – ВВП на душу населення,
обчислений за ПКС, у 2018 р. [1]

Індикатором стану фінансової безпеки домогосподарства є розмір оплати праці (трудового доходу) працюючих, а саме мінімальна заробітна плата, рівень якої в Україні надзвичайно низький. У Законі «Про Державний бюджет України на 2020 рік» закладений розмір погодинної оплати праці на рівні 28,31 грн, що 6 разів менше від його найнижчого рівня у країнах-членах ЄС [2].

Важливим фактором підтримання фінансової безпеки домогосподарств є їх спроможність своєчасно й у повному обсязі розраховуватися за спожиті послуги житлово-комунального господарства (далі – ЖКГ). Частка витрат на оплату комунальних послуг в загальних витратах домогосподарства впродовж 2014–2018 рр. зросла майже вдвічі (мінімальне значення цього показника спостерігалось у 2014 р. – 8,1 %, а максимальне (15,4 %) – у 2017 р.), що свідчить не тільки про непрогнозованість дій влади, корумпованість і монополізацію в сфері ЖКГ, а й про реальну загрозу фінансовій безпеці багатьом домогосподарствам України (табл. 1).

Таблиця 1 – Узагальнені показники витрат домогосподарств на оплату комунальних послуг в Україні за 2014–2018 рр. [3]

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Сукупні ресурси в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн	4 563,3	5 231,7	6 238,8	8 165,2	9 904,1
Витрати домогосподарства на оплату комунальних послуг, грн	327,9	505,1	840,9	1 099,4	1 154,9
Частка витрат на оплату комунальних послуг в сукупних витратах домогосподарства, %	8,1	10,2	14,7	15,4	13,9

Отже, проведене дослідження дало змогу дійти висновку, що наразі вітчизняні домогосподарства перебувають у стані фінансової небезпеки. Ураховуючи суттєве зростання комунальних тарифів і, відповідно, обсягу витрат на оплату комунальних послуг, спожитих домогосподарствами, вбачається доцільним і цілком обґрунтованим підвищення рівня прожиткового міні-

муму та мінімальної заробітної плати (і всіх виплат, що на ній базуються) на величину, що відповідає темпу зростання обсягу комунальних платежів. За інших умов більшість домогосподарств буде знаходитись у фінансовій небезпеці, оскільки постійно буде обмежуватися їх поточне споживання, а придбання товарів тривалого користування стане зовсім неможливим. На жаль, адресні субсидії, що отримують окремі домогосподарства на оплату комунальних послуг, ситуацію наразі не врятовують.

Список використаних інформаційних джерел

1. Рівень ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності [Електронний ресурс]: офіційний веб-сайт Міжнародного валютного фонду. – Режим доступу: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2019/04/weodata/weoselgr>. – Назва з екрана.
2. Про державний бюджет України на 2020 рік [Електронний ресурс]: Закон України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/294-IX>. – Назва з екрана.
3. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2018 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України): стат. зб. Ч. I / Державна служба статистики України. – Київ, 2019. – 380 с.

СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

В. В. Панченко, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФК-51

О. В. Гасій, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасні умови ведення бізнесу вітчизняних суб'єктів підприємницької діяльності є складними. Нестабільна фінансова ситуація та падіння економіки ускладнює процеси самофінансування розвитку підприємств, більшість з яких відчують недостатність фінансових ресурсів. Через це актуальними завданнями, що потребують вирішення, є уточнення теоретичних аспектів управління грошовими потоками підприємств, а саме їх сутності та видів.

Наукові джерела розкривають сутність грошових потоків по-різному, зокрема, як: різницю між отриманими та виплаченими підприємством грошовими коштами; надлишок (нестачу)

грошових коштів; сукупність розподілених в часі надходжень і виплат грошових коштів підприємствами, що генеруються в процесі господарської діяльності.

Ключовими аспектами грошових потоків є:

1) дискретність, статичність, визначеність у часі та просторі, відокремленість від суб'єкта управління. Тобто, «грошові потоки – це сукупність (надлишок, різниця) від припливів і відтоків грошових коштів, утворених у процесі операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства»;

2) динамічність (процес), визначеність у часі та просторі, компліментарність до суб'єкта управління.

Основними характеристиками грошових потоків є наступні:

- 1) об'єкт фінансового управління діяльністю підприємства;
- 2) процес, що відбувається у зв'язку із виконанням договірних зобов'язань між суб'єктами підприємницької діяльності;
- 3) процес, пов'язаний із функціонуванням грошових ресурсів;
- 4) процес, пов'язаний із усіма стадіями руху капіталу підприємства;
- 5) процес, що характеризує використання підприємством позикового капіталу;
- 6) процес, що характеризує оборотність майна підприємства;
- 7) процес, що забезпечує генерацію економічного ефекту;
- 8) процес, що показує форми та обсяги функціонування підприємства;
- 9) процес, що врахуванням чинників часу, ризику, ліквідності.

У результаті якісного аналізу наведено узагальнені аспекти сутності поняття «грошові потоки» на рис. 1.

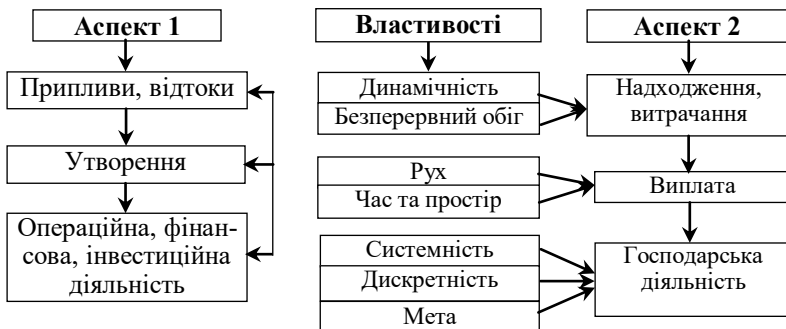


Рисунок 1 – Аспекти визначення поняття «грошові потоки» [1]

Таким чином, грошові потоки підприємства – це економічний процес надходження і витрачання грошових коштів у готівковій та безготівковій формі, що генеруються у процесі господарської діяльності підприємства, розподіляються в часі та просторі відповідно до виробничої необхідності з метою забезпечення платоспроможності й ефективності діяльності.

Грошові потоки бувають різних видів. Порівняльний аналіз засвідчив, що їх основними класифікаційними ознаками, є: масштаб обслуговування господарського процесу; вид господарської діяльності; напрям чистого руху грошових коштів; метод розрахунку та рівень достатності обсягу грошових коштів; метод їх оцінки в часі; ритмічність формування та стабільність часових інтервалів. Більш різко виділять ознаки за варіативністю напрямку руху, законністю здійснення, можливістю забезпечення платоспроможності, можливістю регулювання та збалансованістю, економічним змістом та обов'язковістю здійснення.

Таким чином, врахування вищезазначених класифікаційних ознак грошових потоків підприємства сприятиме системності їх аналізу, плануванню та контролю, оскільки дасть змогу здійснювати оцінку згідно чітко визначеного сектору управління дії.

Список використаних інформаційних джерел

1. Піскунова Н. О. Механізм управління грошовими потоками суб'єктів господарювання : дис. ... канд. екон. наук : 08.04.01 / Н. О. Піскунова. – Кривий Ріг, 2006. – 260 с.

КРИПТОВАЛЮТА: РОЛЬ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

В. Ф. Перерва, студент спеціальності Менеджмент, група МЕН-21

О. В. Гасій, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сукупна капіталізація світового ринку криптовалют складає, за різними оцінками, від 160 до 177 млрд доларів. Згідно з прогнозом засновника Pointpoint Research Ронни Моаса, у найближчі 10 років вона зросте до 2 трлн доларів. Світовий добовий обіг на ТОП-криптовіржах світу складає 4 млрд дол [1]. Враховуючи стрімку динаміку розвитку ринку криптовалют, на нашу думку, особливо актуальними є питання вивчення їх ролі в сучасному світі.

Криптовалюта (від англ. «cryptocurrency» – віртуальна валюта, захищена криптографією) – це швидка і надійна система платежів та грошових переказів, заснована на новітніх технологіях за принципами криптографії з метою функціонування безпечної, анонімної, децентралізованої, стабільної віртуальної валюти. Сьогодні налічується близько 1 600 різновидів криптовалют (Bitcoin, Ethereum, Ethereum Classic, Dash, Ripple, Monero, Litecoin, NEM, Augur, MaidSafeCoin та ін.), найвідомішою є bitcoin, який створено у 2008–2009 рр. [1].

Місце та значення криптовалют в грошових системах різних країн визначаються їх статусом як грошової одиниці та віднесення до категорії електронних грошей. Останні, на відміну від криптовалют, мають емісійний центр, роль якого виконують центральні банки різних країн. Тому, наведемо приклади використання криптовалют в сучасному світі в табл. 1.

Таблиця 1 – Місце криптовалют в грошових системах країн світу

Країна	Статус грошей	Функції
Австралія	Не підлягає ліцензуванню	Засіб платежу, інвестиційна, спекулятивна, накопичувальна
Великобританія	Bitcoin – не валюта, і не гроші	Засіб платежу, інвестиційна, спекулятивна, накопичувальна, міри вартості
Європейський Союз	Регулювання криптовалютних бірж і компаній	Інвестиційна
Канада	Легалізована	Платіжний засіб, спекулятивна, накопичувальна
Китай	Не має юридичного статусу грошей	Криптовалюта – це товар, що не має грошових властивостей
Німеччина	Фінансовий інструмент	Інвестиційна
Сполучені Штати Америки	Одночасно як гроші (їх аналог), власність та біржові товари	Накопичення, обігу, засіб платежу, міра вартості, світові гроші, засіб платежів в електронній комерції
Україна	Не підлягає ліцензуванню, не має правового статусу	Інвестиційна, спекулятивна, засіб обміну
Фінляндія	Відсутній	Сировинний товар
Японія	Фіатні гроші	Законний платіжний засіб, усі функції грошей

Джерело: узагальнено за [1–4].

Як свідчать узагальнені дані табл. 1, кожна держава має певний досвід використання криптовалют. Одні держави їх визнають як гроші, електронні гроші, інші – як аналог грошей, грошовий сурогат, або, навпаки, не визнають їх статусу згідно законодавства.

На нашу думку, роль криптовалюти в сучасному світі зростає з кожним роком. Криптовалюта є еволюцією платіжних засобів, міжнародна практика використання яких свідчить про різнобічне ставлення до їх впровадження в обіг, так як цей інструмент є новим та немає єдиного загальноприйнятого сутнісного визначення цієї економічної категорії.

Список використаних інформаційних джерел

1. Васильчак С. В. Використання криптовалют в сучасних економічних системах України / С. В. Васильчак, М. В. Куницька-Іляш, М. П. Дубина // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. – Львів, 2017. – № 76. – С. 19–25.
2. Криптовалюта: товар, засіб платежу, можливо, об'єкт інтелектуальної власності? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/bankivske-ta-finansove-pravo/kriptovalyuta-tovar-zasib-platezhu-mozhливо-obekt-intelektualnoyi-vlasnosti.html>. – Назва з екрана.
3. Лук'янов В. С. Зародження ринку криптовалют в інформаційно мережевій парадигмі / В. С. Лук'янов // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 8. – С. 436–441.
4. Ситник І. П. Криптовалюта і її різновиди. Проблеми та перспективи використання в світі й Україні / І. П. Ситник // Формування ринкових відносин в Україні. – 2017. – № 2. – С. 56–59.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

О. В. Погорєлов, студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКм лис-51

Т. П. Гудзь, науковий керівник, д. е. н., професор кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Особливо значна роль кредиту в задоволенні тимчасової потреби домогосподарств в коштах. Дедалі більшого значення

набуває кредит у забезпеченні населення якісним житлом, побутовою технікою, створенні можливостей для отримання освіти та задоволення інших соціальних потреб.

Протягом декілька років український ринок кредитування фізичних осіб переживав стадію спаду. Останнім часом спад помітно призупинився: 2015–2016 рр. спостерігалася негативна динаміка його розвитку, але в 2018 році відбулося збільшення обсягу виданих українцям кредитів на 26 920 млн грн в порівнянні з 2017 роком (рис. 1).

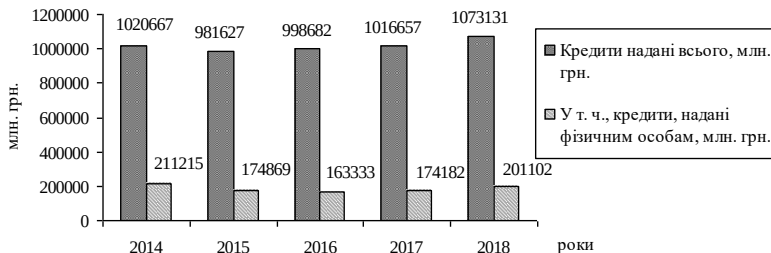


Рисунок 1 – Кредити, надані банківськими установами за 2014–2018рр.[1]

Найбільш активно розвивається в нашій країні споживче кредитування. Так, 30–50 % усіх купівель у торговельних мережах здійснюють у кредит, лідирує серед них побутова та аудіо- і відеотехніка. Найбільш розповсюджена сума купівель у кредит – 300–400 дол США. Близько 80 % усього ринку споживчого кредитування сконцентровано у великих торговельних мережах «Фокстрот», «Ельдорадо» та ін. [2, с. 126].

Водночас експертні оцінки показують, що 20–30 % кредитів у нашій країні платяться із запізненням. Навіть високі штрафи не стимулюють позичальників до дисципліни. Це характеризує українців не як найзаможніших і сумлінних платників [2, с. 127].

На сучасному етапі розвитку банківського сегмента ринку, споживачі фінансових послуг, перш за все, потребують від банку надійності, різноманітності, а також, мобільності та технологічності сервісу обслуговування. У зв'язку з цим, банки розвинутих країн світу вдаються до дистанційного обслуговування клієнтів.

Дистанційне банківське обслуговування є сучасною технологією, що дозволяє проводити певні фінансові операції (поповнення/зняття коштів з депозитного вкладу, сплата за комунальні послуги, мобільний зв'язок, Інтернет, переказ коштів на іншу картку тощо) без відвідування клієнтом свого банку.

У дистанційному обслуговуванні найбільшою довірою українців користуються наступні фінансово-банківські послуги: видача та обслуговування пластикових карт (70 %), прийом та оплата платежів (61 %), інтернет-банкінг (53 %). Інші ж фінансові послуги банків, поки що, не є достатньо популярними у дистанційному режимі, про те, частка їх використання у відсотковому співвідношенні знаходиться на досить високому рівні [3, с. 879].

Нині у сфері банківського кредиту найбільш помітними тенденціями стають: зміна структури схем платежів по кредитами; жорсткість умов видачі кредиту і вимог до потенційних позичальників; посилення заходів захисту банків від неповернення і невиклати виданих кредитів; розвиток інтернет-банкінгу.

Слід зауважити, що саме інноваційні технології надають можливість банківським установам значно модернізувати характер і шляхи взаємодії із своїми клієнтами, показуючи, при цьому, професійний підхід до оновлення фінансово-банківських послуг. Банкам України доцільно вивчати та використовувати досвід зарубіжних країн для здійснення кредитування фізичних осіб.

Список використаних інформаційних джерел

1. Грошово-кредитна та фінансова статистика: фінансові ринки: станом на 01 січня 2019 р. [Електронний ресурс] : Статистика Національного банку України. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=27843415&cat_id=44. – Назва з екрана.
2. Юдіна С. В. Особливості кредитування населення в Україні / С. В. Юдіна, А. І. Синельна, Л. М. Назарчук // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. – 2019. – Т. 30(69). – № 5(1). – С. 124–130.
3. Репета М. М. Напрями удосконалення фінансових послуг банків в Україні / М. М. Репета, С. Д. Смолінська // Молодий вчений. – 2018. – № 10(2). – С. 877–880.

РОЛЬ ФІНАНСІВ ДОМОГОСПОДАРСТВ У ФУНКЦІОНУВАННІ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

В. В. Проскуріна, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКм-51.

Т. П. Гудзь, науковий керівник, д. е. н., професор кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасних умовах фінанси домогосподарств фактично об'єднують всі інші сфери фінансової системи внаслідок того, що держава, суб'єкти господарювання, фінансовий ринок і таке інше функціонують для забезпечення інтересів всієї сукупності домогосподарств, окремих домогосподарств, окремих їх членів.

На думку Ю. Воробйова, фінанси домогосподарств – це економічна категорія, яка характеризує процес розподілу та перерозподілу частини вартості ВВП країни з метою формування фінансових ресурсів, грошових та негрошових доходів на рівні домогосподарств, забезпечення їх фінансових інтересів, підвищення загального рівня добробуту кожного члена домогосподарства [1, с. 7].

Це твердження ґрунтується на наступному [2, с. 175].

По-перше, сучасний розвиток і функціонування фінансів суб'єктів господарювання неможливий без фінансів домогосподарств у зв'язку з тим, що для створення будь-якого підприємства (формування статутного капіталу) необхідні фінансові ресурси, які фактично належать окремих домогосподарствам чи їхнім членам. Крім того, будь-яке підприємство для своєї діяльності повинно знайти та залучити трудові ресурси, постачальниками яких є домогосподарства.

По-друге, сукупність домогосподарств складають основу для існування та розвитку сучасної держави. За рахунок фінансів домогосподарств держава утворює власні фінансові фонди, тобто бюджет країни, бюджети місцевих органів влади, різні цільові фонди економічного та соціального призначення.

По-третє, створення та функціонування фінансового ринку, його окремих сегментів залежить від фінансів домогосподарств. Там де фінанси домогосподарств не розвинуті, там немає розвинутого фінансового ринку. Це пов'язано з тим, що інститути

фінансового ринку функціонують за рахунок акумулювання вільних коштів домогосподарств, їх активної участі в русі фінансових ресурсів і фінансових інструментів на цьому ринку.

В Україні налічується близько 17,5 млн домогосподарств, з яких більше 12 млн проживає у містах, 5,5 млн – у сільській місцевості. Частка домогосподарств у кінцевому використанні валового внутрішнього продукту становить близько 55 % і тому вони відіграють важливу роль в національній економіці.

Основу фінансів домогосподарств складають їх фінансові ресурси, які вони формують і використовують виходячи з власних можливостей та інтересів. З одного боку, домогосподарства постачають фінансові ресурси на фінансовий ринок. Таке постачання реалізується, перш за все, через розміщення накопичених особистих коштів у ті чи інші фінансові інструменти (депозити, цінні папери тощо). З іншого боку, домогосподарства є основним споживачем фінансових ресурсів: при дефіциті власних коштів для здійснення своїх економічних проєктів, вони вступають у фінансові відносини з посередниками фінансової системи (банками, кредитними спілками тощо).

У країнах з розвинуеною ринковою економікою важливою функцією фінансів домогосподарств є інвестиційна, яка зумовлена тим, що домогосподарства є одним із важливих постачальників фінансових ресурсів для економіки, де чверть національних заощаджень формується саме за рахунок заощаджень громадян [2, с. 177].

Проте в Україні участь фізичних осіб в інвестиційних процесах характеризується доволі низьким рівнем, незначні обсяги тимчасово вільних коштів (заощаджень) населення спричинені низьким рівнем доходів, який обумовлює незначну схильність до заощаджень та значну недовіру до інститутів заощадження (банків, інвестиційних компаній, недержавних пенсійних фондів, страхових компаній), низький рівень розвитку ощадних інституцій тощо.

Отже, фінанси домогосподарств виконують надзвичайно важливу роль як у функціонуванні фінансової системи, так і суспільства загалом. Фінанси домогосподарств забезпечують стабільність споживання у межах суспільства, а також допомагають зберегти належність домогосподарства до певного суспільного класу при ймовірних випадкових коливаннях його доходів через здійснення господарської, інвестиційної, фінансової чи іншої діяльності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Воробйов Ю. М. Фінанси домашніх господарств у фінансовій системі держави : монографія / Ю. М. Воробйов, В. В. Ворошило. – Сімферополь : ВД «АРІАЛ», 2013. – 232 с.
2. Рудницька О. В. Економічна природа та роль фінансів домогосподарств у фінансовій системі країни / О. В. Рудницька // Економічний вісник університету. – 2013. – Вип. 20(1). – С. 173–178.

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ ПОВЕДІНКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ДОМОГОСПОДАРСТВ

Т. О. Пухкало, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКм лис-51

Т. П. Гудзь, науковий керівник, д. е. н., професор кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Спільними елементами різних наукових визначень щодо сутності фінансової поведінки домогосподарств є те, що фінансова поведінка визначається як особливий вид економічної поведінки, пов'язаний з діями населення на ринку фінансових послуг, і передбачає мобілізацію, перерозподіл та інвестування грошових ресурсів населення. Фінансова поведінка включає в себе різні види фінансової активності населення, такі як: заощадження, інвестиції, страхування, кредитування, різні програми з накопичення пенсій тощо.

Фактори, які впливають на фінансову поведінку домогосподарств:

1) політичні, (законодавчі гарантії щодо вкладів, рівень довіри до влади стабільність у країні, система захисту прав споживачів);

2) демографічні (стать, вік, склад сім'ї, освіта);

3) економічні (рівень доходу; темп інфляції; довіра до фінансових установ; рівень фінансової грамотності; умови договору (кредитного, страхового тощо); фіскальна та бюджетна політика держави; життєвий цикл домогосподарства) [1, с. 45];

4) психологічні (попередній досвід здійснення фінансових операцій тощо; ставлення до грошей; склад характеру; переконання).

Мотиви фінансової поведінки є спонукальною силою, що детермінує вибір щодо звернення за фінансовою послугою, що визначається домінуючими ціннісними орієнтаціями у світогляді фізичної особи. В. М. Мельник, І. Д. Якушик, І. А. Ломачинська, О. О. Драган стверджують, що «мотиви досягнення цілі фінансової поведінки домогосподарства визначаються його потребами (в споживанні, інвестуванні, фінансуванні, раціоналізації обігу фінансових активів, суспільній ідентифікації), що відображає не лише фінансові інтереси домогосподарства, а й соціально значимі вимоги. Як наслідок, поряд з принципом раціональності існують мотиви афективного або емоційного характеру, що, як правило, проявляються ірраціонально, а отже, поведінка домогосподарства формується насамперед як соціально-психологічна, а потім як фінансова» [2, с. 152]. Тому зауважимо, що фінансова поведінка домогосподарств є доволі складною для аналізу, оскільки на неї впливає дуже багато чинників психологічного характеру, які складно піддаються аналізу.

Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) проекту «Міжнародні партнерства заради стабільності фінансового сектору» та компанії InMind [3] на підставі проведеного опитування було складено такий портрет українського споживача фінансових послуг: сучасні українські користувачі фінансових послуг користуються ними інтуїтивно, вони володіють лише базовими знаннями та навичками, що дозволяє використовувати здебільшого найпростіші послуги, зокрема платежі та розрахунки (троє з чотирьох респондентів користуються послугами оплати комунальних платежів і картковими продуктами (окрім кредитних) – зарплатною картою, картковим рахунком чи переказом з картки на картку). Інші послуги використовуються або у разі крайньої потреби (зокрема кредитні картки), або за традицією (депозити мають менше 10 % населення).

Наступною за популярністю категорію фінансових послуг, якими користується населення України, є кредити. Однак слід звернути увагу, що українці здебільшого позичають у родичів або друзів (1, с. 46).

На третьому місці – операції з іноземною валютою. Операції купівлі та продажу готівкової валюти здійснювали 16 % населення, а от на ринку Форекс пробували працювати менше 1 % респондентів. Такий результат не є дивним з огляду на ставлення українців до валюти: понад 72 % погоджуються з думкою, що

найкращий спосіб вберегтися від інфляції – купувати іноземну валюту.

Отже, фінансова поведінка вітчизняних домогосподарств є складним як економічним, так і соціальним явищем. Її формування та характерні особливості залежать від багатьох факторів і мотивів, а результат цієї поведінки впливає на розвиток ринку фінансових послуг. Вважаємо, що вирішення окреслених проблем сприятиме активізації фінансової поведінки вітчизняних домогосподарств і залученню їх до діяльності на фінансовому ринку України

Список використаних інформаційних джерел

1. Дудинець Л. А. Фінансова поведінка домогосподарств та її детермінанти / Л. А. Дудинець, Г. Г. Голуб, Р. Р. Голуб // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2019. – Вип. 2. – С. 42–47.
2. Формування фінансової поведінки домогосподарств в Україні / В. М. Мельник, І. Д. Якушик, І. А. Ломачинська, О. О. Драган. – Херсон : ВД Гельветика, 2014. – 212 с.
3. Фінансова грамотність, обізнаність та інклюзія в Україні [Електронний ресурс] : звіт про дослідження. – 2017. – 69 с. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=83136332>. – Назва з екрана.

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Д. В. Пиріг, студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКбі-21

*В. В. Карцева, науковий керівник, д. е. н., професор, завідувач кафедри фінансів і банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Важлива роль у забезпеченні національної безпеки України, а особливо її економічної складової, належить процесам забезпечення інформаційної безпеки держави у банківському секторі. Сучасний банк важко уявити без ефективної автоматизованої інформаційної системи, разом з тим, саме вона є його найбільш уразливою стороною. Жоден сучасний банк не може обійтися без комп'ютерних систем, які в сучасних умовах є джерелом ви-

никнення ризиків і загроз, що обумовлено використанням нових інформаційних технологій.

Серед основних об'єктів інформаційної безпеки банківських установ виокремимо наступні: – фінансові ресурси – національна й іноземна валюта, банківські операції та угоди банку, коштовності, фінансові документи; – персонал банку – керівництво і вищий менеджмент банку, особи, які мають доступ до конфіденційної інформації, банківської та комерційної таємниці, інші працівники банку; – матеріальні засоби – апаратні засоби інформаційних технологій, носії даних, будівлі, приміщення, меблі, транспорт тощо; – сервісні ресурси та підтримуюча інфраструктура – обслуговуючі засоби обчислювальної техніки, енергопостачання, забезпечення необхідних умов експлуатації і тощо; – програмне забезпечення – прикладне, системне чи сервісне програмне забезпечення тощо, яке використовується співробітниками банківської установи для роботи з системами і клієнтами; – інформаційні ресурси – будь-яка інформація банку, що обробляється та зберігається в банківській установі (бази даних, файли, документи) [2].

Фінансова глобалізація призвела до інформаційного буму. Вітчизняним злодіям стали відомі методи та механізми шахрайства, що були вигадані та успішно використовувались у багатьох країнах світу [1]

Швидкі темпи розвитку і поширення інформаційних технологій, загострення конкурентної боротьби тощо вимагає створення цілісної системи інформаційної безпеки. Формування інформаційної безпеки банківських установ та забезпечення ефективного захисту інформації є надзвичайно актуальним, оскільки щоденно обробляється великий обсяг інформації різного рівня конфіденційності.

Основним принципом інформаційної безпеки, якого доцільно дотримуватися банку, є підтримання таких властивостей інформації, як: конфіденційність – захист від несанкціонованого ознайомлення; цілісність – захист від несанкціонованого спотворення, руйнування або знищення; доступність – захист від несанкціонованого блокування.

Саме тому все більшого поширення набирають послуги IT outsourcing для банків з метою якнайшвидшого приведення ме-

тодів захисту їхніх інформаційних систем у відповідність до вимог НБУ. Насамперед, такі послуги пропонують ІТ-компанії, які проводять загальний технічний аудит та перевірку регламентного забезпечення функціонування систем захисту банку. Така перевірка має включати penetration test (тест на проникнення як метод оцінювання захищеності комп'ютерної системи), який допомагає виявити технічні недоліки інформаційних систем та визначити необхідний перелік потрібних систем безпеки [3].

Отже, інформаційна безпека банків вимагає комплексного, чітко спланованого, поетапного проекту вдосконалення систем її захисту. Такий комплекс має включати три основні підходи щодо виявлення загроз для функціонування інформаційних систем банку: технологічний – першочерговий аудит, впровадження оновлених методів захисту та подальша оптимізація всієї ІТ-інфраструктури банку з метою не лише позбутися недоліків, але й попередити їх у майбутньому; робота з персоналом та адміністрацією банку – на цьому етапі необхідно не лише перевірити належне регламентне забезпечення роботи інформаційних систем, але й провести подальші роз'яснювальні роботи з персоналом; з іншого боку, це робота з керівництвом банку, що має забезпечити розуміння всіх можливих ризиків наступних кібератак та санкцій НБУ за невідповідність вимог НБУ; правове забезпечення, яке дозволило б належним чином врегулювати відносини між банком та ІТ-компанією щодо конфіденційності інформації.

Кожній банківській установі доцільно розробити власну систему інформаційної безпеки та ефективно впроваджувати комплекс заходів із захисту конфіденційних даних та інформаційних процесів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Зачосова Н. В. Формування системи економічної безпеки фінансових установ : монографія / Н. В. Зачосова. – Черкаси : ПП Чабаненко Ю. А. – Черкаси, 2016. – 375 с.
2. Зубок М. І. Безпека банківської діяльності : навч. посіб. / М. І. Зубок. – Київ : КНЕУ, 2002. – 190 с.
3. Павловська А. Кібербезпека у банківському секторі: чи допоможе ІТ – outsourcing? / А. Павловська, З. Халімон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.sk.ua/sites/default/files/kiberbezpeka_u_bankivskomu_sektori.pdf. – Назва з екрана.

УПРАВЛІННЯ ПОЗИКОВИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

І. О. Разумова, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФК-51

*О. В. Гасій, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Розширення обсягів діяльності підприємства може здійснюватися за рахунок позичених ресурсів на грошовому ринку під високу вартість. Врівноваження термінів залучення фінансових коштів та можливостей їх погашення за рахунок майбутніх грошових потоків є важливою складовою процесу управління позиковим капіталом підприємства, що особливо актуально в умовах фінансової кризи.

Фінансова рівновага будь-якого підприємства визначається ефективністю управління його власним та залученим капіталом й збалансованістю структури капіталу. Цього можна досягти, якщо чітко прописана політика управління позиковим капіталом на підприємстві.

Сутність політики управління позиковим капіталом підприємства полягає у формуванні системи принципів і методів розробки та реалізації фінансових рішень щодо залучення позикових коштів, визначення раціональних джерел фінансування позикового капіталу відповідно до потреб і можливостей розвитку підприємства на усіх етапах його розвитку [1].

Етапи політики управління позиковим капіталом підприємства наведено на рис. 1, а саме: визначення джерел та термінів залучення позикового капіталу; вибір надійних кредиторів; аналіз умов залучення позикового капіталу; забезпечення принципів кредитування до повного погашення кредитів.

Таким чином, управління позиковим капіталом підприємства є сукупністю послідовних етапів фінансового менеджменту, що включають розрахунок потреби в позикових ресурсах коротко- та довгострокового характеру, ефективності його використання та погашення, а також розрахунок оптимальних співвідношень для конкретного підприємства.

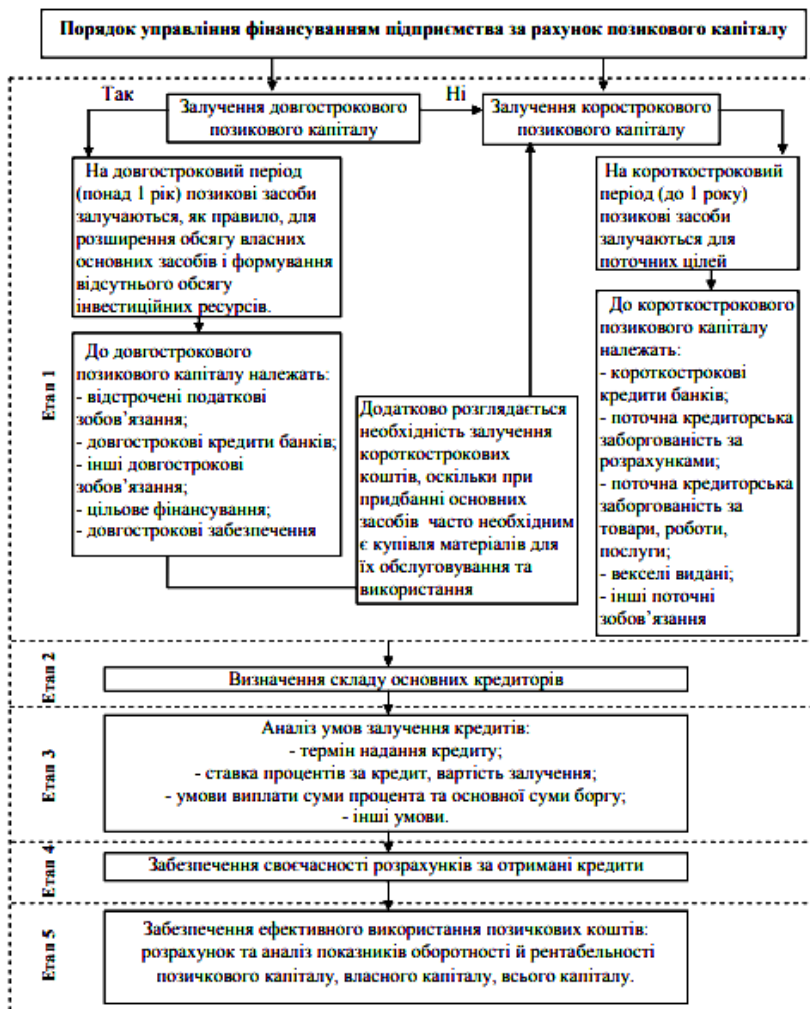


Рисунок 1 – Етапи політики управління позиковим капіталом підприємства [3]

Список використаних інформаційних джерел

1. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – Киев : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.

2. Гасій О. В. Механізм управління позиковим капіталом підприємства / О. В. Гасій, Д. О. Скопич // Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Переяслав-Хмельницький, 26 жовт. 2018 р.). Переяслав-Хмельницький, 2018. – Вип. 40. – С. 61–63.
3. Крупська Н. Є. Теоретико-методичні засади управління позиковим капіталом підприємства / Н. Є. Крупська, Ю. А. Зубова // Молодий вчений. – 2016. – 6 (21). – С. 12–16.

КРИПТОВАЛЮТА У СФЕРІ ФІНАНСІВ

В. В. Рубан, студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФК Б-11

О. В. Гасій, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Актуальність досліджень появи та розвитку функціонування криптовалют у сфері фінансів пов'язується із такими змінами світової економіки, як уповільнення темпів розвитку, нестабільність й непрогнозованість, інноваційно-швидкісна конкуренція тощо. Фінансові системи держав світу важко назвати досконалими, вони є схильними до криз, тому еволюціонують й їх фінансові інструменти.

Виникнення криптовалют є об'єктивним закономірним процесом, що зумовлюється, по-перше, масово-індивідуалізованими технічними і технологічними можливостями; по-друге, еволюцією міжнародної фінансової архітектури; по-третє, прагненням економічних агентів до більшої захищеності, оптимізації прибутку, мінімізації ризиків здійснення комерційних операцій і/або їх повна ліквідація, збереження і примноження вартості ліквідних активів, захист від інфляції, захист від недобросовісних дій контрагентів тощо [1–4].

Криптовалюта – це досить специфічний фінансовий інструмент, що одночасно характеризується властивостями товару (ціна, вартість і властивості) і грошей (обмін, корисність, вартість), не гарантується інститутами держави та заснована на «математиці».

Виділяють такі технології зберігання криптовалют:

1) блокчейн як безпечне сховище баз даних, копії яких зберігаються на комп'ютерах в мережі Інтернеті;

2) реєстри, захищені від корупції, що формує закономірну довіру.

Особливістю операцій з криптовалютою є відсутність фінансових посередників банківського та небанківського типу для перерахування коштів з рахунку на рахунок. Розвиток фінансової системи характеризується її децентралізацією, що, на нашу думку, витісняє централізовані державні інститути з абсолютної монополізації грошових систем, що свідчить про зниження рівня довіри до останніх. Довіра формується на кожен вид криптовалюти за законами ринку. Так, вже сьогодні криптовалюти існують і розвиваються лише завдяки репутаційній гарантії емітентів.

За оцінками експертів, ринок криптовалют має високий потенціал розвитку і формує колосальний ресурс (кількість учасників близько 5 млн чоловік, щомісячний приріст – 100 тис. зареєстрованих гаманців, довіра – 100 млн чол., зацікавленість для інвесторів та трейдерів надвисока. Її вже визнають ряд країн (США, Японія, Індія, Швейцарія), великі компанії (Google) та інвестиційні фонди (UBS). Невеликі майнінг-ферми з видобутку криптовалют стають компаніями з багатомільярдною капіталізацією, а сам майнінг починає ставати важливим у державних масштабах [4].

На нашу думку, зміни глобальної фінансової системи в недалекому майбутньому характеризуватимуться все більшим проникненням нових інноваційних інструментів, що сліднують за розвитком неповноцінних кредитних грошей – криптовалют. На часі формування нового розуміння такого інноваційного продукту як криптовалюта, що вже зарекомендувала себе в інвестуванні та здійсненні покупок при використанні електронних пристроїв. Роль криптовалюти зростає пропорційно збільшенню довіри до неї. Цей процес вже не зупинити.

На нашу думку, для економіки України та її економічних суб'єктів важливим є своєчасне «вписування» в міжнародні технічні і фінансові ланцюги крипто економіки, що набирають активних обертів. Тому регуляторам фінансової сфери доцільно переглянути свою позицію до такого інструменту як криптовалюта.

Список використаних інформаційних джерел

1. Васильчак С. В. Використання криптовалют в сучасних економічних системах України / С. В. Васильчак, М. В. Куницька-Іляш, М. П. Дубина // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Ґжицького. – Львів, 2017. – № 76. – С. 19–25.
2. Криптовалюта: товар, засіб платежу, можливо, об'єкт інтелектуальної власності? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/bankivske-ta-finansove-pravo/kriptovalyuta-tovar-zasib-platezhu-mozhlivo-obekt-intelektualnoyi-vlasnosti.html>. – Назва з екрана.
3. Лук'янов В. С. Зародження ринку криптовалют в інформаційно мережевій парадигмі / В. С. Лук'янов // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 8. – С. 436–441.
4. Москаленко О. М. Криптоекономіка як нова фінансова парадигма / О. М. Москаленко // Нові форми грошей та фінансових активів: становлення, перспективи, ризики: тези І Міжнар. наук.-практ. конф. – Київ, 2018. – С. 68–74.
5. Ситник І. П. Криптовалюта і її різновиди. Проблеми та перспективи використання в світі й Україні / І. П. Ситник // Формування ринкових відносин в Україні. – 2017. – № 2. – С. 56–59.

ОЦІНКА РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

В. О. Рудько, студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФК-51

О. В. Гасій, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Рівень фінансової безпеки підприємства є відображенням захищеності його фінансового стану як можливості протистояння зростаючим загрозам як національного, так і глобального рівня. Тому постійний моніторинг усіх сторін діяльності підприємства повинен бути ключовим у системі його управління.

Фінансова безпека підприємства набуло актуальності як у вітчизняній, так і зарубіжній літературі. Найчастіше зустрічається її трактування як складову економічної безпеки підприємства, що являє собою системну характеристику його фінансової роботи, яка дає змогу оцінити його перспективну фінансову стійкість щодо забезпечення ефективного і сталого розвитку в довгостроковому періоді.

Оцінка рівня фінансової безпеки підприємства може здійснюватися за різними методиками, головними серед яких є [1, 2]:

- коефіцієнтний метод оцінки за різними індикаторними блоками фінансової діяльності підприємства;
- оцінка на основі розрахунку ефективності грошових потоків підприємства;
- ресурсно-функціональний метод при застосуванні експертних методів;
- інтегральна оцінка через прогнозування банкрутства підприємства (зарубіжний досвід – моделі Альтмана, модель Ліса, методи Депаляна, Таффлера, Спрінгейта);
- інтегральна оцінка на основі застосування дискримінантних моделей (вітчизняний досвід – О. Терещенко, О. Хотомлянський, Т. Перната, Г. Северина).

Кожне підприємство на ринку потребує ретельного дослідження впливу різних груп чинників на його фінансову діяльність. Їх класифікують за різними критеріями. Найбільш поширеною систематизація факторів впливу на фінансовий стан підприємства на внутрішні (рівень операційного і стратегічного фінансового менеджменту) та зовнішні (держава, ринок, конкуренція) [1, 2]. Це все є важливим етапом реалізації фінансових інтересів власників підприємства (рис. 1).



Рисунок 1 – Теоретична модель реалізації фінансових інтересів підприємства [побудовано за 3, 4]

Фінансові інтереси підприємства є відображенням його функціонування у взаємодії з зовнішнім та внутрішнім середовищем, що, у свою чергу, впливає на рівень його фінансової безпеки.

Ключовий інтерес фінансової роботи підприємства є нарощення його ринкової вартості та конкурентоспроможності. Їх реалізація передбачає формування підсистеми забезпечення фінансової безпеки підприємства, що передбачають формування

стратегії фінансового розвитку, розробку дієвого механізму забезпечення фінансової безпеки підприємства, здійснення всебічної оцінки фінансової діяльності та прогнозування майбутніх тенденцій; виявлення причин збитковості, пошуку резервів підвищення рівня фінансової безпеки.

Таким чином, у сучасних умовах оцінка рівня фінансової безпеки підприємств є надзвичайно важливим явищем, оскільки створює передумови виявлення відхилень у їх функціонуванні та пошуку резервів забезпечення його довгострокової стійкості, та, в разі необхідності, прийняття виважених рішень щодо виходу підприємства з кризи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – Киев : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
2. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємства України: стратегія та механізм зміцнення : монографія / Т. Г. Васильців. – Львів : Арал, 2008. – 384 с
3. Єрмошенко М. М. Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство : монографія / М. М. Єрмошенко, К. С. Горячева. – Київ : Національна академія управління, 2010. – 232 с.
4. Hasii O. Management der bildung der finanzressourcen des unternehmens / Hasii O. Schynder V., Zhyrnyj A. // Зб. наук. пр. – ЛОГОС. – 2020. – 8–9.

ДЕРЖАВНИЙ БОРГ ТА ЙОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ

В. В. Сербін, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН-21

О. В. Гасій, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Боргова залежність України та її щорічне зростання чинять дестабілізуючий вплив на розвиток усіх сфер діяльності держави. Особливо це проявляється в погіршенні інвестиційного клімату, втрати довіри до країни на міжнародній арені, обмеженням зовнішніх джерел фінансування тощо. Неефективність політики управління державними фінансами також є деструктивним чинником для вітчизняної економіки. Тому постійний моні-

торинг стану державного боргу України є актуальним питанням, що дасть змогу вивчати його соціально-економічні наслідки.

На кінець 1 кварталу 2019 р. загальний обсяг державного боргу на Україні склав 2,146 млрд грн [1]. Він характеризується значною часткою зовнішнього боргу (59,1 % загальної суми державного боргу), що значно перевищує середній показник для країн-аналогів за регіоном та регіональних лідерів, де зовнішній борг становить, у середньому, 47 % для країн-аналогів за регіоном і лише 38 % для країн-аналогів регіональних лідерів. Це свідчить про високу вразливість України до зовнішніх шоків.

Аналіз структури державного боргу за інструментами показав, що 45 % – це ринкові цінні папери, у т. ч. 33 % – ОЗДП та 12 % – ОВДП. Категорія «Інше» відображає неринковий державний борг та включає ОВДП, випущені для капіталізації державних банків та державних підприємств. Частка таких боргових інструментів є суттєвою у порівнянні з показниками країн-аналогів і становить близько 29 % загальної суми державного боргу України. Сума боргу за кредитами міжнародних фінансових організацій та іноземних держав становить 25 % загальної величини державного боргу та вказує на значну підтримку України, отриману впродовж останніх років, особливо з боку Міжнародного валютного фонду та Світового банку.

Структура державного боргу за валютами наступна: борг, номінований в іноземних валютах, за станом на кінець 2018 року склав 67 %, а борг в доларах США – 48 % загального державного боргу, другий за обсягом – борг в євро, який було залучено в основному в межах програм Макрофінансової допомоги Європейського Союзу у 2015–2018 рр. Частка боргу в спеціальних правах запозичення (СПЗ), залученого в межах програм фінансування МВФ, складала 8 % на кінець 2018 року. Наявність внутрішнього боргу в іноземній валюті збільшує частку загального державного боргу в іноземній валюті, а отже, і його валютний ризик.

Частка боргу, номінованого в національній валюті, є нижчою у порівнянні з показниками країн-аналогів за регіоном та за рейтингом (33 % проти 42 % та 53 %, відповідно). Різниця між цими показниками є навіть більшою у порівнянні з показниками країн-аналогів – регіональних лідерів, 55 % державного боргу яких номіновано в національній валюті.

Зростання державного боргу без перегляду політики управління ним може викликати хвилю соціально-економічних потрясінь в державі. Узагальнено, негативними соціально-економічними наслідками неефективного управління за борговими зобов'язаннями держави у напрямку його зростання є: збільшення валютного ризику, рівня безробіття; зменшення обсягу інвестування, економічний спад тощо.

З метою зниження негативних наслідків погіршення боргової безпеки держави урядом було прийнято Середньострокову стратегію управління державним боргом [1], де визначено такі основні пріоритети політики управління державним боргом на 2019–2022 роки:

1. Збільшення частки державного боргу у національній валюті.
2. Продовження середнього строку до погашення і забезпечення рівномірного графіка погашення державного боргу.
3. Залучення довгострокового пільгового фінансування.
4. Продовження розвитку міцних взаємовідносин з інвесторами та подальше удосконалення політики управління державним боргом.

Отже, державний борг є важливим чинником стабілізації або розбалансування економіки й соціальної сфери держави, тому його всебічний аналіз та оцінка сьогодні є одним із нагальних завдань, що стоять перед керівництвом на шляху формування її стабільного майбутнього.

Список використаних інформаційних джерел

1. Середньострокова стратегія управління державним боргом на 2019–2022 роки [Електронний ресурс] : офіційний сайт Міністерства фінансів України. – Режим доступу: https://mof.gov.ua/storage/files/MTDS_2019-2022_UKR_v11062019_Final.pdf. – Назва з екрана.

МЕХАНІЗМ ПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Є. О. Шкарупа, студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФК м 51

О. В. Тимошенко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри фінансів і банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Залучення механізму справляння прямих податків до розв'язання проблем економічного розвитку країни має об'єктивний

характер. З одного боку, через податкові механізми формуються економічні відносини з приводу задоволення потреб держави у фінансуванні суспільних товарів і послуг. З іншого боку, цей механізм як органічна складова економічного механізму визначає ринкову поведінку економічних агентів, зацікавлених у збереженні власних доходів як джерела забезпечення приватних потреб та інвестицій у виробниче відтворення.

На сьогодні поняття механізм прямого оподаткування не знайшло достатнього обґрунтування у фінансовій теорії. Зважаючи на вживаність даного терміну, необхідно звернутися до проблеми його визначення, акцентувавши увагу на сутності та значенні таких понять як «податковий механізм» й «оподаткування».

Слід зауважити, що окремі науковці ототожнюють вищезазначені поняття. Зокрема, С. К. Ільчев та Т. Ф. Куценко розглядають механізм оподаткування (податковий механізм) як сукупність організаційно-правових норм та методів управління оподаткуванням, включаючи широкий набір різних інструментів (податкові пільги, податкові ставки, податкові квоти, способи обкладання тощо) [1, 2].

На думку В. Г. Дем'янишина, податковий механізм це сукупність податкових методів, важелів, інструментів, стимулів і санкцій, комплекс заходів і послідовність їх виконання платниками податків та органами стягнення щодо справляння та внесення податків і зборів до бюджетів усіх рівнів або до державних цільових фондів [3].

Науковець Я. В. Янушевич вважає, що податковий механізм – це механізм узгодження інтересів держави та інтересів платників податків з приводу їх сплати на основі забезпечення дотримання наукових принципів оподаткування. Реалізація цих принципів ставить певні вимоги до пропорційної узгодженості рівня податкового навантаження та споживної вартості державних послуг, які надаються суспільству, а також повноти забезпечення індивідуальних потреб. У такому контексті податковий механізм бачиться чинником забезпечення економічного зростання [4].

Необхідно зазначити, що окремі науковці акцентують увагу на подвійному змісті податкового механізму [3, 5]. На їх погляд, цей механізм одночасно виступає як сукупність об'єктивних

економічних відносин з приводу фінансового забезпечення існування держави через податки, а також як сфера свідомого податкового регулювання економічного розвитку за допомогою відповідних інструментів. При цьому, податковий механізм розглядається як конкретний спосіб функціонування його елементів у системі управління процесом оподаткування, через які реалізуються економічні інтереси суб'єктів податкових відносин.

Виходячи з розвитку теоретичних підходів до категорії «податковий механізм» та особливостей стягнення прямих податків, можна дійти висновку, що функціонування останніх в суспільстві базується на використанні визначених елементів цих податків та форм і методів їх приведення в дію. Тому під механізмом стягнення прямих податків пропонуємо розуміти взаємодоповнюючу сукупність їхніх елементів, а також форм і методів зовнішнього приведення в дію цих елементів. Одночасно слід зауважити, що зовнішнє приведення в дію елементів податків може розглядатися як процес оподаткування. У цьому контексті механізм прямого оподаткування – це сукупність цільових заходів, спрямованих на досягнення глобальної мети державної системи оподаткування при максимально ефективному використанні законодавчо встановлених способів обрахування і справляння прямих податків.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ильичев С. К. Особенности налогообложения в сфере электронной коммерции / С. К. Ильичев. – Москва : Маркет ДС, 2003. – 188 с.
2. Куценко Т. Ф. Бюджетно-податкова політика : навч. посіб. для вивчення дисципліни / Т. Ф. Куценко. – Київ : КНЕУ, 2003. – 256 с.
3. Дем'янишин В. Г. Формування та розвиток податкового механізму в економіці України / В. Г. Дем'янишин // Науковий вісник Національного університету ДПС України. – 2007. – № 3 (38). – С. 1–7.
4. Янушевич Я. В. Податковий механізм економічного розвитку: теоретичний базис і практична реалізація / Я. В. Янушевич // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право). – 2009. – № 1. – С. 44–52.
5. Мельник В. М. Механізм прямого оподаткування у фінансовій теорії / В. М. Мельник, Г. Л. Пенякова // Фінанси України. – 2009. – № 5. – С. 66–77.

ROLE OF ACCOUNTING IN TRAINING OF BACHELORS IN BUSINESS ADMINISTRATION IN REPUBLIC OF ZIMBABWE

T. K. Kundai, *Speciality Management, Group Management (English)-21*

O. V. Karpenko, *Scientific Advisor, Professor, Candidate of Economic Sciences;*

V. M. Artiukh, *Scientific Advisor, Associate professor
Poltava University of Economics and Trade*

Let's start by defining what the two big terms mean. It is widely acknowledged that management is a systematic way of managing people and things within the organization. The administration is defined as an act of administering the whole organization by a group of people. Management is an activity of business and functional level, whereas administration is a high-level activity.

If we refer to the current affairs dealing with public administration and governance, according to the official information, the government launched "a new macro-economic blueprint Zim Asset" in order to boost the economy, and wealth [2, 3]. As any country with economic hardships, Zimbabwe now has to deal with problems with debts, liquidity, power and water supply, industrial machinery that is outdated, high cost of capital and widespread company closures. Thus, it is important that the Zim Asset strives for maintaining not only some economic sphere that are crucial for the country development but also keeps in focus the overall agendas such as peace, and security.

The government has instituted public sector and fiscal reforms such as: an integrated Public Financial Management System, Integrated Results Based Management, Revamped aid and development results mechanism, legislative reforms and dept management to strengthen resource management [2].

Now let's take a look at the role of management and administration have in Zimbabwe. First, we can say that the present administration has to deal with problems concerning the efficiency of functions on different levels so that they serve in a better way the purpose of rational use of different resources whether natural resources or human ones. According to the historical background, the public administration has grown into public management [1, p. 43] as management system required some radical changes due to its outdated and antiqued character. In order to change the situation some research was done by Kavran Public Service Review

Commission and some changes started to be implemented accordingly under the United Nations Development Program (UNDP) which was aimed at some specific training, performance management, job evaluation [1, p. 46–47]. Further on, another economic structural adjustment programme (ESAP) started which brought to cost cutting and cost recovery influenced many adjustments in the public administration [1, p. 47].

It is generally known there are private companies as well as government owned where management and administration regulate the economic processes according to the goals and objectives set. In general, Zimbabwe relies mostly on its minerals export, agriculture and tourism. In mining of minerals, the major role of management of the resources is performed by Mbada Diamonds which as for its organizational structure started as a (private) limited liability company back in 2009 [4]. Individuals are not allowed to mine any diamond in private or sell anywhere.

Accounting as one of the key components of business administration competence is very important as management accounting and cost accounting ensure successful development and functioning of any kind of business: planning, computing costs, making reports and statements. All of those are necessary plays as they ensure that business runs smoothly. In Zimbabwe management of administration has saved the country to utilize its resources and make sure the country is managed not implementing corruption. At the end management is very important for every country and even person to implement. Companies and Countries make sure for a better progress or enrich success management and administration should take seriously.

References

1. Chigudu D. Implementing New Public Management in Zimbabwe: Challenges and Obstacles [Electronic Resource]. – Access Mode: <https://www.researchgate.net/publication/296485773> Implementing new public management in Zimbabwe Challenges and obstacles
2. Public Administration and Governance [Electronic Resource]. – Access Mode: <https://www.zw.one.un.org/togetherwedeliver/zundaf/public-administration-governance>
3. Zim Asset [Electronic Resource]. – Access Mode: <https://www.pindula.co.zw/Zim Asset>.
4. Zimbabwe Independent. The Leading Business Weekly [Electronic Resource]. – Access Mode: <https://www.theindependent.co.zw/2017/02/17/mbada-joined-diamond-rush/>

REASONS FOR MINING COMPANIES OF THE REPUBLIC OF TANZANIA WORK AT BREAK-EVEN POINT

L. S. Paresh, *Speciality Management, Group Management(English)-21*

O. V. Karpenko, *Scientific Advisor, Professor, Candidate of Economic Sciences;*

V. M. Artiukh, *Scientific Advisor, Associate professor, Candidate of Philological Sciences*

Poltava University of Economics and Trade

Mining industry in Tanzania just like in any other country plays an important role for the development of the economy and maintaining it on the level so that its activity makes a proper contribution into the nation's common wealth. To put it specifically, the aim of this research is to consider the broad picture of reaching the break-even point which is important as a minimum balance of operating activity as such [4].

To begin with, mining industry in Tanzania has developed its facilities since 1940 where it makes a substantial contribution to the national economy through mining of minerals such as nickel, copper, uranium, kaolin, titanium, cobalt and platinum, silica, tanzanite, diamonds and was considered one of the world gold mining leaders as well [5]. Mining industry is "flesh and blood" of the country's economy as it allows to keep up its trade balance due to a great amount of exporting.

Our consideration of the theme requires some overview of the notion of the break-even analysis and its essence in reference to the mining industry and break-even point. We can say that it is impossible for any business to do without break-even analysis as it determines the quantification of the products and services for forecasting profitability and overhead costs. This kind of analysis is vital for any organization to know its perspectives as for having profits rather than losses.

In accounting, the break-even point formula is determined by dividing the total fixed costs associated with production by the revenue per individual unit minus the variable costs per unit"[1,2]. A break-even analysis is a financial tool which helps to determine at what stage company, or a new service or a product, will be profitable. This kind of calculation is necessary for the mining industry to know how many tonnes of particular minerals are necessary to make profits.

Different sources of information show that this industry is developing through different forms businesses. Though it started as government-owned and controlled, later on some alternative forms of ownership was allowed where private companies could engage into industry [5].

The development and variance of minerals make the country resourceful and promising in its economic development perspectives. Complex analysis of the mining industry current state and growth is essential. The urgent issue is to consider the potential and the opportunities for every enterprise whether state- or private-owned and control and to ensure the balance in international business through exporting and importing those resources that are necessary and not wasteful.

This research is rather preliminary and requires further consideration concerning break-even analysis and work of the whole mining industry [2]. We suppose that an overview and subsequent numerous efforts to study and develop some proposals for the benefit of the enterprises can be of interest and prospect to be taken into account from different angles. Thus, we consider that the current and coming developing techniques and methods in the mining industry can be viewed from accounting perspective[1-3]. Break-even is a situation where you are neither making money nor losing money, but your costs have been covered. Therefore, it is important to control the formation of costs and revenues.

References

1. Бухгалтерський облік і аудит. Термінологічний словник : українсько-російсько-англо-азербайджанський, русско-українсько-англо-азербайджанський, English-Ukrainian-Russian-Azerbaijani, azərbaycanca-ukraynaca-rusca-ingiliscə [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Ю. А. Верига, О. В. Карпенко, В. Л. Іщенко, Я. К. Алхасов та ін. – Київ : Центр учбової л-ри, 2015. – 368 с. – (Гриф № 1/11 – 2015 від 22.12.2014 р.) – Режим доступу: http://cul.com.ua/index.php?route=product/product&path=62_63&product_id=115. – Назва з екрана.
2. Horngren, Charles T., Cost accounting : a managerial emphasis / Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, Madhav V. Rajan. – 17 th ed. p. Cm. <https://www.accountingcoach.com>.
4. <https://www.barrick.com/English/home/default.aspx>.
5. Mining Industry of Tanzania [Electronic Resource]. – Access mode: https://en.wikipedia.org/wiki/Mining_industry_of_Tanzania.

NATIONAL HUMAN RESOURCES NEEDS OF GHANA FOR COST AND MANAGEMENT ACCOUNTING

B. Quainoo, *Speciality Management, Group Management (English)-21*

O. V. Karpenko, *Scientific Advisor, Professor, Candidate of Economic Sciences;*

V. M. Artiukh, *Scientific Advisor, Associate professor, Candidate of Philological Sciences*

Poltava University of Economics and Trade

Human resources have been in focus of research of many scientists and specialists. As a notion, it is usually referred to as people who are part of the workforce. Human resources play a significant role in the economy of Ghana by contributing to its efficiency. Investment in human resources in Ghana is made through education, training, and healthcare. Cost and management accounting are a part of knowledge competency that is necessary to be implemented in all the spheres of the economic development.

Economic activities, that the human resources are engaged in Ghana, are divided into three types [4]:

«Primary Activities: activities which are related to agriculture, horticulture, animal husbandry, poultry farming, fishing, quarrying, and mining:

Secondary Activities: manufacturing activities that are referred to as the secondary activity. In the secondary activity, the natural resources are properly modified.

Tertiary Activities: refer to those economic activities that support the primary as well as secondary activities. Some services that fall under tertiary activities are banking, transport, finance and different types of services».

All of those are maintained by human resources. Economic activities in Ghana can be also divided into two types, on the basis of production goal, which is market as well as non-market activities where those are differentiated according to the sales of product and services in the market (market activity) and for individual consumption (non-market activity).

All of these objects of activity are the object of accounting system.

Human resources are considered important type of resources for attaining economic development of Ghana, i.e.: proper utilization of resources in Ghana; increased productivity in Ghana; development of

skills in Ghana; increased volume of output in Ghana; improving quality of life; tool for economic change in Ghana; raising per capita income in Ghana.

Human resources are playing an important role in attaining economic development of Ghana. Thus, according to economic development normally involves achievement of three conditions which are an increase in the per capita income to raise the level of living of the people; a fall in the magnitude and rate of unemployment and a consequent reduction in the number of people living below poverty line.

Human resources should also become an object of accounting as it is important for the country to have specialists who can create useful information for it to be used by managers when making management decisions. It is the working knowledge of Cost and Management Accounting that is the competitive advantage of the graduates. In the curriculum of PUET for training managers, enough attention is paid to forming of knowledge and habits for implementing of the efficient modern accounting systems, in particular, Cost Accounting.

As cost and management accounting serve different purposes, it is important to know both how to make an accounting database and reports for managers to ensure business activity and how to deal with cost accounting to make proper computing of different kinds of costs and expenses [1–4]. Both types of accounting are necessary for a future manager to ensure smooth operation of the working processes and profitability of organization.

References

1. Bhimani Alnoor. Management and cost accounting. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.academia.edu/9421043/Alnoor_Bhimani_Management_and_cost_accounting.
2. Карпенко О. В. Responsibility Accounting as Strength of Management Accounting / О. В. Карпенко, Д. В. Карпенко // Ovidius University Annals. Economic Sciences. Volume XIII, Issue 2. – Constanta, 2013. – P. 610–615.
3. Fomina O. Trading enterprise management reporting system / O. Fomina // Herald KNTEU. – 2014. – № 6. – S. 37–45.
4. What is Primary Economic Activity? / Economic Activity: Meaning and Types [Electronic Resource]. – <https://studyfinance.com/primary-economic-activity/>

ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Р. В. Бойко, студент спеціальності Облік і оподаткування,
група ОА 6-31

А. І. Мілька, науковий керівник, доцент кафедри бухгалтер-
ського обліку і аудиту, к. е. н., доцент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універ-
ситет економіки і торгівлі»

Основні засоби є суттєвою часткою майна бюджетних установ.

Теоретичні питання обліку основних засобів та особливості його методології у бюджетних установах досліджувалися вітчизняними вченими: П. Й. Атамасом, Р. Т. Джогою, Л. М. Кіндрацькою, Т. М. Мельник, С. В. Свірко тощо. Віддаючи належне проведеним ґрунтовним науковим дослідженням вітчизняних науковців із цієї проблематики, слід зазначити існування низки невирішених питань та дискусійних положень, зокрема в підходах до класифікації основних засобів.

З огляду на це, нами згруповано підходи до класифікації основних засобів бюджетних установ з точки зору різних науковців (табл. 1).

Таблиця 1 – Класифікація основних засобів бюджетних установ [узагальнено автором]

Автор	Класифікаційні групи
Атамас П. Й., Атамас О. П. [1]	За характером участі у процесі відтворення – виробничі, тобто задіяні у сфері матеріального виробництва; невиробничі (засоби освіти, культури тощо); належністю – власні й орендовані; за призначенням і характером виконуваних функцій – земельні ділянки, капітальні вкладення на поліпшення земель, будівлі, споруди, передавальні пристрої, машини й обладнання, транспортні засоби, інструменти, виробничий інвентар і приладдя, господарський інвентар, робоча та продуктивна худоба, багаторічні насадження, бібліотечні фонди, музейні цінності, експонати, інші основні засоби
Болух М. А., Заросило А. П. [2]	За відповідними галузями, які формуються під впливом видів діяльності на основні засоби галузей освіти, науки, культури, охорони здоров'я тощо;

Автор	Класифікаційні групи
Болюх М. А., Заросило А. П. [2]	залежно від використання в діяльності основні засоби поділяють на: такі, що діють; такі, що перебувають у запасі; такі, що не діють; за функціональним призначенням – основні та допоміжні; за матеріально-речовою формою – матеріальні й нематеріальні; за належністю – власні та орендовані
Верига Ю. А., Гладких Т. В., Артюх О. В., Мілька А. І. [3]	За ступенем використання – діючі; недіючі, ті, що перебувають у запасі; за належністю – власні та орендовані.
Лемішевський В. І. [4]	За технічними характеристиками – земельні ділянки, капітальні вкладення на поліпшення земель, будівлі, споруди, передавальні пристрої, машини і обладнання, транспортні засоби, інструменти, виробничий інвентар і приладдя, господарський інвентар, робоча худоба, продуктивна худоба, багаторічні насадження, бібліотечні фонди, музейні цінності, експонати, інші основні засоби; за ступенем використання – діючі, у резерві недіючі; за належністю – власні та орендовані; за характером участі у виробничому процесі – виробничі; не виробничі
Мних Є. В. [5]	За приналежністю розрізняють власні та орендовані основні засоби; за функціями, що виконуються в процесі діяльності, основні засоби поділяються на активні (машини, обладнання, прилади, які беруть участь у процесі обслуговування) і пасивні (будинки, споруди, передавальні пристрої та транспортні засоби, які забезпечують нормальне функціонування активних основних засобів); за роллю в процесі обслуговування розрізняють виробничі (активні та пасивні основні засоби, які безпосередньо беруть участь у процесі обслуговування або забезпечують нормальне функціонування бюджетної установи) та не виробничі (будівлі, споруди та інвентар, що підпорядковані житлово-комунальним господарствам, заклади побутового обслуговування, соціальної інфраструктури тощо) основні засоби;

Автор	Класифікаційні групи
Мних Є. В. [5]	за призначенням основних засобів прийнято виокремлювати: будівлі, споруди, машини та устаткування, транспортні засоби, господарський інвентар; за характером використання основні засоби розподіляються на працюючі, що в експлуатуються, та непрацюючі, які зберігаються на складі або перебувають у стані консервації
Свірко С. В. [6]	За галузевою належністю – заклади охорони здоров'я, заклади освіти, заклади науки, заклади культури, заклади фізичної культури і спорту, органи контролю тощо; за функціональним призначенням – основні та допоміжні; за матеріально-речовою формою – матеріальні й нематеріальні; за ступенем використання – діючі, недіючі, ті, що перебувають у запасі; за належністю – власні та орендовані

Таким чином, класифікація основних засобів у бюджетних установах спрямована на поліпшення організації бухгалтерського обліку з метою удосконалення управління витратами на створення та утримання основних засобів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Атамас П. Й. Облік у бюджетних установах : [навч. посіб.] / Атамас П. Й., Атамас О. П. – Київ : Центр уч-бової л-ри, 2018. – 392 с.
2. Болюх М. А. Аналіз фінансово-господарської діяльності бюджетних установ : [навч. посіб.] / Болюх М. А., Заросило А. П. – Київ : КНЕУ, 2008. – 344 с.
3. Облік у бюджетних установах : [навч.-метод. посіб.] / Верига Ю. А., Гладких Т. В., Артюх О. В., Кулявець Н. О., Мілька А. І. – Полтава : ПУЕТ, 2010. – 317 с.
4. Бюджетні установи: бухгалтерський облік та оподаткування : [навч. посіб.] / за ред. В. І. Лемішевського. – 2-е вид., допов. і перероб. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «Інтелект+» Інституту післядипломної освіти) : «Інтелект-Захід», 2007. – 1104 с.
5. Фінансовий контроль бюджетних ресурсів : монографія / Є. В. Мних, Г. О. Кравченко, Н. С. Барабаш [та ін.]; за заг. ред. Є. В. Мниха. – Київ : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2008. – 186 с.

6. Свірко С. В. Бухгалтерський облік у бюджетних установах: методологія та організація : монографія / Свірко С. В. – Київ : КНЕУ, 2006. – 286 с.

РАСКРЫТИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПРИМЕЧАНИЯХ К ОТЧЕТНОСТИ

А. А. Короткевич, студентка специальности *Бухгалтерский учет, анализ и аудит, группа Б-31*

И. Н. Новикова, научный руководитель, ст. преподаватель кафедры бухгалтерского учета

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации

В качестве основных финансовых индикаторов здоровья и оценки компании, инвесторы, как правило, рассматривают базовые показатели финансовой отчетности компании: денежный поток, чистая прибыль и доходы. Источником информации служит бухгалтерская отчетность.

Показатель чистой прибыли расчетный и поэтому подвержен влиянию факторов, участвующих в его расчете. Так, очевидно, если компания работает только за счет собственного капитала, ее чистая прибыль (при прочих равных условиях) будет выше, чем прибыль компании, привлекающей кредиты банка. Это не позволяет потенциальному инвестору объективно оценить отдачу на вложенный капитал. Для нивелирования такого искажающего влияния финансовый менеджмент использует показатель ЕВІТ (Earnings Before Interest and Taxes – прибыль до вычета процентов и налогов). Классический расчет данного показателя достаточно прост: чтобы его рассчитать, необходимо начать с показателя прибыли за период и вычесть финансовые (процентные) расходы по привлечению дополнительного финансирования и налог на прибыль [1]. Нормальным принято считать как минимум положительное значение показателя, однако оно не гарантирует итоговую прибыль после вычета процентов (при большом долговом бремени организации).

Еще одним весомым элементом, участвующим в расчете прибыли, является амортизация. Белорусским предприятиям в 2015–2017 гг. было разрешено на усмотрение руководства не начислять амортизацию, несмотря на то, что она является механизмом перенесения на готовый продукт расходов на приобре-

тение основных средств. Данный факт также искажает информацию об уровне цен на выпускаемую продукцию, о спросе и финансовых результатах деятельности. Таким образом, внешний пользователь бухгалтерской отчетности может принять неверное решение об инвестировании.

Для решения данной проблемы финансовой практикой выработан показатель EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization – прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации основных средств и нематериальных активов). Отрицательное значение показателя говорит о том, что деятельность показателя убыточна уже на операционной стадии еще до оплаты пользования заемным капиталом, налогов, амортизации.

Данные показатели не установлены международными стандартами финансовой отчетности или национальными стандартами западных стран в качестве обязательных показателей. Тем не менее, и EBIT, и EBITDA очень широко используются аналитиками, инвесторами и другими заинтересованными лицами для оценки финансового положения и стоимости компаний. EBIT и EBITDA очень похожие показатели, отличающиеся только на сумму амортизации.

Показатель EBIT является промежуточным показателем прибыли до уплаты процентов и налогов. Показатель EBITDA – это «очищенный» показатель чистой прибыли от амортизации, процентов и налога на прибыль, позволяющий оценить прибыль компании вне зависимости от влияния: размера инвестиций (поправка на сумму начисленной амортизации); долговой нагрузки (поправка на проценты); режима налогообложения (поправка на налог на прибыль).

Основное назначение EBITDA в том, чтобы с помощью данного показателя можно было сравнивать различные предприятия, работающие в одной отрасли, в том числе для целей бенчмаркинга. При этом не важны размеры инвестиций, долговая нагрузка или применяемый налоговый режим – имеют значение только вид деятельности и операционные результаты.

Основной недостаток EBITDA состоит в следующем: очищая показатель от амортизации, мы лишаем пользователя информации о потребности компании в инвестициях. Также показатели EBIT и EBITDA критикуются за то, что в классическом варианте они содержат все доходы – как от регулярной деятельности,

так и от разовых операций. Большинство компаний рассчитывает EBIT и EBITDA на основе прибыли по текущей деятельности.

Таким образом, данные показатели позволяют сравнивать компании с различными учетными политиками (например, в части учета амортизации или переоценки активов), различными условиями налогообложения или уровнем долговой нагрузки. Их целесообразно включить в примечания к бухгалтерской отчетности.

Список использованных информационных источников

1. Ефимова О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений : учебник / О. В. Ефимова. – Москва : Омега-Л, 2010. – 351 с.
2. Финансовый менеджмент: теория и практика : учебник / Е. С. Стоянова [и др.] ; под ред. Е. С. Стояновой. – Москва : Финансы, 2010. – 656 с.

МІЖНАРОДНИЙ СТАНДАРТ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ: ЗМІСТ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ

Т. А. Лисенко, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА-21інт

В. А. Кулик, науковий керівник, д. е. н., доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Міжнародні стандарти фінансової звітності – це стандарти, що затверджуються Радою з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, яка знаходиться в Лондоні.

Міжнародні стандарти фінансової звітності потрібні малим та середнім підприємствам для складання та подання фінансової звітності до контролюючих органів та відповідних користувачів.

Відповідно до цього документу до малих та середніх підприємств відносяться: 1) підприємства, які не є підзвітними громадськості; 2) підприємства, які оприлюднюють фінансові звіти загального призначення для зовнішніх користувачів. Зовнішніми користувачами є, наприклад, власники, що не беруть участь в управлінні підприємством, існуючі та потенційні кредитори, а також кредитно-рейтингові агентства.

Метою подання фінансових звітів малого чи середнього підприємства є надання інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства, яка є корисною для прийняття економічних рішень широким колом користувачів, що не мають повноважень вимагати звітів, пристосованих до їх конкретних інформаційних потреб.

У даному стандарті представлені якісні характеристики, які висуваються до звітності малих та середніх підприємств, а саме: зрозумілість; доречність; суттєвість; достовірність; превалювання сутності над формою; обачність; повнота; зіставність; своєчасність; співвідношення вигід та витрат.

Фінансовий стан підприємства – це співвідношення його активів, зобов'язань та власного капіталу, відображене у звіті про фінансовий стан.

Результати діяльності – це співвідношення доходу та витрат підприємства протягом звітного періоду. Цей МСФЗ дозволяє підприємствам відображати результати діяльності в одному фінансовому звіті (звіт про сукупний дохід) або в двох фінансових звітах (звіт про прибутки та збитки та звіт про сукупний дохід). Загальний сукупний дохід та прибуток чи збиток часто використовуються як показники діяльності або як основа для інших показників, таких як рентабельність інвестицій або прибуток на акцію.

Фінансові звіти, за винятком інформації про рух грошових коштів, підприємство має складати за обліковим принципом нарахування. Згідно з принципом нарахування, визнання статей як активів, зобов'язань, власного капіталу, доходу чи витрат відбувається тоді, коли вони відповідають визначенню та критеріям визнання цих статей.

Фінансові звіти повинні достовірно подавати фінансовий стан, фінансові результати діяльності та грошові потоки підприємства. Достовірне подання вимагає правдивого подання впливу операцій, інших подій та умов відповідно до визначень та критеріїв визнання активів, зобов'язань, доходу та витрат, наведених у Розділі 2 «Концепції та основоположні принципи».

Повний комплект фінансових звітів підприємства включає такі звіти:

- 1) звіт про фінансовий стан на дату звітності;
- 2) одне з двох: єдиний звіт про сукупний дохід за звітний період, в якому відображаються всі визнані протягом періоду статті доходу та витрат, включаючи статті, визнані під час визначення прибутку чи збитку (що є проміжним підсумком у

звіті про сукупний дохід) та статті іншого сукупного доходу, або окремий звіт про прибутки та збитки і окремий звіт про сукупний дохід. Якщо підприємство приймає рішення подавати і звіт про прибутки та збитки, і звіт про сукупний дохід, то звіт про сукупний дохід починається з прибутку чи збитку, а потім відображає статті іншого сукупного доходу.

3) звіт про зміни у власному капіталі за звітний період;

4) звіт про рух грошових коштів за звітний період;

5) примітки, що містять стисле викладення значної облікової політики та іншу пояснювальну інформацію.

Підприємство може вважатися таким, що вперше застосовує МСФЗ для МСП, лише один раз. Якщо підприємство, що застосовує МСФЗ для МСП, припиняє його застосування на один чи більше звітних періодів, а потім зобов'язане чи вирішує прийняти цей стандарт знову пізніше, особливі звільнення, спрощення та інші наведені в цьому розділі вимоги до такого повторного прийняття не застосовуються.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кулик В. А. Якісні характеристики облікової інформації в умовах використання інформаційно-комунікаційних технологій / В. А. Кулик // Науковий вісник ПУЕТ. – 2017. – № 5. – С. 57–62.
2. Облікова політика підприємства : навч. посіб. / В. А. Кулик, З. М. Левченко. – Київ : ЦУЛ. 2019. – 358 с.

ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ І ТЕНДЕРИ: ДЕФІНІЦІЇ ТА ПРОБЛЕМАТИКА

Р. Р. Малюк, студент спеціальності Публічні закупівлі, група ПЗ-61 м

Ю. О. Ночовна, науковий керівний, к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Держава закуповує товари, роботи й послуги для задоволення суспільних потреб. Обсяг державних закупівель в Україні щороку складає близько 13 % ВВП. Значна частина державних коштів витрачається на придбання товарів у торговельних підприємств. Для відображення процедури придбання товарів за бюджетні кошти використовують поняття «державні закупівлі» та «публічні закупівлі».

Державні закупівлі – це придбання замовником товарів, робіт і послуг за державні кошти. Коли говорять про державні закупівлі зазвичай розуміють наступне:

1) закупівля здійснюється державою, або її відокремленим підрозділом;

2) оплачується за кошт держави;

3) здійснюється в інтересах держави та органу, який здійснює закупівлю;

4) держава сама контролює процес закупівель.

Інтерпретація «публічних закупівель» дещо інша. Коли ми говоримо про публічні закупівлі, то маємо на увазі наступні аспекти:

1) закупівлю здійснює орган публічної адміністрації;

2) купівля товарів і послуг здійснюється за кошти платників податків;

3) закупівля здійснюється в інтересах громадян: задля надання якісних послуг органом публічної адміністрації чи державним підприємством.

4) громадяни можуть брати участь у контролі здійснення публічної закупівлі.

Тендер – це конкурентна боротьба за можливість постачати товари та послуги для державного замовника. Для бізнесу – це шанс отримати клієнта завдяки виключно якості власної продукції та конкурентним перевагам. Для державних підприємств – це можливість знайти найкращого виконавця за допомогою дієвого антикорупційного інструмента.

Тендер – це обов’язкова процедура для державних органів і підприємств України, призначена для проведення публічних закупівель. Така практика була впроваджена в 2016 році, а для освітлення тендерних процесів і забезпечення рівних умов для учасників торгів була створена система ProZorro. Вона дозволила мінімізувати ризик корупційного впливу на діяльність держустанов, а підприємці отримали шанс укласти вигідний контракт з ними. Тендерні закупівлі проводяться в сфері охорони здоров’я, освіти, управління, промисловості і не тільки.

Тендер (англ. tender – пропозиція) – конкурентна форма розміщення замовлення на закупівлю товарів, надання послуг чи виконання робіт відповідно до наперед визначених у документації умов в узгоджені терміни на принципах загальності, справедливості й ефективності. Контракт укладається з переможцем тендеру – учасником, який подав пропозицію, що відповідає документації і в якій надані найкращі умови.

Відповідно до законодавства переважна більшість державних підприємств України повинні проводити закупівлі товарів або послуг виключно через тендери в системі Prozorro на авторизованих електронних майданчиках.

Наприклад, замовник може оголосити тендер на закупівлю канцелярських товарів, умовами якого також буде доставка до підприємства. А може відкрити окремі тендери на закупівлю канцтоварів та їх доставку, отримавши товар в одного постачальника, а послугу з доставки – у іншого. Головне, щоб вартість послуги не перевищувала вартості самого товару.

Також закупівлі класифікуються за рівнем вартості товарів, послуг та робіт. Гранична вартість («пороги») та порядок здійснення «надпорогових» закупівель визначаються нормами Закону України «Про публічні закупівлі».

На законодавчому рівні, Законом України «Про публічні закупівлі» встановлено, що:

1) конкурентна процедура закупівлі (тендер) – здійснення конкурентного відбору учасників за процедурами закупівлі відкритих торгів, торгів з обмеженою участю та конкурентного діалогу;

2) публічна закупівля (закупівля) – придбання замовником товарів, робіт і послуг у порядку, передбаченому Законом України «Про публічні закупівлі».

Таким чином, можна стверджувати, що закріплення визначення понять на законодавчому рівні дозволяє уникнути розбіжностей при тлумаченні понять «публічні закупівлі» та «тендери».

ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕНДЕРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

М. В. Манжуров, студент спеціальності Публічні закупівлі, група ПЗ-61 м

В. А. Кулик, д. е. н., доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Тендери повинні відповідати таким критеріям як: відкритість, добросовісна конкуренція, максимальна економічна вигода, відсутність дискримінації учасників, неупередженість.

Проведення тендерних торгів, умовно, можна розділити на п'ять етапів: 1) старт торгів; 2) подача тендерних пропозицій; 3) тендерний аукціон; 4) оцінка пропозицій; 5) підписання договору.

Перший етап тендера. Старт торгів.

Замовник організовує про ведення закупівлі шляхом публікації відповідного оголошення на електронних майданчиках, що мають акредитацію Міністерства економічного розвитку і торгівлі. Через державний сайт prozorro.gov.ua торги не проводяться.

В оголошенні зазначаються документи для участі в тендері і умови участі в ньому:

- 1) опис товарів/послуг/робіт, які планується придбати;
- 2) кваліфікаційний рівень учасників;
- 3) критерії та методики оцінки пропозицій, що надійшли.

Другий етап. Подача тендерних пропозицій.

Дізнавшись про тендер, потенційні компанії-виконавці реєструються на електронному майданчику, вивчають правила участі в аукціоні і починають збір запитуваних документів. Для подачі заявок відводиться певний термін. Всі дії проводяться онлайн, але це не означає, що до підготовки пропозиції можна поставитися поблажливо. Навіть формальна помилка часто стає причиною відхилення пропозиції, тому всі дані потрібно попередньо перевірити, причому краще кілька разів.

Поки до завершення терміну прийому заявок залишається більше 10 днів, учасники можуть задавати питання ініціатору тендеру. На відповідь відводиться 3 дні. Якщо замовник вирішив змінити умови участі в держзакупівлі, термін прийняття заявок автоматично продовжується на 7 днів або більше. А всі учасники отримують про це відповідне повідомлення. Для допуску до аукціону їм потрібно скорегувати подану документацію. Якщо компанія-претендент не відповідає новим умовам торгів або з якихось причин вирішила не брати участі в них, вона може відкликати заявку.

Третій етап. Тендерний аукціон.

Коли починається тендер, компанії-претенденти в заздалегідь визначеному порядку знижують ціни. Попередньо електронна система відкриває всі пропозиції, оскільки до старту аукціону їх ніхто не бачить. Для торгів передбачено три етапи. Кожен новий починається з останньої суми попереднього.

При зниженні ціни учасники повинні робити крок вище мінімально передбаченого умовами закупівлі. Проведення аукціону є відкритим.

Щоб відбулися допорогові торги, заявку повинен подати хоча б один учасник. Для надпорогових закупівель мінімум становить два учасники. В іншому випадку аукціон скасовують.

Четвертий етап тендера. Оцінка пропозицій.

Коли завершується тендер, визначення переможця відбувається за принципом найбільшої фінансової вигоди. Крім того, система може враховувати і нецінові критерії:

- 1) суму можливих експлуатаційних витрат;
- 2) форми оплати;
- 3) умови гарантії;
- 4) термін здачі проекту.

Замовник вивчає пропозицію з мінімальною ціною протягом 5 днів (іноді до 20). Якщо документація, що міститься в заявці, відповідає умовам тендера, її автора можуть відразу оголосити переможцем, залишивши без уваги пропозиції інших учасників. Якщо ж перший розглянутий претендент не відповідає критеріям відбору, заявки оцінюються далі. При відхиленні всіх заявок торги скасовуються.

П'ятий етап тендера. Підписання договору.

Фінальній частині тендерної процедури передуює публікація на електронному майданчику повідомлення про визначення переможця, з яким замовник планує підписати договір. Повідомлення відповідного змісту отримує кожен з учасників. Якщо у кого-то з них є підстави для того, щоб оскаржити торги, він направляє скаргу до Уповноваженого комітету. Також учасники аукціону можуть вимагати від замовника роз'яснювальні дані по тому, якими конкурентними перевагами володіє переможець.

Список використаних інформаційних джерел

1. Карпенко Є. А. Аудит бізнес-ризиків: переваги, недоліки та можливості застосування в Україні / Є. А. Карпенко, В. А. Кулик. – Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки», 2019. Вип. 33 (2019).– С. 156–160.
2. Кулик В. А. Торги з обмеженою участю: порядок проведення та необхідність застосування підприємствами та установами в Україні / Кулик В. А., Карпенко Є. А. / Науковий вісник ПУЕТ. – 2019. – № 3. – С. 89–92.

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ
СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА**

О. Ю. Берданова, студентка спеціальності Публічне управління та адміністрування, група ПАМ-51

О. О. Кульчій, науковий керівник, к. ю. н., доцент, доцент кафедри правознавства

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Соціальні мережі як різноманітне соціокультурне середовище сьогодні ввійшли в повсякденне життя мільярдів людей, розширюючи можливості і формуючи нові способи самоідентифікації. Цей факт спонукає розглянути соціальні мережі як один із найважливіших елементів сучасної соціокультурної та інформаційно-комунікативної реальності, як невід’ємний складник процесів сучасного розвитку суспільства.

Розвиток сучасних інтернет-технологій виводить громадянське суспільство на новий рівень з новою якістю – здатністю миттєво консолідуватися навколо суспільно значущих проблем з реальною можливістю прямої дії для їх вирішення. Активне використання соціальних мереж може бути використане як у позитивних цілях, з метою налагодження контакту та поширення правдивих відомостей з боку держави до суспільства, так із негативного боку, а саме дискредитації представників влади чи політичних процесів. Для становлення демократичного суспільства важливе формування правильного уявлення про загальні принципи та цінності, відносини між державою та громадянами, встановлення та налагодження соціальних зв’язків, громадська самоорганізація. А тому в такому контексті важливого значення набувають соціальні мережі.

Дослідженням питання соціальних інтернет-мереж та їх впливу на розвиток суспільства займалися такі науковці, як: А. Фомін, Д. Іванов, І. Семенова, В. Сілаєва, Г. Градосельська, С. Коноплицький, В. Щербина, Є. Прохоренко, С. Романенко, Н. Коритнікова та ін.

Згідно з дослідженням компанії Media Sapiens кількість користувачів соціальної інтернет-мережі Facebook в Україні досягла 13 мільйонів в 2019 році [1].

Тобто ми можемо спостерігати значну поширеність та популяризацію соціальних мереж як у світі, так і в Україні зокрема. Соціальні мережі відіграють важливу роль у вільному поширенні інформації та завдяки майже цілковитій відсутності певних обмежень для користувачів створюють комфортне плюралістичне середовище для обміну думками та для висловлення своїх громадянських позицій, об'єднання за інтересами та відстоювання певних ідей та поглядів. Завдяки миттєвому, безперешкодному та зручному обміну інформацією користувачі соціальних інтернет-мереж отримують можливість реагувати на дії влади та координувати свою різноманітну громадську активність.

Поширення сучасних електронних інформаційних технологій виводить громадянське суспільство на наступний рівень розвитку з новою якістю – здатністю миттєво об'єднуватися навколо суспільно значущих проблем з реальною можливістю прямої дії для їх вирішення. Водночас інформатизоване на сучасному рівні суспільство здатне до швидкої самоорганізації й, наприклад, через протест може контролювати, сигналізувати правлячим спілнотам про необхідність змін насамперед і у сфері організації безпосередньо влади.

Соціальні інтернет-мережі можуть слугувати як приклад інструментального чинника демократичного державотворення й засобу громадського контролю за діяльністю органів публічної влади та на сьогодні дедалі частіше виступають. Останні в міру свого розвитку стають не тільки засобом для спілкування, а використовуються як потужний інструмент об'єднання людей певною метою. Саме соціальні інтернет-мережі регулюють соціальну й політичну поведінку населення, а також закріплюють або змінюють стереотипи сприйняття та реакції. На сьогодні «лідери мережевих спілнот і груп – це новий тип суспільного діяча, який виростає прямо зсередини громадянського суспільства» [2, с. 90].

Науковець І. Динник вважає, що взаємодія урядовців із громадянами в соціальних мережах відкриває додаткові шляхи до побудови ефективних комунікативних каналів між суспільством і владою. Зокрема, до них належать утворення співтовариств,

груп, сторінок у соціальних мережах, де державні структури контактують із громадянами; створення блогів, де представлені та обговорюються державні послуги; залучення суспільства до роботи з поліпшення законодавства – доступ громадян у режимі онлайн до інформації державного сектора, чинних законів і тих, що розробляються; пряма звітність чиновників перед громадянами; оперативне обговорення і вирішення в режимі он-лайн проблем, що виникають у країні і окремих областях. З огляду на ці аспекти, в умовах сучасності, соціальні мережі є ефективним засобом формування суспільного розвитку в сучасній Україні [3, с. 68].

Якщо розглядати основні фактори та причини впливу соціальних інтернет-мереж на процеси розвитку суспільства, на нашу думку, варто виділити такі особливості: 1) швидкість та мобільність самоорганізації громадян навколо певних питань або соціально значущих проблем, організації протестів та виступів тощо; 2) плюралізм думок та майже повна відсутність цензури у більшості країн, де активно розвиваються та поширюються мережі; 3) можливість спілкування та обміну інформацією в реальному часі численних груп населення; 4) вільний та зручний обмін інформацією та повідомленнями різного типу.

Також варто наголосити й на можливому негативному впливі соціальних інтернет-мереж на суспільство та громадян, оскільки вони можуть використовуватися для пропаганди, інформаційної війни, дискредитації певних суб'єктів, державних органів, політичних процесів чи окремих індивідуумів.

Так, О. Ф. Гіда вважає, що соціальні мережі сьогодні дійсно перетворюються на своєрідний плацдарм інформаційної війни, адже саме за їх допомогою створюються умови для зламу системи міжнародного права, отримання формальних приводів для початку силового втручання у внутрішні справи країн та ігнорування їх суверенного права на шляхи економічного, політичного і соціального розвитку. Науковець зазначає, що вони стали дієвим інструментом психологічного впливу і контролю, руйнують психіку і деморалізують суспільство. Для зменшення шкідливих наслідків від їх деструктивних впливів країни розробляють відповідні державні програми, створюють спеціальні підрозділи. Усе це дає підстави для активізації пошуку власних механізмів протидії викликам і загрозам інформаційному суверенітету України, без чого неможливо забезпечити національну безпеку держави [4, с. 277].

На думку науковця Ю. А. Данько, соціальна мережа, що володіє значним ефективним потенціалом у динаміці масових інформаційних потоків і функціями, наприклад, як накопичення і реалізація соціального капіталу, безумовно, має важливий статус у сучасному суспільстві. Основна цінність соціальної мережі полягає в тому, що вона в сучасних умовах уже є не просто засобом комунікації, а механізмом конструювання комунікативного простору сучасного суспільства. Ці особливості мереж проявляються у всіх сферах людської діяльності: економіці, політиці, освіті, культурі, інформаційному просторі, технології й управлінні тощо. Таким чином, мережа має тотальне значення і поширюється на всі явища соціуму [5, с. 57].

Отже, підсумовуючи, можна сказати, що соціальні інтернет-мережі в розвинутих демократичних країнах справді перетворюються з супутніх чинників формування громадянських суспільств на їхній важливий складник і один із соціальних інститутів.

Потужне розширення та зростання мереж, масштаби їхнього впливу призводять до того, що користувачі, об'єднуючись мережами, перетворюються на членів нового типу суспільства – мережевого. Соціум, головну комунікативну роль в якому починають відігравати соціальні інтернет-мережі, вільно створює об'єднання людей і групи за інтересами. На відміну від традиційних соціальних структур мережеві спроможні сприймати і самостійно створювати нові комунікативні конфігурації, недоступні та неможливі для традиційних інститутів. Сучасні комунікаційні технології інтернет-мереж дають змогу створювати соціальні спільноти (інтернет-ком'юніті) з майже будь-якими вказаними характеристиками – освітніми, професійними, віковими, які, у свою чергу, можуть значним чином впливати на розвиток суспільства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кількість користувачів Facebook в Україні досягла 13 мільйонів – дослідження (2019 рік) [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/22446/2019-02-14-kilkist-koristuvachiv-facebook-v-ukraini-dosyagla-13-milioniv-doslidzhennya/> – Назва з екрана.
2. Онищенко О. С. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Го-

- ровий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2013. – С. 220
3. Динник І. Соціальні мережі як засіб суспільного розвитку / Динник І. – Ефективність Державного Управління. – 2017. – Вип. 1 (50). – Ч. 1. – С. 64–69.
 4. Гіда О. Ф. Соціальні мережі як засіб деструктивних впливів через інформаційний простір. Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика) / Гіда О. Ф. – № 3 (31) 2013. – С. 268–278.
 5. Данько Ю. А. Феномен соціальних мереж у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства / Данько Ю. А. // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Харків Серія «Соціологічні науки». – Том XV. – № 1, 2. 2012. – С. 53–59.

УНІТАРНА ТА ФЕДЕРАТИВНА ФОРМА ДЕРЖАВНОГО УСТРОЮ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Ю. А. Білокінь, студентка спеціальності *Право*, група *ПРб-11*
С. О. Гладкий, науковий керівник, *д. ю. н., професор кафедри правознавства*
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Народи країн сучасного світу інтенсивно ведуть пошуки форми оптимального державного устрою. Тому важливо глибоко дослідити всі переваги та недоліки унітарної та федеративної форм державного устрою, щоб правильно організовувати владу в країні, зберегти єдність та суверенітет держави.

Форма державного устрою – це територіальна організація державної влади, що відображає рівень централізації останньої, а також співвідношення компетенції центральних та регіональних органів держави; це вираз співвідношення цілої держави з її окремими частинами.

Форма державного устрою характеризує державу з точки зору її територіального поділу та відповідної організації державних органів. Державний устрій може проявлятися у простій або у складній формах. До простої форми державного устрою належать унітарні (єдині) держави.

Унітарна держава – це форма державного ладу, що ґрунтується на зверхності суверенітету (верховної влади) єдиної держави над адміністративно-територіальними одиницями (департаментами, областями, префектурами, провінціями тощо), на які вона поділена.

До найважливіших юридичних ознак унітарної держави належать такі: до складу унітарної держави не входять державні утворення, які наділені ознаками суверенітету; вона має єдину систему державних органів; в унітарній державі діє єдина конституція і єдина система законодавства; в ній існує єдине громадянство; в міжнародних відносинах унітарна держава виступає як єдине ціле [2, с. 43].

До складної форми державного устрою належить федерація.

Федерація – форма державного устрою, за якої адміністративно-територіальні одиниці держави мають певну юридично визначену політичну самостійність, чим відрізняються від адміністративно-територіальних одиниць унітарної держави. Держави з федеративною формою державного устрою почали виникати разом із появою в XVII–XVIII ст. республік, водночас із хвилею буржуазно-демократичних революцій.

До юридичних ознак федерації належать: наявність конституції федерації в цілому і конституції у кожному з її суб'єктів і, відповідно, системи законодавства всієї федерації та системи законодавства у її суб'єктів; існування громадянства як всієї федерації, так і громадянства її суб'єктів; у міжнародних відносинах може виступати як федерація в цілому, так і кожен з її суб'єктів (США, Росія, ФРН) [1, с. 52].

Порівнюючи ознаки федеративної та унітарної форм державного устрою, можна виокремити такі переваги останньої: певна економічність організації державного управління; простота й оперативність прийняття рішень; простота контролю за виконанням прийнятих рішень; суттєва сталість в екстремальних умовах.

Утім існують також недоліки унітарної держави: тенденція руху до авторитаризму; ігнорування специфічних особливостей етносів, спільнот; відсутність ініціативи регіональних і місцевих структур влади.

У свою чергу, федеративна форма держави має такі переваги: інституційні перешкоди зловживанням центральної влади; ефективність інновацій; розширення можливостей подолання конфліктів; військові та політичні переваги; економічний вигравш.

Недоліками федеративної форми державного устрою є: егоїзм суб'єктів федерації; проблеми координації; соціально-економічна нерівність [1, с. 56].

Узагальнюючи зазначене щодо переваг і недоліків унітарної та федеративної держави, зауважимо, що знання цього питання може бути корисним у царині практичної політики, тобто допоможе обрати більш досконалу форму державного устрою. При цьому слід урахувувати, що форма державного устрою в країні залежить від цілого ряду національних, соціальних, історичних, географічних та інших умов і чинників.

Список використаних інформаційних джерел

1. Иринин А. Е. Сущность унитарной формы государственного устройства : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.01 / Иринин А. Е. / Краснодар, 2007. – 174 с.
2. Адміністративно-територіальний устрій країн Європейського Союзу : навч. посіб. / заг. наук. ред. Ю. В. Ковбасюк, М. К. Орлатий. – Київ : НАДУ, 2015. – 628 с.
3. Реформування адміністративно-територіального устрою: український та зарубіжний досвід : монографія / за ред. І. О. Кресіної. – Київ : Логос, 2011. – 399 с.

ПРОБЛЕМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ

***І. С. Бондаренко, студентка спеціальності Право, група ПР-11
С. О. Гладкий, науковий керівник, д. ю. н., професор, професор
кафедри правознавства
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»***

Питання сучасного законодавства ніколи не втратить своєї актуальності. Наразі в юридичній науці не існує єдиного підходу до визначення поняття законодавства. З цією проблемою зіштовхнулися ще радянські вчені. Станом на сьогодні існує кілька підходів до розуміння поняття «законодавство». В одному випадку мають на увазі лише сукупність законів, а в іншому – закони, Укази Президента України та урядові постанови. Але ще частіше цей термін використовують для позначення всієї сукупності нормативно-правових актів, що діють на території держави [3, с. 261].

З певного погляду слід погодитись і з дослідниками, які вважають, що законодавство – це система всіх упорядкованих певним чином законів даної країни, а також міжнародних договорів, ратифікованих парламентом [2, с. 250].

Трансформація законодавства України є одним з найефективніших способів, за допомогою якого розвивається сучасна правова система України. Законодавство утворює нормативну основу механізму правового регулювання суспільних відносин.

Основними проблемами, які постають перед українським законодавцем, сьогодні є:

- забезпечення динамічного розвитку відносин у суспільстві, що потребує перетворення законодавства;
- врахування вимог ЄС до деяких норм українського законодавства;
- впровадження норм законодавства в суспільне життя на практиці, тобто забезпечення ефективності правового регулювання;
- здійснення позитивного впливу на функціонування правової системи, що передбачає високу якість прийнятих законів.

Як бачимо, законодавство повинно постійно розвиватися, щоби відповідати потребам правового регулювання суспільних відносин. Хоча саме поняття трансформації законодавства трактується науковцями неоднозначно, всі вони згодні в тому, що його головна мета полягає в задоволенні соціальних потреб у суспільстві.

До критеріїв, згідно з якими відбувається трансформація законодавства, належать: мета, результат застосування, корисність, соціальна цінність, врахування витрат матеріальних засобів, людської енергії та часу, оптимальний варіант досягнення поставленої мети тощо. Від ефективності цих критеріїв залежить наскільки трансформація законодавства буде дієвою.

Процес подальшої трансформації системи законодавства України має бути спрямований на удосконалення механізму правового регулювання найважливіших сфер демократичної правової державності, вдосконалення функціонування демократичних інститутів публічної влади, модернізацію систем соціального забезпечення, освіти, охорони здоров'я тощо [3, с. 23–35].

На трансформацію законодавства впливає низка чинників, які доцільно розглядати комплексно:

- стан розвитку економічних, політичних, соціальних та інших відносин, який може викликати до життя як окремі законодавчі акти, так і цілі галузі законодавства, постійно штовхає

законодавця до змін, доповнень або скасування чинних нормативно-правових актів;

– становище держави на міжнародній арені.

Отже, доходимо висновку, що на трансформацію сучасного законодавства України впливає багато факторів, а найважливішим з них є соціальний розвиток. Не у всіх випадках законодавство може відповідати вимогам сучасного соціуму. Тому громадянське суспільство повинно здійснювати контроль за діяльністю правотворчих органів, брати участь в обговоренні проектів законодавчих актів, стимулювати державні органи до активнішого виконання ними своїх обов'язків.

Список використаних інформаційних джерел

1. Загальна теорія держави і права : підручник / за ред. М. В. Цвіка, О. В. Петришина. – Київ : Право, 2009. – 584 с.
2. Скакун О. Ф. Теорія держави і права : підручник / О. Ф. Скакун ; пер. з рос. – Харків : Консум, 2001. – 656 с.
3. Рабінович П. Офіційно-нормативне тлумачення законодавства як інструмент адаптації правового регулювання до соціальних змін / П. Рабінович, Н. Савчук // Вісник Академії правових наук України. – 2002. – № 1. – С. 23–35.

ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СУБ'ЄКТІВ ДОГОВОРУ ПРО НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

В. О. Бреус, студентка спеціальності Право, група ПР 6-21

О. О. Кульчій, науковий керівник, к. ю. н., доцент, доцент кафедри правознавства

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Одним із найважливіших гарантованих державою прав є право на освіту. Вища освіта зорієнтована на розвиток особистості та підготовку кадрів для подальшої успішної роботи. Взаємовідносини між особою, яка бажає отримати освітню послугу та Вищим навчальним закладом втілюються у формі договору про надання освітніх послуг. Сторонами такої угоди є виконавець – навчальний заклад, замовник – батьки або повнолітня особа, якій надається послуга та споживач – студент. Ми переконані, що фундаментальною складовою такої угоди є права та обов'язки її суб'єктів.

Послуги тісно пов'язані з суб'єктом, який їх надає. Тож до виконавця висувають підвищені вимоги, які забезпечують професійність надання освітніх послуг та їх відповідність встановленим вимогам та умовам. Істотною умовою договору є якість послуги. Послугонадавач зобов'язаний належним чином надати освітню послугу відповідно до договору. Згідно з Типовим договором про надання освітніх послуг між вищим навчальним закладом та фізичною (юридичною) особою виконавець зобов'язаний:

- надати одержувачу освітню послугу на рівні стандартів вищої освіти. Забезпечити якісну теоретичну і практичну підготовку фахівця згідно з вимогами освітньої програми;
- забезпечити дотримання прав замовника та одержувача;
- видати одержувачу документ про вищу освіту (науковий ступінь) державного зразка за умови виконання одержувачем необхідного навчального навантаження;
- інформувати одержувача про правила та вимоги щодо організації надання освітньої послуги, її якості та змісту, про його права і обов'язки під час надання та отримання зазначеної послуги.

Виконавець має право вимагати від замовника своєчасно вносити плату за освітню послугу в розмірах та в порядку, встановлених договором [1]. Деякі ВНЗ покладають на себе додаткові зобов'язання, проте більшість навчальних закладів дотримуються типового договору і не збільшують обсяг покладених на них обов'язків. Наприклад, виконавець зобов'язаний сприяти організації виробничих практик одержувача відповідно до навчального плану за спеціальністю. При цьому виконавець бере на себе наступні зобов'язання:

- проводити інструктаж одержувача з охорони праці та техніки безпеки перед проходженням виробничої практики;
- забезпечувати дотримання прав одержувача щодо практичної підготовки відповідно до чинного законодавства;
- за власні кошти забезпечувати: проведення (у разі необхідності) обов'язкового медичного огляду одержувача перед проходженням виробничої практики; методичне керівництво і контроль за проходженням одержувачем виробничих практик викладачами виконавця; оплату керівництва виробничою практикою одержувача працівникам підприємств і організацій, з якими укладені договори на проходження одержувачем виробничої практики [2].

У Типовому договорі зазначені обов'язки та права замовника. Зокрема, замовник зобов'язаний своєчасно вносити плату за освітню послугу в розмірах та в порядку, встановлених договором. Замовник має право вимагати від виконавця виконання його обов'язків, визначених у розглянутих вище умовах договору [1].

Замовник зобов'язаний за власний кошт забезпечувати проходження одержувачем виробничих практик за програмами виконавця. Надати можливість одержувачу працевлаштування за отриманим ступенем та спеціальністю. У разі зміни місцезнаходження та/або реквізитів у місячний термін повідомити про це виконавця [2].

Типовим договором визначено права та обов'язки одержувача освітньої послуги. Одержувач зобов'язаний дотримуватися обов'язків, передбачених статтею 63 Закону України «Про вищу освіту». Студент має права, передбачені статтею 62 цього закону, саме він має найбільш широке коло прав для ефективності використання наданої послуги.

Отже, суб'єктний склад договору налічує три сторони, які тісно співпрацюють та взаємодіють між собою. Договором врегульовуються їхні права та обов'язки, що значно полегшує їхній взаємозв'язок. Ми переконані, що ця складова є найголовнішою частиною такої угоди. Типовим договором закріплюються основні права та обов'язки учасників такої угоди. Вищий навчальний заклад може розширювати коло цих положень, за умови, що вони не будуть суперечити та обмежувати законодавчо закріплені.

Список використаних інформаційних джерел

1. Типовий договір про надання освітніх послуг між вищим навчальним закладом та фізичною (юридичною) особою : затв. Постановою Кабінету Міністрів України від від 19 серпня 2015 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/634-2015-п>. – Назва з екрана.
2. Договір № 152018001545 про надання освітньої послуги між Вищим навчальним закладом Укоопспілки «Полтавським університетом економіки і торгівлі» в особі ректора професора Нестулі О. О. та Бреус О. В. – Особистий архів Бреус Валерії Олександрівни. – 4 арк.

ПРОБЛЕМИ УТВЕРДЖЕННЯ ПРИНЦИПУ ВЕРХОВЕНСТВА ПРАВА В УКРАЇНІ ТА ОСНОВНІ ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Н. В. Голобородько, студентка спеціальності Право, група ПР6-11

С. О. Гладкий, науковий керівник, д. ю. н., професор, професор кафедри правознавства
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Демократична, правова держава повинна базуватися на принципі верховенства права. Проте українські політико-правові реалії сьогодні не повною мірою відповідають цьому принципу. Саме тому важливо, спираючись на доробок провідних учених-правників, виявити й осмислити проблеми утвердження принципу верховенства права та знайти оптимальні шляхи його реалізації в Україні.

Верховенство права – це, безумовно, прояв загальнолюдських цінностей, розвитку культури суспільства, у тому числі й правової, головний засіб і мета суспільного розвитку, своєрідна демонстрація етапів формування та еволюції правової системи [2, с. 222].

2 листопада 2004 року Конституційним Судом України вперше було викладено зміст поняття верховенства права: «Верховенство права – це панування права в суспільстві. Верховенство права вимагає від держави його втілення у правотворчу та правозастосовну діяльність, зокрема у закони, які за своїм змістом мають бути проникнуті передусім ідеями соціальної справедливості, свободи, рівності тощо» [1]. Ми не вважаємо це трактування достатньо чітким і зрозумілим громадянам України.

Аналізуючи принцип верховенства права у практичній площині, ми чітко бачимо, що абсолютне або хоча б часткове його ігнорування призводить до катастрофічних наслідків, руйнації правопорядку в суспільстві та навіть розпаду держави.

З'ясуємо основні аспекти проблеми утвердження принципу верховенства права в Україні.

Попри активне використання терміна «верховенство права» в політичній і політико-правовій риторичі жоден правовий акт не містить чіткої й змістовної дефініції цього поняття.

Українське законодавство не повною мірою відповідає вимогам принципу верховенства права. Не вчасно вносяться потрібні зміни, що, зокрема, ускладнює здійснення правосуддя.

Судова діяльність, якою гарантується дія цього принципу, теж має сьогодні численні вади. Судові рішення нерідко є протизаконними і порушують права людини. Фахівці небезпідставно вважають, що такий стан речей призводить до недовіри суспільства до системи здійснення правосуддя, що, у свою чергу, робить неможливим утвердження принципу верховенства права в державі [3, с. 67].

Проблемою є також імітація владою проведення необхідних реформ, корупція на всіх рівнях державного апарату. Українській правовій системі бракує налагодженої системи підготовки фахівців і самих фахівців.

Розглянемо шляхи розв'язання проблеми утвердження принципу верховенства права в Україні.

Для вирішення цієї проблеми потрібно насамперед зрозуміти, що основною цінністю для держави має стати людина, її права. Навіть якщо невід'ємні права і свободи людини ще не знайшли свого формального вираження, вони об'єктивно існують у суспільстві та визначають межі, за які держава не має права вийти.

Зараз в Україні ми бачимо високий рівень недовіри громадян до органів держави, незадоволення їх діяльністю. Для того, щоб людина не була змушена вдаватися до опору владі, як останнього способу порятунку проти пригнічення, її права повинні бути захищені верховенством права, законом, діяльністю державних органів. Кожна особа, яка вважає діяльність органів державної влади не справедливою щодо неї, може оскаржувати їх рішення. Держава повинна з повагою ставитися до прав людини. З другого боку, діяльність органів державної влади не повинна зазнавати протиправного, корисливого впливу приватних осіб. Усі мають бути рівними перед законом.

Для розвитку будь-якої правової держави передусім необхідно, щоб кожна людина була поінформована, чітко розуміла сутність і призначення принципу верховенства права, зміст законів і вміла застосовувати базові юридичні знання на практиці.

Узагальнюючи вищезазначене, слід зауважити, що утвердження принципу верховенства права в країні залежить від рівня розвитку правової культури суспільства. Цією проблемою

повинна займатися не лише держава та її органи, а й органи місцевого самоврядування, добровільні громадські об'єднання і взагалі все суспільство.

Список використаних інформаційних джерел

1. Каталог позицій Конституційного Суду України (1997–2018). Верховенство права [Електронний ресурс] / Конституційний Суд України. – Режим доступу: <http://ccu.gov.ua/storinka-knygy/34-verhovenstvo-prava>. – Назва з екрана.
2. Макаренко Л. О. Верховенство права як принцип природного права / Л. О. Макаренко // Альманах права. – 2012. – Вип. 3. – С. 222–229.
3. Уварова О. Принцип верховенства права в судовій практиці України / О. Уварова // Філософія права і загальна теорія права. – 2013. – № 1. – С. 65–70.

СПЕЦІАЛЬНА КОНФІСКАЦІЯ: ЗАГАЛЬНІ АСПЕКТИ, СУТНІСТЬ ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ

І. О. Діденко, студентка спеціальності Право, група ПРм-61 (заочна)

Т. В. Іщенко, науковий керівник, ст. викладач кафедри правознавства

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

З початку запровадження інституту спеціальної конфіскації в національному законодавстві, що відбулось на підставі Закону України № 222–VII від 18 квітня 2013 р. «Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України щодо виконання Плану дій щодо лібералізації Європейським Союзом візового режиму для України» [2], спеціальна конфіскація неодноразово зазнавала законодавчих змін у сфері застосування.

Не зважаючи на те, що спеціальна конфіскація досить широко застосовується на практиці та має позитивну динаміку, правове регулювання норм чинного законодавства є недосконалим та суперечливим, а відтак потребує змін на законодавчому рівні. Зокрема, суперечливість норм права полягає у невідповідності окремих санкцій статей Особливої частини Кримінального кодексу України (далі – КК України), обмеженням, передбаченим Загальною частиною КК України щодо кола злочинів, за які можливо призначати конфіскацію майна. Крім того, має

місце невизначеність правової природи і меж спеціальної конфіскації, суперечливість між положеннями КК України та Кримінального процесуального кодексу України (далі – КПК України), а в окремих випадках – і цивільного законодавства щодо вирішення питань про речові докази.

Зауважимо, що спеціальна конфіскація за змістом, підставами, сферою застосування, видами майна, яке вилучається, колом осіб, яким належить таке майно відрізняється від загальної конфіскації (у розумінні ст. 59 ККУ як покарання), а випадки, критерії та умови її застосування визначено нормами ст.ст. 96-1, 96-2 КК України.

Так, ч. 1 ст. 96-1 КК України визначено, що спеціальна конфіскація полягає у примусовому безоплатному вилученні за рішенням суду у власність держави грошей, цінностей та іншого майна у випадках, визначених КК України, за умови вчинення умисного злочину або суспільно небезпечного діяння, що підпадає під ознаки діяння, передбаченого Особливою КК України, за які передбачено основне покарання у виді позбавлення волі або штрафу понад три тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а так само передбаченого ч. 1 ст. 150, ст. 154, ч.ч. 2 і 3 ст. 159-1, ч. 1 ст. 190, ст. 192, ч. 1 ст.ст. 204, 209-1, 210, ч.ч. 1 і 2 ст.ст. 212, 212-1, ч. 1 ст.ст. 222, 229, 239-1, 239-2, ч. 2 ст. 244, ч. 1 ст.ст. 248, 249, ч.ч. 1 і 2 ст. 300, ч.1 ст.ст. 301, 302, 310, 311, 313, 318, 319, 362, ст. 363, ч. 1 ст.ст. 363-1, 364-1, 365-2 КК України [3]. Вона застосовується на підставі: обвинувального вироку суду; ухвали суду про звільнення особи від кримінальної відповідальності; ухвали суду про застосування примусових заходів медичного характеру; ухвали суду про застосування примусових заходів виховного характеру [3].

Більше того, ст. 96-2 КК України визначено випадки застосування спеціальної конфіскації. Так, вона застосовується у разі, якщо гроші, цінності та інше майно: 1) одержані внаслідок вчинення злочину та/або є доходами від такого майна; 2) призначалися (використовувалися) для схиляння особи до вчинення злочину, фінансування та/або матеріального забезпечення злочину або винагороди за його вчинення; 3) були предметом злочину, крім тих, що повертаються власнику (законному володільцю), а у разі, коли його не встановлено, – переходять у власність держави; 4) були підшукані, виготовлені, пристосовані або використані як засоби чи знаряддя вчинення злочину, крім тих,

що повертаються власнику (законному володільцю), який не знав і не міг знати про їх незаконне використання. [3].

Між іншим, Верховним Судом України у постанові від 19 березня 2018 року у справі № 662/360/17 окреслено природу спеціальної конфіскації таким чином: «Спеціальна конфіскація не є покаранням, а належить до інших заходів кримінально-правового характеру, які полягають у передбачених законом обмеженнях прав і свобод засуджених, що не мають карального навантаження, а спрямовані на забезпечення безпеки суспільства шляхом реалізації превентивної мети – утримання винних від скоєння нових протиправних діянь та усунення умов, які сприяють їх вчиненню» [5].

Таким чином, сутність спеціальної конфіскації полягає в обмеженнях майнового характеру щодо особи (позбавлення права власності на належне особі майно) або відсутності обмежень (вилучення майна, яке особі не належить) у зв'язку з наявністю кримінально-правової підстави та визначених кримінальним законодавством умов. Зміст спеціальної конфіскації як іншого засобу кримінально-правового характеру становить визначений законом і судом обсяг таких майнових обмежень.

Встановлено, що найбільш поширеними проблемами, які виникають при застосуванні спеціальної конфіскації, на практиці є: застосування конфіскаційної процедури відповідно до ст. 100 КПК України замість спеціальної конфіскації; відсутність чіткого та аргументованого визначення поняття «майно» (як наслідок не застосування в повному обсязі спеціальної конфіскації до активів третіх осіб); відсутність процесуального статусу третьої особи при розгляді кримінального провадження та визначення поняття «добросовісного набувача» у кримінальному процесі.

Отже, для вирішення зазначених проблем пропонуємо внести відповідні зміни до кримінального та кримінального процесуального законодавства шляхом закріплення поняття «активи», виключивши поняття «майно», а також встановивши чітко визначені межі, що надалі не дозволять посягати на майно третіх осіб – добросовісних набувачів; визначення процесуального статусу третьої особи та порядку оскарження такими особами судових рішень. Лише після врегулювання на законодавчому рівні колізій чинного законодавстві, спеціальна конфіскація зможе посісти чільне місце в системі засобів кримінально-правового характеру для подальшої боротьби зі злочинністю.

Список використаних інформаційних джерел

1. Винник А. О. Цілі спеціальної конфіскації як іншого заходу кримінально-правового характеру / А. О. Винник // Соц.-прав. студії. – 2018. – № 2. – С. 48–54.
2. Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України стосовно виконання Плану дій щодо лібералізації Європейським Союзом візового режиму для України [Електронний ресурс]: Закон України від 18.04.2013 р. 222-VII. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-18> (дата звернення 22.03.2019 р.).
3. Кримінальний кодекс України [Електронний ресурс]: Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-III. Дата оновлення: 26.02.2019. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14> (дата звернення: 23.03.2019).
4. Узагальнені статистичні та аналітичні дані про діяльність органів прокуратури у 2018 році (відповідно до статті 6 Закону України «Про прокуратуру».
5. https://www.gp.gov.ua/ua/vlada.html?_m=publications&_t=rec&id=248318 (дата звернення: 23.03.2019).
6. Постанова Верховного Суду України від 19 березня 2018 року у справі № 662/360/17 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://document.org.ua/zasobu-doc349204.html>. – Назва з екрана.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ПРАВОВОГО МЕНТАЛІТЕТУ

О. Ю. Лопасенко, студент спеціальності Право, група ПРм-61
С. О. Гладкий, науковий керівник, д. ю. н., професор, професор кафедри правознавства
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Правовий менталітет як об'єкт наукового пізнання стає чимдалі актуальнішим, адже він визначає розвиток правової дійсності, є рушієм змін у правовій культурі та правовій системі. Його архітектоніка закладена в глибинах історії та зумовлює суперечності й проблеми суспільного сьогодення.

Правовий менталітет українського народу, маючи єдиний етнічний фундамент, певною мірою відрізняється у східних та західних регіонах сучасної України, що зумовлено багатовіковою роздрібненістю держави та впливом різних правових традицій на становлення і формування цих регіонів. Фактично існує

два «проекти» однієї нації. Перший, притаманний жителям Галичини, будується на таких ключових ментальних детермінантах, як етнічність, мовна та релігійна приналежність. Другий «проект», притаманний жителям східних та південно-східних регіонів, – характеризується суспільною солідарністю, антиамбіційністю, патерналістичними настроями. Ці два складники менталітету української нації співіснують, провокуючи іноді міжрегіональну напруженість.

Таким чином, саме відмінності в історичному минулому регіонів країни позначаються на менталітеті їх населення. Закономірними є внутрішні суперечності, порушення системності в структурі правової свідомості суспільства, а відтак – і різноманітні кризові явища та проблеми у правовому житті українського суспільства. Серед них – проблеми на шляху до євроінтеграції, яку більшість населення сприймає як хибну можливість отримати значну зовнішню допомогу для швидкого подолання зовнішніми силами наших внутрішніх труднощів і негараздів.

Маючи таке суперечливе ментальне підґрунтя, правосвідомість українського народу відчуває на собі тиск складних соціально-економічних, політичних та інших трансформаційних процесів, що відбуваються в країні.

Серед деяких фахівців побутує думка, що саме різного роду нав'язані ззовні ментальні настанови призвели до формування віддалених від власного культурного коріння політичних цінностей та ідеалів. Прибічники такого підходу закликають зважати виключно на сильні риси українського менталітету, що, у свою чергу, дозволить якнайбільше вплинути на сучасну правову систему України і подолати такі негативні ментальні риси: 1) байдуже ставлення до права в поєднанні з правовим ідеалізмом, який передбачає, що посилення впливу правових норм стане причиною якісного покращення життя; 2) традиційна для української ментальності психологічна амбівалентність; 3) багатоаспектність психологічного фону української правової ментальності, яка характеризується ірраціональністю, імпульсивністю, прагненням до справедливості та тісним зв'язком з релігійними цінностями; 4) неможливість перебування української ментальності поза глобальним правовим простором і, водночас, певне дистанціювання від її загальнолюдських цінностей; 5) властиві сучасній українській правовій ментальності еkleктичність уявлень, ідеологічна сумбурність, непостійність і

непослідовність поглядів, поєднані з політичною демагогією та популізмом [2, с. 245].

У зв'язку з необхідністю модернізації країни особливості українського менталітету вимагають глибокого і всебічного осмислення. Тому пропонуємо на законодавчому рівні прийняти окремий політико-правовий акт, який умістив би визначення правового менталітету, правосвідомості, правової культури тощо (наприклад – Стратегія правового розвитку та освіти населення України). Разом і з ним доцільно прийняти деталізований План щодо реалізації даної стратегії із кожного напрямку. Такий крок, на нашу думку, дозволить підвищити сучасний стан правової культури суспільства в Україні та мінімізує негативні прояви правового менталітету українців.

Список використаних інформаційних джерел

1. Крисюк Ю. Трансформація правового менталітету крізь призму еволюції основних соціальних цінностей в західноєвропейській і українській правовій традиції / Ю. Крисюк // Історико-правовий часопис. – 2014. – № 1 (3). – С. 22–26.
2. Удовика Л. Особенности развития украинской правовой культуры в условиях глобализации / Л. Удовика // Закон и жизнь. – 2013. – № 3/9. – С. 245–249.

ЄДНІСТЬ ТА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ У ПРАВОВОМУ РЕГУЛЮВАННІ РОБОЧОГО ЧАСУ ПЕДАГОГІЧНИХ, НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНИХ ТА НАУКОВИХ ПРАЦІВНИКІВ

І. В. Ніколаєва, студентка спеціальності Право, група ПРМПВ-61

Г. В. Терела, науковий керівник, к. і. н., доцент, доцент кафедри правознавства

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сьогодні Україна, перебуваючи в контексті загальних євроінтеграційних тенденцій, усе частіше обирає вектор на пріоритизацію розвитку суспільного сектору як фактора розвитку економіки та країни загалом. Освітній чинник є найсуттєвішим підґрунтям для побудови правової держави, потужним поштовхом для економіки, соціальної сфери, досягнення інших демократичних цілей в умовах становлення інформаційного суспільства.

Визнаючи освіту пріоритетною сферою розвитку соціуму, держава відводить важливу роль діяльності закладів освіти та забезпеченню прав їх суб'єктів – педагогічних, науково-педагогічних та наукових працівників. В. Кононенко називає роботу цієї категорії працівників особливим видом інтелектуальної діяльності, оскільки вони повинні володіти не лише глибокими і системними знаннями в певній галузі, а й умінням передавати ці знання іншим, формувати й виховувати молоде покоління [3, с. 36].

Специфіка цієї діяльності, таким чином, і зумовлює особливості правового регулювання трудових правовідносин педагогічних, науково-педагогічних та наукових працівників. Зокрема, єдність та диференціацію у правовому регулюванні робочого часу поміж представниками цієї категорії та відносно загальних норм трудового законодавства.

Загалом питаннями правового регулювання у сфері освіти України займалися В. Авер'янов, А. Берлач, Н. Бортник, В. Гриценко, В. Грохольський, С. Єсімов, І. Жаровська, С. Ківалов, Т. Коломоєць, В. Колпаков, В. Ортинський, О. Остапенко, С. Петков, Т. Проценко, О. Рябченко, А. Селіванов, В. Шкарупа, В. Шамрай, Х. Ярмачі та ін.

Правове регулювання робочого часу педагогічних, науково-педагогічних та наукових працівників в Україні стало предметом досліджень ряду вчених та правників-практиків, зокрема: О. Абрамова, О. Войно-Данчишиної, Г. Гончарової, Т. Красюк, П. Мінюкова, О. Пашерстника, П. Пилипенка, О. Процевського, В. Смирнова, М. Смолярової, М. Стадника, Н. Хуторян.

Єдність та диференціація у правовому регулюванні робочого часу педагогічних, науково-педагогічних та наукових працівників реалізується двовекторно. З одного боку трудові відносини з означеними категоріями працівників регулюються загальними нормами законодавства (Конституція України, Кодекс законів про працю України (далі – КЗпП)). Відповідно до таких документів загальні норми формують загальні засади правового регулювання робочого часу та встановлюють гарантії й обмеження, які відносяться до всіх категорій працівників і забезпечують їх права. Це, зокрема, норми глави IV КЗпП України, де у ст. 50 регламентована недопустимість перевищення тривалості робочого часу понад 40 годин на тиждень. Водночас у КЗпП (ст. 51) визначено, що законодавством встановлюється скоро-

чена тривалість робочого часу для окремих категорій працівників, серед яких учителі.

Принцип диференціації правового регулювання трудових відносин також втілюється шляхом включення норм щодо регулювання робочого часу до галузевих законів. Ряд аспектів, пов'язаних із організацією та регламентацією праці педагогічних, науково-педагогічних та наукових працівників, озвучені в галузевих законах та підзаконних актах, які стосуються освіти. Зокрема, в законах України «Про освіту» від 05.09.2017 р., «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р., «Про повну загальну середню освіту» від 16.01.2020 р., «Про дошкільну освіту» від 11.07.2001 р., «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р., «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26.11.2015 р.

Приписи базового Закону України «Про освіту» (п.п. 1, 2 ст. 60) визначають робочий час педагогічного працівника як такий, що включає час виконання ним навчальної, виховної, методичної, організаційної роботи та іншої педагогічної діяльності, передбаченої трудовим договором, а робочий час науково-педагогічного працівника як час виконання навчальної, методичної, наукової, організаційної роботи. Зазначимо, що при цьому чітких рекомендацій щодо пропорційності видів робіт немає. Таким чином, варіації «передбачені трудовим договором» та автономність закладів освіти зумовлюють неоднорідні вимоги щодо нормативів та співвідношення різних видів робіт.

Загалом правове регулювання робочого часу та норми, які застосовуються у кожному окремому випадку залежать не тільки від категорії працівників: педагогічних, науково-педагогічних та наукових, а й від закладу, в якому працює особа, та від посади, яку вона обіймає. У такому випадку слід говорити про диференціацію правового регулювання усередині категорії, яка досліджується.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кодекс законів про працю України; зі змінами. Дата оновлення: 17.03.2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08> (дата звернення: 18.03.2020). – Назва з екрана.
2. Про освіту [Електронний ресурс] : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VII І; зі змінами. Дата оновлення: 16.01.2020. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 18.03.2020). – Назва з екрана.

3. Кононенко В. А. Стан правового регулювання трудових відносин з науково-педагогічними працівниками: актуальні проблеми та шляхи вдосконалення / Кононенко В. А. // Прикарпатський юридичний вісник. – 2018. – Вип. 1 (22). – Т. 3. – С. 35–40.

ПРАВОВА ПРИРОДА ЗАБОРОН І ОБМЕЖЕНЬ ЯК ЗАСОБІВ ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЙНИМ ПРАВОПОРУШЕННЯМ ТА ПРАВОПОРУШЕННЯМ, ПОВ'ЯЗАНИМ З КОРУПЦІЄЮ

В. В. Потеряйко, студентка спеціальності Право, група ПР м ПВ-61 (заочна)

Г. В. Лаврик, науковий керівник, д. ю. н., професор, завідувач кафедри правознавства
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На нинішньому етапі розвитку Української держави законодавче регулювання заборон та обмежень як антикорупційних дієвих засобів є надважливим чинником для розвитку бізнесу та залучення іноземних інвестицій. Однак у юридичній доктрині склалися різноманітні підходи до розуміння правової природи антикорупційних обмежень та заборон. Тому, залучивши нормативних документів та матеріалів судової практики, необхідно систематизувати досягнення юридичної науки та провести ґрунтовне дослідження правової природи обмежень та заборон як засобів запобігання корупційним правопорушенням та правопорушенням, пов'язаним з корупцією.

Виходячи з цього метою дослідження є аналіз правової природи заборон і обмежень як засобів запобігання корупційним правопорушенням та правопорушенням, пов'язаним з корупцією

В юридичній доктрині проблема запровадження державою певних обмежувальних заходів у відношенні до власних громадян завжди викликала додаткову увагу науковців, оскільки зазначені дії суспільно-політичної організації влади завжди відображають реальність проголошених прав і свобод фізичних осіб. Саме тому в наукових колах користуються популярністю поняття «обмеження», «заборони» та особливості їхнього правового регулювання у сфері протидії та запобігання корупційним проявам.

У науковій літературі не сформувався єдиний підхід щодо оцінки обмежень та заборон як заходів антикорупційного характеру. Дослідники вдаються до застосування різноманітних транскрипцій, і тому нерідко зустрічаються такі поняття, як «правове обмеження», «тимчасові заборони», «антикорупційні обмеження», «обмеження прав та свобод», «заборони» і т.п.

Необхідно підкреслити, що окремі аспекти обмежень та заборон пов'язуються із проходженням державної служби. Так, наприклад, російський вчений В. Манохін вважав, що обмеження та заборони для державного службовця пояснювалися тим, що дана особа отримувала надзвичайно широкі повноваження від держави і мала можливість використати їх у власних корисливих цілях, що суперечили займаній посаді. До таких цілей можна віднести, на переконання дослідника, політичну складову, задоволення інтересів третіх осіб, заходи, спрямовані на особисте збагачення тощо. Саме через це у законодавстві багатьох держав закріплені норми, що регламентують певні обмеження правового статусу осіб, які знаходяться на державній службі [3, с. 174].

Обмеження і заборони у корупційному законодавстві визначають певні межі дозволеної поведінки публічних службовців задля запобігання вчиненню правопорушенням, пов'язаним із корупцією. Ці обмеження є: 1) правовими, оскільки їх засади чітко визначені у законодавстві; 2) цілеспрямованими, бо зосереджені на запобіганні неправомірній поведінці, а саме правопорушенням, пов'язаним із корупцією; 3) зорієнтовані на спеціальних суб'єктів, тобто «встановлюють певні рамки, межі поведінки» [1, с. 30] не всіх осіб, але лише тих, діяльність яких пов'язана з публічною службою; 4) передбачають безпосередній зв'язок із професійною діяльністю вищезазначених спеціальних суб'єктів; 5) передбачають зв'язок «обмеження вільної поведінки» спеціальних суб'єктів, на яких зорієнтовані, з одночасним розширенням контрольних повноважень інших суб'єктів стосовно фактів дотримання відповідних обмежень; 6) пов'язані з детальним визначенням і регламентацією процедурного аспекту дотримання обмежень задля можливості з'ясування фактів їх порушення; 7) передбачають відповідальність за недотримання [2, с. 165].

Отже, обмеження та заборони визначені антикорупційним законодавством України для правопорушень, пов'язаних із

корупцією, удосконалення правових засад використання їх ресурсу дозволить досягти ефективних результатів у зазначеній сфері правозастосування. Необхідним залишається проведення системного аналізу судових рішень, щодо порушень публічними службовцями встановлених обмежень та заборон з метою напрацювання певних рекомендацій щодо дій службовців в умовах встановлених обмежень задля мінімізації вчинення правопорушень.

Список використаних інформаційних джерел

1. Басов А. В. Поняття «обмеження» як юридична категорія: теоретичний аспект / А. В. Басов // Адміністративне право і процес. – 2013. – № 1 (3). – С. 27–33.
2. Коломоець Т. Обмеження щодо одержання подарунків, як засіб запобігання правопорушенням пов'язаним з корупцією: правовий аспект / Т. Коломоець // Підприємництво, господарство і право. – 2017. – № 12. – С. 164–168.
3. Манохин В. Служба и служащий в Российской Федерации: правовое регулирование / Манохин В. – Москва : Юристъ, 1997. – 296 с.

ДЕРЖАВНИЙ РЕЖИМ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВИ: ПРОБЛЕМА ТРАНСФОРМАЦІЇ

В. В. Рябченко, студентка спеціальності Право, група ПР-11
С. О. Гладкий, науковий керівник, д. ю. н., професор, професор
кафедри правознавства
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Поняттям «державного режиму» в теорії права позначають сукупність методів, способів і засобів здійснення державної влади в суспільстві [1, с. 178]. Найбільш проблемним аспектом наукових досліджень державного режиму є формування ефективних методів державного управління під час переходу від антидемократичного режиму до демократичного.

На сьогодні у світі не існує усталеного порядку переходу до іншого державного режиму. Це пов'язано з тим, що кожна країна має свої особливості, які зумовлюють різні наслідки за однакових дій. Проте все ж є певні схожі моменти, за якими вчені поділили трансформацію державного режиму на три форми: прямого, двофазного та зворотного переходу. Розглянувши

особливості трансформації незалежної Української держави, її можна віднести до другої форми, тобто двофазного переходу.

Проаналізувавши хід трансформації державного режиму в Україні, В. Томахів виділяє 4 періоди, які збігаються з періодами правління президентів:

1. Кінець 1980-х – 1996 р.
2. 1996–2005 рр.
3. 2005–2010 рр.
4. 2010–2014 рр. [3, с. 336].

У перший період руйнується тоталітарний режим, починають утворюватися демократичні інститути, поширюється плюралізм і з'являються нові політичні партії, створюється нове законодавство (Конституція 1996 р.). Проте цей важливий крок не став вирішальним. Це спричинило лінію подій, що вже на другому періоді 1996–2005 рр. віддалили країну від цілі та заснували авторитарний режим у суспільстві. Більше того, мали місце дії, які свідчили про впевнені кроки назад (вершиною народного обурення стала підrobка результатів виборів президента 2004 року). Третій період розпочався Помаранчевою революцією. Суспільство було вже готовим до вирішальних демократичних змін, але такою можливістю не скористалося. Політика залишилась закритою та непрозорою.

У 2010 році до влади приходить В. Янукович з чітким алгоритмом дій, що принесли негативні наслідки суспільству. Через ці зміни країна знову почала наблизитися до авторитарного режиму. Причинами, що слугували віддаленню від демократичного шляху розвитку суспільства, стали: незрілість політичної еліти, політична корупція, клановість та орієнтованість виключно на лідера в політичних партіях та інші [2, с. 285].

Доба правління четвертого президента Україна закінчилася раніше запланованого строку. Його дії викликали масове обурення народу, який вийшов на мітинги, і через певний проміжок часу В. Янукович утік з країни. Наслідком стали позачергові вибори президента. Для нашої держави це був один із найтяжчих періодів, що значно ускладнив демократичну трансформацію.

Прихід до влади нового президента для народу був надією на розв'язання нагальних питань. Проте суспільство не побачило за політичними обіцянками реальних дій стосовно назрілих проблем, що зумовило зростання недовіри до П. Порошенка. І на

виборах президента 2019 р. велика частина населення поклала надії на нову людину в сучасній українській політиці. Ним став наймолодший президент України – Володимир Зеленський. Уже зараз населення неоднозначно сприймає перші результати його політичної діяльності. Але детально та критично ми зможемо проаналізувати події сьогодення та їх наслідки набагато пізніше.

Отже, можна зробити висновок, що від часу проголошення своєї незалежності Україна крокувала до демократичного режиму, але це виявилось складним та довготривалим процесом. Вочевидь, цьому не надто сприяли «верхи» нашого суспільства, не вбачаючи у цьому вигоди для себе. Незважаючи на це, незначні позитивні зміни все ж відбувалися. Політична верхівка робила певні позитивні кроки можливо через страх та небажання погіршити своє становище у суспільстві. На даний момент можна сказати, що у нашій країні діє демократія, але її рівень залишає бажати кращого.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лемак В. В. Державний режим як теоретико-правова категорія (поняття, критерії для видової класифікації) / В. В. Лемак, Т. П. Попович // Публічне право. – 2014. – № 4. – С. 177–182.
2. Пантелейчук І. В. Політичний режим в Україні: проблеми демократичного транзиту / І. В. Пантелейчук // Актуальні проблеми державного управління. – 2010. – № 2. – С. 282–289.
3. Томахів В. Трансформація політичного режиму в незалежній Україні: загальні тенденції, особливості дефініцій / В. Томахів // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2014. – № 1 – С. 336–341.

НЕДОТОРКАНИСТЬ РЕЧОВИХ ДОКАЗІВ ЯК УМОВА ЗБЕРІГАННЯ В КРИМІНАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

О. Ю. Самойленко, студент спеціальності Право, група ПР м ПВ-61 (заочна)

Р. М. Білокінь, науковий керівник, д. ю. н., доцент, заслужений юрист України

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Формування речових доказів і їх використання в кримінальному провадженні неможливе без здійснення допоміжної, забезпечувальної діяльності, орієнтованої на збереження самого матеріального носія та його доказових ознак. Крім того, зберігання

речових доказів є не лише гарантією реалізації завдань кримінального провадження, закріплених у ст. 2 Кримінального процесуального кодексу України, а й необхідною умовою дотримання майнових прав осіб, речі яких були вилучені як речові докази в кримінальному провадженні.

Викладене дає можливість визначити нашою **метою** розкриття суті умов зберігання та недоторканості речових доказів у кримінальному процесі.

Зміст зберігання речових доказів у доктрині кримінального процесу характеризується доволі неоднозначно. Так, одна група вчених визначає його як сукупність заходів, спрямованих на забезпечення збереження як самих речових доказів, так і їх доказових ознак та властивостей. Поділяючи таку позицію у цілому, друга група вчених вказує, що заходи зі зберігання речових доказів можуть носити процесуальний характер або бути техніко-криміналістичними. Проте, за другого із наведених підходів відбувається істотне звуження змісту зберігання речових доказів, оскільки останнє зводиться до заходів з їх вилучення [1, с. 12].

Дотримання наведених вимог дозволить запобігти втраті речових доказів, зміні їх стану або можливій фальсифікації, у зв'язку з чим умови зберігання речових доказів розглядаються як гарантія їх допустимості та достовірності.

Обов'язок вжиття заходів із забезпечення схоронності речових доказів, які зберігаються поза матеріалами кримінального провадження, покладається на відповідальну особу, призначену наказом або іншим організаційно-розпорядчим документом, виданим уповноваженою особою органу, його підрозділу в якому зберігаються речові докази. У судовій практиці порушення цієї вимоги призводить до неможливості притягнення особи до відповідальності у разі незабезпечення схоронності речових доказів [2, с. 33].

Зберігання речових доказів разом з матеріалами кримінального провадження закріплюється законодавцем і визначається вченими як загальне правило, винятками з якого є їх зберігання у спеціальному приміщенні, спеціальному сейфі, режимно-секретному підрозділі або відповідними установами.

Закріплюючи порядок зберігання речових доказів, норми КПК України не визначають момент початку перебігу строків їх зберігання. У доктрині кримінального процесу початок перебігу

цього строку пов'язується з наданням відомостям, відображеним у предметі, статусу речового доказу [3, с. 88].

Висновок. Проаналізувавши законодавчу базу, нами висунута пропозиція про доцільність уточнення визначеного моменту закінчення перебігу строку зберігання речових доказів шляхом вказівки на їх збереження до моменту фактичної передачі для виконання судового рішення, яким вирішено питання про долю речових доказів. Повернення речових доказів власнику (законному володільцю) зумовлює поновлення у нього відповідних правомочностей, що впливають з належного йому права власності, у зв'язку з чим виступає одним зі способів вирішення долі речових доказів. Практична реалізація такої пропозиції, по-перше, дозволить гарантувати майнові права власника (законного володільця) на речі, визнані речовими доказами, і права потерпілого, цивільного позивача на відшкодування (компенсацію) завданої йому шкоди, а, по-друге, чітко визначити витрати, пов'язані зі зберіганням речових доказів, які належать до числа процесуальних витрат, що особливо актуально у випадках їх зберігання відповідними установами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гончаренко В. Г. Доказування в кримінальному провадженні : навк.-практ. посіб. / В. Г. Гончаренко ; Академія адвокатури України. – Київ : Прецедент, 2014. – 42 с.
2. Олійник А. Ю. Конституційно-правовий механізм забезпечення основних свобод людини та громадянина в Україні / А. Ю. Олійник. – Київ : Алеута, 2008. – 472 с.
3. Ткачук О. С. Визнання доказів допустимими за Кримінальним процесуальним кодексом України / О. С. Ткачук // Часопис цивільного і кримінального судочинства. – 2013. – № 1. – С. 86–91.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ВИМОГИ ДО ПРОЦЕСУ ПРОВЕДЕННЯ СЛІДЧИХ (РОЗШУКОВИХ) ДІЙ

Т. Г. Самойленко, студентка спеціальності Право, група ПР м ПВ-61(заочна)

Р. М. Білокінь, науковий керівник, д. ю. н., доцент, заслужений юрист України

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Процесуальний порядок проведення слідчих (розшукових) дій закріплюється положеннями глави 20 КПК України (ст. 223-

245). Із початку введення у практику в 1864 році Статуту кримінального судочинства загальні положення кримінального процесу не мають змін. Але, деякі інститути кримінального процесу прийняли нові підходи, що повинні бути теоретично обґрунтованими.

З огляду на це нашою метою є узагальнення теоретичних та практичних вимог до механізму проведення слідчих (розшукових) дій.

Організація слідчої дії передбачає комплекс заходів щодо створення оптимальних умов для її більш ефективного й доцільного проведення відповідно до вимог КПК України. Вона охоплює правову регламентацію (вимоги процесуальної форми) і певну технологію, тобто рекомендації щодо ефективного проведення слідчої (розшукової) дії в рамках закріпленої процесуальної форми [1, с. 43].

Основні вимоги проведення слідчих розшукових дій у кримінальному процесі узагальнюємо на основі теоретичних положень, які можна охарактеризувати у наступному, зокрема: 1) умови проведення слідчих розшукових дій включають до себе: наявність учасника процесу, який має процесуальні повноваження щодо проведення кримінального провадження відносно підозрюваного на стадії досудового розслідування; процесуальні підстави проведення слідчих розшукових дій, які вказують на підозрюваного, що вчинив кримінальне правопорушення; місце проведення за чинним КПК України; 2) процесуальна процедура проведення досудового провадження на підставі розумних строків досудового розслідування, яка включає до себе: складання та виконання постанови про проведення процесуальної, слідчої розшукової дії, процесуальна форма фіксації результатів проведення слідчої розшукової дії за допомогою протоколу; визначення процесуальних прав та обов'язків учасників проведення слідчої розшукової дії; пізнавальні прийоми та методи проведення слідчих розшукових дій; 3) гарантії участі сторін, учасників кримінального провадження під час встановлення обставин кримінального правопорушення [3, с. 84].

До організаційних технологічних заходів, проведення яких у рамках слідчих (розшукових) дій зумовлено ситуацією розслідування, відносимо: складання і коригування плану проведення слідчої (розшукової) дії; інструктаж учасників, проведення спеціальної операції, інших охоронних, огорожувальних та інших

заходів тощо, обрання яких зумовлене їх практичною значимістю для виконання завдань як конкретної слідчої (розшукової) дії, так і розслідування в цілому [2, с. 60].

Висновок. Отже, напрацювання відповідних методичних рекомендацій щодо організації й тактики проведення слідчих (розшукових) дій під час розслідування злочинів вважається першочерговим завданням криміналістичної науки в контексті реалізації нового кримінального процесуального законодавства. З огляду на зазначене, вважаємо, що порядок проведення ряду слідчих (розшукових) дій потребує суттєвого законодавчого доопрацювання. Після набрання чинності 20.11.2012 року КПК України зміни і доповнення щодо проведення допиту (стаття 224), огляду (стаття 237), слідчого експерименту (стаття 240) не вносилися. На наше переконання, проведення слідчих (розшукових) дій під час збирання доказів у кримінальному провадженні є винятково важливим заходом. Саме тому норми КПК України, відповідно до яких здійснюють розробку тактичних прийомів, повинні містити чіткі й зрозумілі відповіді на питання, як саме, за якою структурою і у якій послідовності проводити кожну зі слідчих (розшукових) дій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Капліна О. В. Кримінальний процес України : підручник / О. В. Капліна, Ю. М. Грошевой, О. В. Шило. – Харків : Юрид. Університет, 2013. – 820с.
2. Кінаш О. Організація окремої слідчої дії – умова законності й ефективності розслідування злочинів / О. Кінаш // Право України. – 2003. – № 2. – С. 59–65.
3. Удовенко Ж. В. Криміналістика: конспект лекцій / Ж. В. Удовенко; за заг. ред. В. І. Галагана. – Київ : Центр учб. л-ри, 2016. – 320 с.

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
КОМУНІКАТИВНОЇ ТА ПРОФЕСІЙ-
НОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: МОВНИЙ І
СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ**

**PROFESSIONAL ENGLISH IN THE FIELD
OF HOTEL & RESTAURANT BUSINESS**

А. Є. Акулович, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-11

А. М. Кришталь, науковий керівник, викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Hotels are a whole new world!

These are places where tourists, families and businessmen can relax after a hard day. You can also find amazing vacancies here. But working at a hotel usually requires one special skill: fluency in spoken English. Hotel guests may not know the local language. But most likely they know English! English is spoken all over the world.

If citizens of Italy or France (or any other country) become guests of your hotel, you may not be able to speak with them in their native language. At the same time, most likely, they will know English at a sufficient level to communicate. Moreover, the English that the hotel staff should speak is not the same as everyday spoken English. It is more polite and formal, and also includes its own set vocabulary, which is often repeated.

Why do many students from Ukraine and the CIS countries want to receive education in the hotel and tourism services abroad? Because the hotel business abroad is developing no less rapidly than the tourist industry. In a few years, according to economists, revenues from the tourism business will be from 15 % to 80 % in the budgets of different countries.

If you're working in, or thinking of working in the hotel industry, it's important to know the differences between the many types of hotels that exist today. Just as hotel guests compare the facilities and amenities offered by each hotel, before choosing the best fit for their planned vacation or business trip, any potential hotel employee will want to find the work environment that appeals to them the most! In

the past a hotel could be chosen simply by the number of stars next to its name, or the cost of a room. Nowadays there are not only hotels to suit every budget, but also to satisfy the needs of all sorts of different clients. Hotel guests may be families vacationing with children, couples on their honeymoon, single businessmen and women, needing extended stay accommodation, or large groups attending meetings, conferences and exhibitions. Hotels have sprung up worldwide, that cater to the very specialized tastes of their guests. Some people want to stay in eco-friendly surroundings, some want to take their pets with them when they travel, some want to learn a skill, like cooking or painting, and others want to do nothing more than spend their days in bubbling spa water, eat 'healthy' food and lose some weight. All hotels, regardless of price and style, share certain characteristics. At the lower end of the market, they offer travelers the basics: a simple room with a bed (or beds) to sleep in and use of a bathroom. At the upper end of the market, on the other hand, guests may experience the ultimate in luxury and comfort: they stay in designer styled rooms and suites with custom made fixtures and furnishings, and enjoy superior facilities and services. Luxury hotels offer everything from indoor and outdoor swimming pools to gourmet restaurants and spa treatment and fitness centers. However, the height of luxury for many guests is that they are cared for by multiple members of hotel staff, whose job it is to make them feel pampered! The hotel is a place where people can spend the night and relax. Guests in hotels in resorts are foreigners and when tourists come to another country they may not know the language spoken in that country and so their vacation or business trip turn into a nightmare. Today, English is one of the most popular languages in the world. About 1.5 billion people speak English, and around 1 billion learn it. English encompassed all spheres of human activity: science, the media, study, work and leisure. When hiring a new hotel employee, the management almost always wonders if he speaks any foreign languages. The competition between specialists today is very high, and if you know a foreign language, the chances of successful and promising employment are significantly increased. Today, international companies are actively developing, there are more and more companies that are in business relations with organizations from other states. Agree, a convincing argument in favor of why it is important to know English. The hospitality industry is expanding around the world. More and more applicants are turning to the areas of hospitality and tourism. This is because there are many vacancies,

and the pay for the work is quite high. In addition, hotels are a great place to work! In the hospitality industry, you will work with amazing people. Hotel staff are selected, among other things, on the basis of their energetic and pleasant character. In addition, you can communicate with people from all over the world! You can also learn a lot here. You can make a career in this area, manage people and large projects. It sounds much more exciting than office work from 9 to 5 until the end of life! Best of all, the hospitality industry is not going anywhere.

DIFFERENT ASPECTS OF INEQUALITY BETWEEN WOMEN AND MEN: FINANCIAL AND PROFESSIONAL SIDES

А. О. Алексеюк, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МEB МБ-21

О. А. Кононенко, науковий керівник, асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Almost one hundred years ago women do not have rights to vote, to dispose of their property, to travel without a husband's permission, etc. Nowadays women have more freedom than in the past. But do women have complete freedom? Can we say that gender discrimination does not exist? Or sexism is only imagination of feminist?

It will be a disappointment for everyone, but it still hard to find sphere where women are not discriminated. Only eight countries have full equal rights for women. There are Belgium, Canada, France, Iceland, Denmark, Sweden, Latvia, and Luxemburg with score 100 which means that across all indicators (that women are on an equal legal standing with men; mobility, workplace, pay, marriage, parenthood, entrepreneurship, assets, pension). Some countries have strict discriminating and absurd control over women's life. For example, Sadaf Khadem, who became the first female boxer from Iran that won an overseas fight instead of glory she received an arrest warrant. The reason is that Sadaf did not wear a headscarf during the match. It is true, that the percentage of women has doubled in the last 25 years. But it is necessary to mention that, there are only 24,3 % of women (worldwide) who have a parliament place and only 5 % are heads of parliaments.

There are a lot of facts of discrimination and sexism in our society and even in governmental sphere. In this article we will look at economic dependency of women. The problems that will be considered are related to basic cases.

Let's start from hiring. According to the data from the Center on Education and the Workforce (data about American labor market) male workers are more likely for employers on jobs with high payment. In positions which are paid 100 000\$ and higher (12 % of American share of workforce) there are only 27 % of female workers. And in lower-paid jobs (20 000–49 999\$, 43 % of American share of workforce and less than 20 000\$, 13 % of American share of workforce) there are 48 % share of workers who are women. Globally, female top managers are only in 20 % of companies.

When a woman gets a job, she may face with gender pay gap that is not in her favor. Taking of uncontrolled gender pay gap, women earned in average only 0,79\$ from men's 1\$. The main reasons for this are the following factors. First, is choosing occupations that are paid less, mainly because there are not enough role models that inspire them to work in that profession and barriers to make career. Second, is that men less likely work part-time (this work has fewer social protections and benefits to compare with full-time work). The third factor is motherhood.

The unpaid work is mostly direct (nurturing, feeding; in other words, related to personal care) and indirect (cleaning, cooking; all household) care work. This kind of work can be paid, like for medical and educational staff. It is quite hard and requires a lot of resources. But talking about family obligations it is free and whoever does it receive no compensation. Unfortunately, women are still the majority among unpaid workers because stereotype "housekeeper has no work" and "the women's place is in the kitchen" still exist. Society forgets that this kind of work has no vacation, quarantine, firing and salary. It takes a lot of time and effort. According to the statistic, women carry out in general 3,5 hours per day compared with men's 1,9 hours per day in developed countries and 4.18 hours per day by women compared with 1.5 hours per day by men in developing countries. Moreover, there are 45,1 % female unpaid care workers globally who does not participate in the labor force. So this kind of work can also be an obstacle to career. About people who are outside labor force there are 41,6 % of women whose reason is unpaid care work opposed to 5,8 % of men with the same reason

(world statistic). The worst is in Arab States. There are 73,3 % of women and 0,9 % of men. The best situation is in high-income countries where this reason has only 19,6 % of women. The amount of men is 3,4 %.

Finally, and very important is sexual harassment on workplace. This definition includes 14 specific actions of sexual overtones. Worldwide almost twice as many women were harassed than men (81 % of women and 43 % of men). In 2017 to break a silence a hashtag #MeToo was introduced where women from all over the world shared their experiences of harassment.

It is only some cases of female discrimination, but they can prove enough that sexism is mostly women's problem and this problem is global for 49,6 % of population. The statistics and news shows that women are still depended and limited in many aspects. Not only at state level but mainly because of stereotypical thinking and thousands years being almost disenfranchised objects in society. Important is at least not to ignore existence of this problem and with effort but accept the current situation.

CURRENT TRENDS IN THE FORMATION OF ENGLISH VOCABULARY IN THE FIELD OF TOURIST SERVICES

Л. В. Андрусенко, студентка спеціальності Туризм, група Т-31
А. М. Кришталь, науковий керівник, викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

The vocabulary of tourism services is a fact mass communication, and it is the most important condition for successful professional activity and organization of travel.

English has played a role in the last decades languages of international communication. Representatives of different speaking countries in different languages, can communicate with each other using English for business. This trend is not overlooked by the tourist branch.

Tourism has always influenced the learning and use of English. After all, international tourism forms a relationship of interdependence and closeness communication, with direct communication going on between people that they speak different languages.

A tourist expedition in English is a system special names that are formed on other wealth systems – hotel, restaurant, transport, geographical, closely represented security.

Professional vocabulary for tourism industry presents a wide layer of information units needed for professionals in the process of everyday communication.

The terminology base, which deals with tourism in Ukraine is borrowed in English.

The scope of concepts, denoted by terms related to tourist terminology related primarily to man. It is now celebrated growing interest in the human being and all the phenomena associated with it, which is reflected in language, including in tourist terminology. Travel industry is characterized by a large number of different activities in the complex are shaping the tourism industry. All terminological units can be divided into two large categories – one-component and multi-component. Formation There can be several terms in Ukrainian and English in the main ways:

1. Secondary nomination – use of a word in the language to name a scientific concept.

2. Word-forming – formation of terms by means of prefixes, suffixes, addition of words and bases, shortening of words.

3. Syntax – the use of phrases to name scientific concepts.

4. Borrowing – calling a scientific term a foreign word.

The study of one-component terms of English and Ukrainian terms of international tourism has shown that among the terms of both systems the most part are nouns (English term: motel, resort).

Term systems also contain a significant number of terms expressed by verbs (preregister, reroute, stopover).

In addition, the term systems contain a large number of adjectives (non-transferable, dutiable, seasonal).

One-component terms are used to refer to concepts that are basic, basic in the field of knowledge, and are used on average more often than multi-component terms.

Multicomponent terms and phrases of international tourism have a different structure and make up a large part of this terminology. The most common of them in both languages are two- and three-component terms.

In analyzing current trends in the formation of vocabulary in the field of tourist services, it became clear that this vocabulary of the English language is a formed term system. Tourism Terminology is an open, dynamic, constantly updated system with a large timeline.

FEATURES OF DOING BUSINESS IN UKRAINE

М. Б. Білокіз, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕМ МБ 6-31

В. Л. Іщенко, науковий керівник, к. філол. н., доцент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

To begin with, I would like to define such an idea as business. Business is an economic activity that is focused on making a profit and developing one's own business.

The concept of business is one, but each country has its own characteristics. For example: recruitment, marketing strategy, employee motivation system, negotiating. Also it depends on sphere where company works.

Creating a successful business in Ukraine is both a challenge and an opportunity at the same time. It is especially difficult for novice entrepreneurs who take their first uncertain steps in an unfamiliar environment, and in the face of an unfavorable economic situation in our country.

When asked why a person leaves a comfortable, stable, well-paid job and starts his/her own business, most of the new entrepreneurs from Ukraine highlight the opportunity to be more free, start living better, realize their ambitions and dreams, have their time at their discretion, and make large business. The free trade agreement with the EU countries opens up new opportunities for Ukrainian business to enter the EU market.

Among the common problems faced by businessmen from all regions of Ukraine in their daily activities, I want to highlight the following.

1. Difficulties with registration of starting your own business.
2. Financial deficit.
3. Access to premises and equipment.
4. Lack of skilled labour.
5. Difficulties with the sale of products.

From an economic point of view, the financial crisis has made the country more attractive to foreign investors: inflation, falling asset prices, lower labor costs and production costs.

At the same time, the decrease in investment in recent years has been mainly associated with military operations, despite the fact that the war did not remain in an active stage.

Another significant feature of doing business in Ukraine today is that it is impossible to predict the development of the situation, and therefore it is impossible to plan in the long term. We have to constantly adapt to changes.

This requires companies' flexibility, responsiveness and a certain margin of safety.

Types of business popular in Ukraine are:

- goods for cooking.
- Also hotel and restaurant business.
- Taxi and delivery services.
- Sports clubs and sportswear shops.
- Grocery stores and pharmacies.
- Fast food stores.
- Home goods stores.

In business, Ukrainians prefer cheaper investments, without thinking about the cost of operating this equipment in the long term.

For every entrepreneur it is important from what point he starts. In my opinion, an ideal situation has been created in Ukraine. You want to run away from poverty and turmoil. So you will work many times better to get the life that you would like to live.

Ukraine has such an important resource for business as a familiar mentality. And the mentality is of great importance, especially from the point of view of your personal comfort. You understand all the nuances and loopholes of the system, which makes your company more flexible and gives it additional business tools.

Another advantage of doing business in Ukraine is the cheap maintenance of the business.

In conclusion I would like to stress that Ukraine has advantages and disadvantages of doing business, but to my mind there are more advantages than disadvantages. Personally I will create my business in Ukraine.

HOW TO PREVENT BURNING OUT AT WORK

А. С. Бублій, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ-31

В. Л. Іщенко, науковий керівник, к. філол. н., доцент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

One of the most pressing topics in the modern world is «burn-out». My attention was drawn to the fact that the reference book

«International Classification of Diseases», which is published by the World Health Organization, extensively refers to burnout. Description: Burn-out is a syndrome conceptualized as resulting from chronic workplace stress that has not been successfully managed. It is characterized by three dimensions: 1) feelings of energy depletion or exhaustion; 2) increased mental distance from one's job, or feelings of negativism or cynicism related to one's job; and 3) reduced professional efficacy. Burn-out refers specifically to phenomena in the occupational context and should not be applied to describe experiences in other areas of life.

The term itself, in the sense that we have now, as a lack of motivation and a decrease in labor productivity was first used in 1974 by a German-American psychologist Herbert Freudenberger.

Specific symptoms of burnout include:

- Having a negative and critical attitude at work.
- Dreading going into work, and wanting to leave once you're there.
- Having low energy, and little interest at work.
- Having trouble sleeping.
- Being absent from work a lot.
- Having feelings of emptiness.
- Experiencing physical complaints such as headaches, illness, or backache.
- Being irritated easily by team members or clients.
- Having thoughts that your work doesn't have meaning or make a difference.
- Pulling away emotionally from your colleagues or clients.
- Feeling that your work and contribution goes unrecognized.
- Blaming others for your mistakes.
- You're thinking of quitting work, or changing roles.

13 ways the busiest people ever avoid burnout:

1. Take a Vacation and Fully Unplug.
2. Forget Balance, Find Harmony.
3. Know Your Breaking Point.
4. Fill Your Day with Joy.
5. Schedule Free Time.
6. Travel and Change Your Environment.
7. Pursue Your Passion.
8. Take a Nap.

9. Work Out.
10. Live with Mindfulness.
11. Find a Hobby.
12. Build a Great Team.
13. Meditate Daily

I can also recommend 4 things that will help overcome burnout at work:

- Setting boundaries (you should clearly limit the time of work and rest).
- Relaxation and control of silence in the environment.
- Long breaks from computer and phone.
- Control over multitasking, try to avoid this phenomenon in life.

Burnout is stressful, harmful, and a huge hindrance on your work and personal life. But you don't have to get to that point! Just be careful to pay attention to where you're at emotionally, as burnout can creep up on you. Check in with yourself every once in a while, to make sure you're treating yourself kindly, and not overloading your schedule or your stress levels.

Список використаних інформаційних джерел

1. <https://icd.who.int/browse11/l-m/en/#/http://id.who.int/icd/entity/129180281>.
2. <https://www.forbes.com/sites/ashleystahl/2018/07/26/5-ways-to-avoid-burnout-at-work/#49f5587c90a8>.
3. https://www.youtube.com/watch?v=_O9BAjyBXwY&t=263s.
4. <https://www.nytimes.com/2019/11/06/smarter-living/avoid-burnout-work-tips.html>.
5. <https://www.mindtools.com/pages/article/avoiding-burnout.htm>.

TECHNOLOGICAL DIFFERENCES AND ECONOMIC GROWTH

Bassirou Gaye, КНБ англ-11

Н. С. Руденко, науковий керівник, старший викладач кафедри ділової іноземної мови
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

In a globalizing world economy, the reason for differences in economic growth and inter-country income inequality is explain in the grounds of technological differences. Technology develops and

increasingly continued to evolve since the start of history of mankind but more development had been experienced in pass hundred years. The goal of science and technology is to enable enterprise and individuals to use technology more efficiently, as this result to reduced costs and enhanced productivity gains allow everybody enjoy opportunities driven by growth. These and many other ways is technology contributing to economic growth in developing and underdeveloped and developing countries. Taking into consideration between Gambia and Ukraine.

In the first place is capturing opportunities. The Ukrainian IT industry of has shown its face in the international market because of its highly competitiveness whereas in the Gambia people engage in the IT industry is very low and these are the only people living in the capital. IT companies in Ukraine provide competitive services to multiple costumers to a number of global companies including Samsung, Boeing, Oracle and Siemens just to name a few. These companies help in creating employment opportunities for most of the Ukrainian youths.

Secondly, Medical technology. Ukrainian advancements in medical technology have allowed physicians to better diagnose and treat their patients. From innovations in more complex technologies like MRI machines, artificial organs, and robotic limbs, technologies has undoubtedly made an incredible impact on medicine. For the continuous development of technology in the medical field, countless lives have been saved and the overall quality of life continues to improve over time whereas in the Gambia underdeveloped technology in the medical field also has the opposite impact.

Thirdly, technology also has its impact on the baking system. We live in an age where you can utilize technology communicating devices make a credit or deposit or transfer funds from one place to another and sort out their finances and with the Ukrainian banking system technology has its great impact. The system helps track potential fraudulent transactions. The use of machines is much more economically viable, because they are smarter, faster and less prone to mistakes.

To conclude, nowadays scientific and technological changes form the motivating power of scientific and economic policies adopted to ensure economic growth and development. Technological developments bring economic growth. However this condition brought negative consequences for the developing countries that have great difficulties in producing technology.

FORMATION OF MODERN ENGLISH AS AN INTERNATIONAL TOURISM LANGUAGE AND ITS REASON

М. Г. Ісенко, студент спеціальності Туризм, група Т-32

А. М. Кришталь, науковий керівник, викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

In the 1870s, Great Britain had direct control of a fifth of the Earth's surface, including India, Canada and Australia. It was the dominant sea power, the leading colonial country, and the first industrial nation. Its economy accounted for a quarter of the world's trade. By 1922 the British Empire governed over 458 million people, one fifth of the world's population at the time. The empire covered more than 33,700,000 km, almost a quarter of the Earth's total land area. As a result, the empires political, legal, linguistic and cultural legacy is widespread. It was not a surprise that under those circumstances rich Englishmen would like to travel all over the world to see the exotic lands that they've conquered.

In 1841 Thomas Cook & Son was founded by Thomas Cook, a cabinet-maker, in 1841 under the name «Thomas Cook» to carry temperance supporters by railway between the cities of Leicester, Nottingham, Derby and Birmingham. It was the first travel agency in the world. At the beginning company was working only in England, but later started to send tourist to Europe and America, and afterwards to Africa and Asia and around the world.

During the end of 18th and the beginning of 19th centuries travelers were mostly Englishmen and Americans because they were the wealthiest. They were spreading their language where ever they went and native population was forced to learn English to be able to serve the tourists and earn money.

Following the First World War, the British Empire evolved into the Commonwealth, a grouping of independent, self-governing nations. Britain's decline may have something to do with the spread of industrialisation, the emergence of new powers and a general reaction against imperialism. More than a century after Queen Victoria's jubilee, Britain has lost nearly all of its empire. Today the main legacy of British expansion in the world is the English language. The very last British colony was Hong Kong, which was returned to China in 1997.

Therefore we can see that the main reason of formation of English language as an international one is the expansion of British Empire. If France, Germany, or Spain conquered as much land we would have different standard for international language. However Spanish language is one of the most spread in the world and roots of the reason are the same. English language was and international language more than 150 years and now it is a tool to millions of people to communicate with each other no matter of their origin.

Nowadays, we observe that China is becoming richer, and more Chinese tourists can be seen around the world. Many European countries starts to translate signs, menus and additional information into Chinese because there is demand for it and therefore supply. So, Chinese language may displace English form the throne of languages, but the problem of Chinese is that it's very complicated and hard to learn, unlike English that uses simple writing system.

In conclusion, English language is now international one because of the imperialistic nature of its native speakers. Thanks to them everything in the world now is "Okay".

STATIONERY SALES INCREASE

Д. М. Кожевніков, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-11

В. Л. Іщенко, науковий керівник, к. філол. н., доцент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

The problem of making a business profitable is one of the most important. It is of real interest for my family as we are entrepreneurs and own a stationery store. Our store is located in premises of approximately 55–60 square meters. The place is far from the crowded streets. That's why we face the issue of how we can increase the volume of sales of stationery, thereby increasing our profits.

It is very important to initially understand the positioning of the store, namely, this store positions itself as a family business store. Here, great attention is paid to the quality of service. This is a factor that actually very strongly affects the volume of sales, especially in small cities like Poltava. The staff is polite in any situation; it is well informed about the products presented, helping the buyer to choose not the most expensive, but fully meeting his/her requirements, goods. This strategy can help to increase sales.

It is possible to increase sales by expanding the product range in this area. That is, for example, in our case, the store specializes not only in the sale of children's stationery, but also in goods for art and office. This gives an opportunity to find additional markets for products.

Also, loyalty program, which is always and everywhere relevant, is very important. For such small family shops, it is simply not profitable to conduct a one-time large promotion; therefore, we have constant good promotions, both for regular and new customers.

A small store is gaining its sales volume with the aforementioned and widen assortment that meets constantly changing trends in this area. The Internet and international exhibitions, held in the area of interest, allow us to monitor trends. Every year, our store participates in the annual All-Ukrainian stationery exhibition, which takes place in Kiev.

Also, in a town like Poltava, communication between organizations, people and your store is important. That is, in a small town all people communicate with each other and because of this the only one poorly served client can lead to large financial losses at the end of the month and lose not only one, but sometimes several clients. Therefore, it is very important to establish contact between you and your client. In case of success a satisfied customer can provide word-of-mouth advertising.

One should not underestimate additional store advertising, which will contribute a certain percentage to the increase in sales. This can be achieved in several ways:

1. Visualization of the store on the spot, namely the sign (banner ads).

2. Search for additional customers using the distribution of flyers. This works pretty badly in big cities, but well enough in cities like Poltava.

3. Additional attraction of nearby schools and universities.

4. Sponsorship of various events in the city to popularize the store.

5. Advertising on television and radio is not effective for small cities, and is more effective for large cities.

In conclusion, our family business has been operating for more than 5 years. During this time, we were able to build up a regular clientele, both retail and non-cash. Our store has excellent ratings and reviews on the Internet. It seems to me that your attitude to

business is also very important. If your business will really be not only your income, but also your favorite pastime, then its popularity is only a matter of time. I hope that our example will be able to inspire and help someone who plans to open his/her store.

MODERN ENGLISH VOCABULARY IN THE RESTAURANT SECTOR

М. Ю. Коробейник, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-11

А. М. Кришталь, науковий керівник, викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

One of the fastest growing sectors of the services market is the restaurant business, which outstrips many sectors of the national economy in the dynamics of its growth. Innovation is one of the main engines of the restaurant business. Food quality and service are no longer the only factors in the development of the restaurant business. In recent years, innovation has significantly changed the food service industry. Therefore, now, in order to maintain high profits, it is important to keep abreast of new restaurant business.

In Japan, the leading method of attracting customers to catering establishments is window dressing and counters with food models. Models of dishes and products are a powerful psychological tool for influencing the human subconscious, which stimulates appetite. The showcase of the restaurant, decorated with a clear menu, turns ordinary passers-by into visitors and increases.

When we travel abroad, we will definitely go to some restaurant or a cozy cafe. To make an order, you need to apply your knowledge of English, but the waiter must know English perfectly, in order to slightly understand the guest, or help him make an order. Actually the whole dialogue between the guest and the waiter is not so many phrases, namely:

Could I have the menu, please? OR Could I see the menu, please?

Could I have the wine list, please? OR Could I see the wine list, please?

After you study the menu, the waiter will return and ask:

Are you ready to order?

Would you like anything to drink?

If you are not ready – just say:
Not yet. Give me a second, please.
If you cannot decide, and you need help, ask the waiter the following:
Do you have any specials?
What's the soup of the day?
What do you recommend?
What's this dish?
Could I see the dessert menu?
At the end, the waiter will ask you:
like anything else?
You can answer:
Nothing else, thank you.

Whatever country you go to, what restaurant or cafe you would not go to, you need to know at least the most primitive phrases in English for ordering. If you say something wrong, the waiter must understand and ask you again to make sure you mean it or not.

FOREIGN LANGUAGE IN THE PROFESSIONAL TRAINING OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

С. А. Лихошерст, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-23

А. М. Кристаль, науковий керівник, викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Foreign language in the professional training of hotel and restaurant business is needed to assist foreign travelers.

International research has indicated their participation in the raising of customer lifetime value for the hospitality industry as well as of successful careers for future management personnel.

Many young people turn to hospitality industry to combat unemployment. Fluency in more than one foreign languages is a competitive advantage in the global hospitality market taken for granted the undermining of other tourism occupational skills by fluency in foreign languages and intercultural competence as proved in the international literature.

Everything that makes the guest's everyday life more convenient, such as communication, can affect the tourist demand.

Tourists who receive service in a language other than their first one are less likely to leave tips or to recommend the service to others.

Language is also found to have an emotional correlation with the guests' attitudes regarding a sense of community with people who share the same language, and an identification with the company that uses it making them feel at home away from home.

English for restaurant staff varies by job type, but a few facts remain the same: It's formal and polite, it's often fairly simple and it's worth learning.

As an employee in a restaurant, your most important concern is communication. You need to understand and be understood. The English used by restaurant staff can be repetitive, which is great news for you. Learn the most often repeated phrases and words, and you're already halfway there.

Waiters and waitresses are some of the most visible employees of a restaurant. As a waiter, you'll see and speak to many customers every day. Good English skills are important.

SIMULTANDOLMETSCHEN ALS WICHTIGE KOMPETENZ VON FACHÜBERSETZER

O. Lobatsch, *Studentin der Fachrichtung Übersetzung, Gruppe Phil-51*
O. Kobzar, *wissenschaftliche Betreuerin, Dr. Phil., Professorin des
Lehrstuhles für Business Fremdsprachen
Hochschule von Ukrkoopspilka «Universität für Handel und
Wirtschaft, Poltawa»*

Die aktuelle Wirtschaft ist nicht mehr nur auf den Herstellungs- und Vertriebsverfahren konzentriert, sondern auch besonders an Information und Kommunikation, und nämlich auf die Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien. Dabei treten das Übersetzen und Dolmetschen als unersetzliche Komponenten in einer globalisierten Welt auf, um die Wirtschaft zu internationalisieren.

In dieser These habe ich mich speziell auf Simultandolmetschen konzentriert. Wir unterscheiden zwischen Simultan- und Konferenzdolmetschen. Denn der Begriff "Konferenzdolmetschen" deckt einen sehr wichtigen Teil des Simultandolmetschens nicht, nämlich das Flüsterdolmetschen, aber genau diese Art des Dolmetschens in bestimmten Situationen die einzige Möglichkeit und die wirksamste Art des Dolmetschens ist. Das Simultandolmetschen ist, vereinfacht

ausgedrückt, “der parallele Ablauf vom verstehenden Hören und transferierenden Sprechen” [1, 236].

Für viele scheint dies als unerreichbarer Höhepunkt der translatatorischen Tätigkeit. Wir sind doch der Meinung, dass man das Dolmetschen und auch das Simultandolmetschen, wie übrigens jede andere erlernbare menschliche Tätigkeit, auch erlernen kann. Es bedarf lediglich der richtigen Unterrichts-, Übungs- und Lernmethoden.

Was sind die Voraussetzungen für das Dolmetschen, speziell für das Simultandolmetschen? Wo liegen die Schwierigkeiten des Simultandolmetschens?

Man teilt das Dolmetschen generell in 3 Phasen: die Phase des Hörens, des Verstehens und des Transferierens bzw. des Formulierens. Diese Teilung ist mehr formaler Natur, um die Schritte zur verdeutlichen. Ansonsten geschehen alle Phasen nahezu gleichzeitig. Beispielsweise gibt es kein Hören ohne das gleichzeitige Verstehen. Der Dolmetscher hat keine Zeit, sich mit dem Text auseinanderzusetzen, zu recherchieren oder sich gründlich darauf vorzubereiten. (Ausnahme: vorgefasste Texte beim Konferenzdolmetschen). Das Verstehen beim Dolmetschen ist spontan und unmittelbar. Der Dolmetscher muss versuchen, schon beim Hören den Sinn zu identifizieren, und gestützt auf seine Erfahrung und Hintergrundkenntnisse und auch auf seine Intuition die wesentlichen impliziten Informationen herauszufiltern.

Zusammenfassend kann man zur Verstehensstrategie des Dolmetschers folgendes sagen: der Dolmetscher, der es immer nur mit einem Textsegment, und beim Simultandolmetscher meistens nur mit einem Sinnsegment zu tun hat, „reduziert die bewusste Analyse des Ausgangstextes und der semantischen Bedeutung der Wörter beim Hören so weit wie möglich. Er versucht, gestützt auf seine Kenntnis der an der Kommunikationssituation beteiligten Faktoren – im Wesentlichen also Art, Teilnehmer und Thema der Veranstaltung – dem Textsegment sofort einen Sinn zu geben. Er ist sich dabei bewusst – und akzeptiert –, dass er nicht alles versteht (das tut auch der Übersetzer nicht), sondern im günstigen Fall so viel, wie es in der betreffenden Kommunikationssituation notwendig ist. Um das „optimale Minimum“ an Textverständnis zu erreichen, wertet der Dolmetscher neben der Sprache auch visuelle Signale aus, z.B. vom Redner verwendete grafische Mittel (Schaubilder, Dias, Diagramme usw.). Sehr aufschlussreich für den Dolmetscher ist ferner die Art, wie der Sprecher redet; dazu gehören nicht nur Lexik, Syntax und

Register bzw. Stil, sondern auch sog. paraverbale Mittel wie Sprechtempo, Tonhöhe, Lautstärke, Pausen, Intonation“ [1, 237].

Die Phase der Formulierung bzw. der Neuvertextung ist ein unmittelbarer Schritt nach dem Verstehen, mit der ein guter Dolmetscher schon beim Hören beginnt. Dabei spielen seine Erfahrung und vor allem seine Sprach-, Sach- und Hintergrundkenntnisse die entscheidende Rolle. Diese Mehrfachfähigkeit, wie es Ulrich Kautz nennt, ist die entscheidende Voraussetzung für das Gelingen des Simultandolmetschens. Das Gedächtnis des Dolmetschers wird beim Simultandolmetschen anders gefordert als beim Konsektivdolmetschen. Beim Simultandolmetschen muss der Dolmetscher in kürzester Zeiteinheit die gehörte Information solange speichern, dass er sie mit Hilfe der in der Langzeitgedächtnis gespeicherten Information identifizieren, dem Gehörten einen Sinn geben und ihm (dem Sinn) gleichzeitig eine transferierbare Form geben kann. Dabei darf er natürlich nicht vergessen, ruhig und sachlich zu bleiben und das vom Sprecher vorgegebene Tempo einzuhalten. Da aber der Redner weiterredet, d.h. er produziert immer neue Informationen, muss der Dolmetscher das Neue so lange in seinem Kurzzeitgedächtnis und möglichst in richtiger Reihenfolge abspeichern, bis die Information transferiert wurde, um sie dann wieder zu löschen und sich auf die nächste zu konzentrieren. Dieser Prozess ist ein unendlicher und gleichbleibender Prozess, der auf die Dauer ermüdend ist.

Die meisten Dolmetscher sind deshalb zurecht für die Sinnübertragung und nicht für wortwörtliche, textnahe Übertragung. Um diese Phasen möglich unbeschadet zu überstehen, muss ein Gerichtsdolmetscher folgende Voraussetzungen mitbringen:

1. Gründliche Beherrschung beider Sprachen.
2. Gründliche Beherrschung beider Kulturen, Mentalitäten etc.
3. Solide forensische Kenntnisse im Bereich.
4. Fähigkeit, Fachthemen vorzubereiten (Gutachten).
5. Simultandolmetschen (Flüsterdolmetschen).
6. Konsektivdolmetschen (aus dem Gedächtnis oder mit Notation, Vor-Blatt-Dolmetschen).

Die Zusammenarbeit der Translatologie mit anderen Disziplinen ist unabdingbar. Eine vollinhaltliche Verdolmetschung ohne solide Kenntnisse in den jeweiligen Bereichen ist unmöglich. Deshalb gibt es zumindest in Deutschland meines Erachtens die sinnvolle Teilung der Übersetzer und Dolmetscher in bestimmte Themenbereiche.

Literatur

1. Kautz U. Didaktik des Übersetzens und Dolmetschens/ Ulrich Kautz. Goethe Institut. – 2. Aufl. – München : Judicium, 2002. – 643 с.

PROFESSIONAL ENGLISH VOCABULARY IN USING ON INTERNATIONAL CONFERENCES AND NEGOTIATIONS BY HOTEL AND RESTAURANT WORKERS

Ю. В. Остапенко, студентка спеціальності Готельно-ресторанний бізнес, група ГРС 6-35

В. В. Чабан, науковий керівник, асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Nowadays, this topic is relevant because rapid development of the tourism industry. Hotels and restaurants grow like mushrooms after the rain. And demand is related to supply. Hotel and restaurant owners in large cities are constantly searching for people who knows English well and they are ready to pay good money for it. Therefore, learning English for the hotel and restaurant business staff is a promising undertaking.

Why exactly English? The answer is very simple. English is the language of international communication.

There are some prospects, such as the development of the world economy, the development of trade and tourism, employers are looking for employees who are fluent in English at a high level so that they can easily work with English-speaking guests and partners. Communication with foreign guests in both aspects for business purposes and as tourists is an opportunity to establish contact with them, as well as the ability to clearly understand their requests and provide accurate information about the hotel's work directly affects the level of service.

There are a great motivation for the staff to learn English because of it they could get some bonuses and possibly receive the long-awaited occupation in future, as well as the opportunity to participate in international seminars and trainings.

English for business meetings and negotiations is considered international business language. Therefore, good command of the English language is the realization that all those present understand what is being discussed in the negotiations and is an important fact

for the professional communications. But the most important thing is an understanding of intercultural aspects and the ability to conduct international meetings and negotiations. The vocabulary for the hotel and restaurant workers is not very different from other service areas. It is focused on holding meetings, satisfies the needs of guests, and also gets the opportunity to better improving of employees speaking skills in hotel management.

English is important for employees in the hotel and restaurant sector, because it allows to make a communication with different guests much easier. This is because English is an important language in the world, an international and official language for people of different occupation.

English is the language of international communication. Having shown yourself to partners at an international conference, negotiations, representing a hotel or restaurant where you work, showing your skills, knowledge – this is an opportunity to conclude a deal and bring your hotel or restaurant to an international level.

Focusing on the English-speaking guest, you need to make sure that the hotel, restaurant has booklets, flyers, a price list and a menu in English the things that the guest will need during his staying. And, of course, front desk staff, porters, waiters and bartenders should be able to communicate with the guest in English, receiving tips and small surcharges for additional services.

Currently, the international hotel and restaurant business has received significant development and has become a massive socio-economic phenomenon on an international scale. Professionals who communicate directly with the guest are required to know English.

Therefore, to all of the above, it can be concluded that English is one of the most significant languages in the world. Today it takes the second place in the list of the most widespread languages of the planet. Nowadays, English is used as the main language for international communication. And in the area of hosting, English also plays an important role. Currently, English is international and generally accepted, operating of this language is important for workers in the field of business tourism and hotel business, not only for everyday tasks, but also for career growth. This work is devoted to the specifics of the use of English in the hotel and restaurant industry.

BIBLIOTHEKSWESEN IN DEUTSCHLAND

D. W. Polyvoda, Studentin der Fachrichtung Informations-, Bibliotheks- und Archivwesen, Gruppe DIT-21

Y. O. Dzekun, wissenschaftlicher Betreuer, Lehrstuhl für Fremdsprachen für den Beruf

Hochschuleinrichtung des Genossenschaftsverbandes der Ukraine
«Poltawaer Universität für Wirtschaft und Handel»

Deutschland ist ein wunderschönes Land mit vielen Kulturdenkmälern und der reichhaltigen Geschichte. Das kulturelle Erbe dieses Landes kann man nicht mit wenigen Worten beschreiben. Wissenschaftler, Schriftsteller, Künstler, deren Werke nicht nur in Deutschland, sondern auch in Europa bekannt sind, sind in diesem Land geboren und aufgewachsen.

Die Bibliotheken dieses Landes haben in ihrer Entwicklung einen langen Weg zurückgelegt. In dieser Zeit sind eine Reihe wichtiger Ereignisse zustande gekommen, darunter die Zusammenlegung der zwei Bibliothekssysteme in ein System. Ebenso wichtig ist die Präsenz der Vielzahl fortschrittlicher Informationstechnologien in Deutschland, die einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung der Bibliotheken und des Bibliothekswesens ausüben.

Ein Kennzeichen des deutschen Bibliothekssystems ist die Vielfalt der Bibliotheksarten. Oft stammen sie aus einer bestimmten historischen Zeit, sie sind eng mit der Geschichte Deutschlands, der Entwicklung seiner Territorien, der Kultur, der Religion und anderen Faktoren verbunden. Bibliotheksinstitutionen unterscheiden sich durch ihr Volumen und Zusammensetzung des Bestandes für die Leser. Bibliotheken sind anhand der von ihnen ausgeführten Aufgaben und Funktionen zu klassifizieren. Tatsächlich können sich hier unterschiedliche Aufgaben überschneiden, insbesondere in Bibliotheken mit doppelter Funktion (z. B. Universitäts- und Landbibliotheken). Die Hauptfunktion der Bibliothek soll bei dieser Kombination zum definierenden Merkmal werden.

Bei der Darstellung der Probleme und Perspektiven der Entwicklung des deutschen Bibliothekswesens sind einige Aspekte zu beachten: Erstens, Deutschland könnte auf den ersten Blick auf sein Bibliotheksnetz sogar stolz sein. Es deckt das gesamte Territorium des Landes und befriedigt das ganze Spektrum der Informationsbedürfnisse.

Zweitens, in Deutschland werden umfassende Projekte zum weltweiten Zugang zu Informationen, elektronischen Informationen im Bibliotheksgebiet der internationalen Zusammenarbeit ins Leben gerufen.

Die Beziehungen zwischen dem Internet und der Bibliothek sind von besonderer Bedeutung. Über das Internet können die Bibliotheken Gesellschaftskataloge erstellen, Buchbestellungen ihrer Lesern gewährleisten und ihnen elektronische Kopien der Dokumenten oder der ihnen interessanten Teile senden. Die Entwicklung der Navigatoren im Internet und Wissensdatenbanken ist eine neue Herausforderung für moderne Bibliotheken.

In Bezug auf den Inhalt der Einrichtung und Entwicklung der Bibliotheken in Deutschland ist zu betonen, dass das deutsche Bibliothekswesen die Entwicklung der Informationsbedürfnisse beeinflusst, was wiederum die Suche nach Möglichkeiten zur Optimierung des Bibliothekssystems, zur Verbesserung seiner Struktur und zur Schaffung der günstigsten Bedingungen für die Befriedigung der wissenschaftlichen, industriellen, kulturellen und pädagogischen Bedürfnisse der Leser fördert, sowie vernünftige Verwendung der Bibliotheksbestände.

GENDER DISCRIMINATION IN COMPUTER SCIENCE (AFRICA)

Tamba Rohey, КНБ англ-11

Н. С. Руденко, науковий керівник, ст. викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Huge progress in tackling global poverty is already being made. On average, people today live longer and are healthier than their parents were. In the last fifty years, death rates of children in poor countries have more than halved and people have more to eat and more clean water. More people have escaped poverty in the last fifty years than in the previous five hundred. This is evidence that for some people the world is no longer such a hush place to live. But for others, conditions are not changing fast enough. Many individuals, communities and even whole countries still suffer appalling poverty and inequality. All people, every man, woman and child everywhere in the world deserve a decent life. Everybody has the right to a fair livelihood, adequate health and educational opportunity.

In Africa, a continent with many social diseases, norms and religions, people expect girls to choose disciplines such as nursing, law, banking and finance, accounting, fashion designing, political science, etc. Gender discrimination still makes it hard for girls to go for such a discipline as computer science.

This is the result of: 1. Lack of female role models. 2. Societal issues. 3. Inaccessibility to computers and insufficient training. 4. Gender stereotype.

Firstly, lack of female role models is an obstacle. If the girls don't see females succeed as computer scientists they may believe that they will not be able too. The rapid economic and social development in Africa has created an increased interest in IT experience. People need to have an exemplar they look up to and even want to be in the same position as they are.

Secondly, societal issues can cause depression, many judgements are based on what is known about the subject students study and how they feel towards it. This is unfair because most societies take females weak and not deserving a certain level of education because of the strong impact of their culture and tradition.

Thirdly, most african countries are poor to have adequate access to computers. In other parts of the world, children have access to this things and get proper training when it comes to technology but that is different in Africa. In some african countries there is a stage when you can't get involved with computers and can't be trained.

Finally, gender stereotype. Parents perceive that associating computers with boys, they will be more successful and are more oriented towards the field which is the reason females get discriminated. Girls should have the same educational opportunities as boys, both at primary and high school level. We know that education of girls is the most effective investment for targeting poverty eradication.

Africa needs more female computer oriented role models like Jumah Baldeh, Sainabou Tamba of The Gambia and the late Rose Dieng-Kuntz are needed more to break these cultural and gender barriers. Let's forget the saying "it's a man's world", not everything in life is tough for women and easy for men. Attitudes must be first changed for us not to be discriminated. Especially since reality has demonstrated the value of women scientists and managers and the key role women members play in the life activities.

One task in each country is to ensure that decent IT education is adequately recognized both for males and females which developing countries are currently being encouraged to develop.

PROFESSIONAL SPEECH COMPETENCE OF PROSPECTIVE EXPERTS IN HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

М. М. Скрипник, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-32

В. М. Царенко, науковий керівник, к. філол. н., асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Changes related to Ukraine's entry into the European space, the dynamic development of tourism require improvement of the vocational education system i.e. the requirements for the professional competence of the prospective hotel and restaurant manager, their professional training and the necessity to increase their personal qualities.

The education of such specialists is possible only under the condition of drastic changes of vocational training in the higher education institution of the relevant profile in terms of studying not only disparate knowledge, skills and abilities, but a holistic complex of basic and professionally oriented competences in students [4]. Considering the linguistic terms in dictionaries, we can say that: language competence is a kind of communicative capability that enables a person to use the knowledge of language in the communication process [3]. On the basis of such generalization we can say that the competence of the prospective specialist in hotel and restaurant management is a combination of knowledge, skills, values, experience, professional personal qualities, which are the results of studying in a higher education institution, and this competence will be successfully used at work.

Therefore, we can say that the prospective expert in hotel and restaurant management must have good language skills, which is a basis for formation of speech competence. It is necessary because the hotel and restaurant industry is closely connected with a complex communication system. Every hotel and restaurant staff communicate with their guests, suppliers, insurance companies and other companies. And the main goal of the hotel and restaurant business is to create a positive image, successful sale of their product, and perfect customer service, so that people want to come back again [1].

In linguistics, speech competence is described as:

- practical excellence in the Ukrainian language, its vocabulary, grammatical structure adherent to the spoken and written language norms;
- human activity aimed at understanding or creating text (oral or written), which is carried out in the process of speech activity;
- the ability to use the language in specific situations appropriately, and to use it for linguistic, extra-lingual (facial expressions, gesture) and intonation means of expression [2];

In the process of research we found out that defining the concept of speech competence of a prospective hotel and restaurant specialist depends on understanding the role of speech in their professional activity. The student must acquire the following skills:

- ability to speak the official language both orally and in written form;
- ability express their ideas clearly in oral and written language;
- ability to communicate with specialists and non-specialists in their field;
- ability to demonstrate understanding and refinement of ideas and thoughts based on logical arguments and proven facts;
- adhere to the ethics of business communication;
- be responsible for their employees;
- to study professional literature, experience of activity of the international hotel industry, using direct contacts in the language of partners [1].

On a balance, we can say that the professional formation of prospective professionals in the hotel and restaurant business requires responsibility, special attention to the organization of effective speech training. That is, professional speech competence is one of the components of the professional competence of a modern specialist and determines its competitiveness and demand among other specialists in the same field.

References

1. Malskaya M. P., Hospitality Management: Theory and Practice / M. P. Malska // 2018. – № 2. – P. 183–195.
2. Chernykh I. Clarifying Notion «Speech Competence» in Modern Linguistics / I. Chernykh // News Letter of Taras Shevchenko National University of Kyiv. – 2010. – Part 2, № 22(209). – P. 21–28.

3. Dictionary of Ukrainian Linguodidactics : [tutorial] / [M. Pentyliuk and others] ; editorial version of professor M. Pentyliuk. – K. : Lenvit, 2015. – P. 289.
4. Bogush A. M. Preschool Linguodidactics: Theory and Practice / A. M. Bogush. – Zaporizhya : Prosvita, 2000. – P. 147.

ONLINE ADVERTISING VERSUS OFFLINE ADVERTISING

Д. О. Шевченко, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МEB МБ-21

О. А. Кононенко, науковий керівник, асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Advertising is one of the oldest parts of the business, after trading and currency. As soon as products and services appeared, there was a need to advertise them. In simple words, advertising is paid communication with people to inform them about something or influence their choice.

Today, there are more than 4.1 billion people using the Internet, accounting for 53 % of the world's population. Compared to 2005, this number increased by 370 %. That's why businesses need to use the Internet for their advertising campaigns. We want to focus on a few popular online advertising methods.

1. *Social Media advertising*. There are 3.484 billion active social media users, representing almost 45,4 % of the world's population (Hootsuite's Global Digital Report, 2019). The most used platforms among US marketers are Facebook, Instagram, Twitter and YouTube (eMarketer).

2. *E-mail marketing*. In 2019, global email users amounted to 3,9 billion users (Statista, 2020). 91 % of consumers check their email daily (Forbes). The email return on investment is huge, for every \$1 you spend, you can earn an average of \$42 (DMA, 2019).

3. *Video advertising*. This type of advertising is widely used on YouTube. While people are spending much less time in front of a TV, they're watching more YouTube than ever before (Think With Google). In 2019, users spent a weekly average of six hours and 48 minutes watching online videos – a 59 percent increase from 2016 (Limelight).

4. *Retargeting/remarketing*. For most websites, only 2 % of web traffic converts on the first visit. Retargeting designed to help

companies reach the 98 % of users who don't convert right away (ReTargeter). 25 % of online consumers enjoy behavioral targeting. Moreover, the other 60 % are neutral in this type of advertising, so there is at least a slight likelihood that such users will revisit the site. (Neolane).

Offline advertising refers to the use of different marketing channels outside the Internet to achieve certain marketing goals. We want to draw attention to the most popular offline advertising methods.

1. *TV advertising.* Teens and millennials watch 40 % less traditional TV than they did five years ago, which can adversely affect the performance of television advertising. But despite this, experts predict that TV advertising spending will grow steadily to by 2022.

2. *Print advertising (magazines and newspapers).* According to Statista, revenue for the U.S. newspaper industry shrunk by about \$4.5 billion between 2011 and 2018, but despite this, according to people surveyed, the most trusted advertising channel is print media.

3. *Radio advertising.* 272 million Americans listen to traditional radio every week (Nielsen's 2019 Audio Today Report). This allows company to reach a large number of people at the same time. So, we can say that radio advertising remains quite relevant in today's digital world.

4. *Posters.* People are 70 % more likely to remember a brand advertised in print than online. That is why the demand for print media remains quite significant. Posters that have an attractive and catchy look and are ideally placed will definitely attract people's attention.

5. *Leaflets and brochures.* According to statistics from Bentley University, 7 out of 10 tourists, as well as visitors, tend to pick up brochures and 95 % visitors that obtain brochures become aware of a business. This tells us about the effectiveness of this ad channel.

6. *Word of mouth.* According to statistics: 92 % of consumers trust recommendations from their friends and family; 74 % of consumers identify word of mouth as a critical influencer in their purchasing decision.

There are many benefits to advertising online, including the ability to target the audience, the ability to use different analytics tools, cost effectiveness, the ability to make changes at any time, and the relative ease and speed of launch. The main disadvantage of online

marketing is that 47 % of internet users globally use an ad-blocker today (Digital Information World, 2019).

Offline advertising helps to reach those who do not have access to the Internet (especially the older generation). But offline marketing is not just for old people, statistics say that younger generation are also interested in this type of advertising. The main drawback of offline marketing is its high cost, but in most cases it guarantees a relatively low level of competition.

Summarizing all of the above, we have come to the conclusion that there is no single answer as to what type of advertising is most effective online or offline. This choice depends on the specific company or brand, the specific products and their potential customers, and so on. But in our opinion it is best and more efficient to use both types. The presence of the company in the real and virtual life of the target audience will help to attract more customers, raise awareness of the company or brand and promote better sales. The combination of online and offline advertising tools will open up more opportunities for advertising, minimize the disadvantages of each type and maximize profitability.

WAYS OF FORMING TERMINOLOGY IN THE FIELD OF SERVICE

Ю. Ю. Шмиголь, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-23

А. М. Кришталь, науковий керівник, викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

The language of the nation is a universal system in which the national soul of every nation, its world, its spirituality lives. “The attitude of each person to his language can be absolutely accurately judged not only on his cultural level, but also on his public dignity” (K. Paustovsky). On the agenda today is the expansion of the Ukrainian language. It is not only a means of communication, but also the formation of new industrial relations.

Language as a tool for learning, as a means of human activity is of great importance to all. Not only does language serve the sphere of spiritual culture, but it is also connected with production, with its branches and processes, with social relations, it is an element of the social sphere.

What does it mean to know the language of the profession? It is free to own the vocabulary of your profession, to use it.

The terminology is above the origin of human thought, national in origin and form, international in distribution.

Professional communication in any field is impossible without terminology.

Studying the problems of terminology is extremely relevant for several reasons.

First, terminology is the main source of replenishment of the lexical composition of highly advanced modern languages. It is the terminology, as part of the natural human language, that is the most versatile means of storing, transmitting, processing information. The amount of information is growing at a tremendous pace: according to scientists, its volume is now doubling every five to seven years, causing the so-called «terminological explosion» – the emergence of a large number of new terms.

Second, scientific knowledge is international in nature. In today's world, powerful integration processes are taking place that do not go beyond the scientific field and present the problem of international standardization of terms as a basis for understanding between specialists of different countries.

Third, terminology, which has to be developed in conjunction with the terminology of other national languages, has a number of specific problems, historically caused, an urgent need to create national terminology standards, terminology dictionaries and the like.

System terminology is caused by two types of relationships that provide multiple system-wide terms:

- logical connections (if there are system logical connections between the concepts of a particular science – and they are in every science – then the terms that call these concepts must also be systematically linked);
- linguistic connections (although terms denote scientific concepts, they remain units of natural human language, and accordingly all those relationships that are common to common words – synonymous, antonymic, word-forming, polysemic, grammatical, ancestry).

Despite all the differences and versatility of modern branches of scientific knowledge and their inherent concepts, there are a number of common features that determine the essence of the term as a distinct linguistic unit. So, the main features of the term:

1. Systematic. Each term is part of a specific terminological system in which it has terminological meaning. Outside its term system, the term may have a completely different meaning.

2. Accuracy. The term should convey as fully and accurately as possible the concept it denotes: short-term loan, payer. An inaccurate term can be a source of misunderstanding between experts, so it is sometimes said that scientists first agree on the terms, and then start a discussion.

3. The tendency for uniqueness within its term system. If most words in a common language are ambiguous, most terms are unambiguous, which is due to their purpose. However, the ambiguity (often ambiguity) of term systems is not completely eliminated.

4. Definition. Each scientific term has a definition (definition) that clearly defines its meaning.

Some terminologists also refer to the following attributes (or requirements) for the term:

- neutrality, lack of emotional-expressive coloring;
- lack of synonyms (indeed, developed synonymy complicates scientific communication: forfeiting – forfeiting, girorant – endorser, surplus – profit – profit – benefit);

- international in nature (knowing the terms-internationalisms, it is easy to communicate with foreign experts, to read foreign-language literature, but their meanings are opaque and this complicates, in particular, the educational process: rambursation, amplification, lying);

- brevity (it is very convenient to use short terms, but it is not always possible to create a short term, which would still be accurate, for example: letter of credit with payment on payments);

- the ability to form derivatives, for example: wear – wear – wear – wear.

Basic rules for the functioning of terms

1. Distinguish between terminology general (exploitation) and specialized (recreation, investment).

2. There are a considerable number of foreign-language words within the terms.

3. Terms are characterized by literary form and uniqueness. The terms have a precise specific meaning and therefore are devoid of subjective-evaluative nuances. Basically, the terms are fixed in state standards, dictionaries and directories. Term words should only be

used in a fixed sense. Non-standard terms clog up and complicate the folding of business papers.

4. The terms have no emotional color.

5. Terms sometimes come into synonymy.

6. Stylistic neutrality.

As a conclusion, we would like to use the words of Professor O. Serbenskaya: «The Ukrainian business language (as well as literary in general) is undergoing an extremely responsible stage of its formation. And each of us, who actively uses the language, producing certain words, forms, constructions, is responsible for what it will be structurally, how much its naturalness will be preserved, how much it will be left alone».

NIGERIAN NATIONAL MARKET OF TELECOMMUNICATIONS: OUTLINE OF CURRENT AFFAIRS

Б. Богнет, спеціальність Маркетинг, група М-51

В. М. Артюх, науковий керівник, к. філол. н., доцент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Nowadays it is a common knowledge that means of media include different ways of conveying information to the public. Among those that are typically differentiated are print media (newspaper, magazines), broadcasting media (TV, radio), outdoor or out of home (word of mouth), internet. Media also involves different types of communication that are widely used in business activities such as instant messaging, e-mail, faxing, radio/television broadcasting, telegraphy/telephony where satellites play a crucial role.

In this paper we will consider telecommunications that presuppose transmission of information through the telephone networks, voice telephone calls, data, text, images, or video [2]. Those various means of telecommunications are in the core of the Nigerian international trade and regional trade, exporting issues involved, price, product and after service, and strategy for international marketing in general.

Telecommunication, as it is, involves transmission of signs, signals, messages, words, writings, images and sounds or information of any nature by wire, radio, optical or other electromagnetic

systems [2]. When discussing business activity, it is worth focusing on the three main types LAN (Local Area Network), PAN (Personal Area Network), and WLAN (Wireless Local Area Network) [3]. LAN is the one that ensures functioning of an organization, its inner processes and work in a particular location, premises where PAN is efficiently used by a particular person from a single device to maintain the exchange of information with the working environment devices. The role of WLAN is to provide wireless network (e.g. Wi-Fi). It is used to connect the devices without the cables within the frequency coverage and access to it.

The above-mentioned networks are mostly used by business operators to increase and improve the efficiency of work productivity, which assist in the share of information with ease.

The telecommunication business industry can be a success only provided deregulation and deployment depending on the regional customer needs. The other factors ensuring needs satisfactions are speed of information transmission at a certain frequency and price that would be highly affordable and available.

The two major players on the Nigerian telecommunication market are Globacom PLC and MTN. Globacom PLC is an established service provider with the major market share in Ghana, Nigeria and the United Kingdom. It grew from the limited into the public limited company with essential market share and with the fast and cheaper option than MTN which offers its services to every age group through well-developed advertising and branded strategy where celebrity endorsement are in focus. Its competitor MTN joined the market in 2001 launching its service in major cities across Nigeria. The company uses the brand strategy which they refer to as BRIGHT (initial abbreviation). Those main components are best customer experience, returns and efficiency focus, ignite commercial performance, growth through data and digital, hearts and minds, technology [1]. Its extended activity allowed it to collaborate with some financial institutions (e.g. banks) to ensure money transfer and OTP service to protect an individual's financial security.

MTN is known to have problems in terms concerning its business activity in Uganda. The political-economic pressure concerned the company's capital outflow and the desire to regulate the company's ownership and its operating license to ensure its efficient business activity on the domestic market in a larger scope.

To sum up, the telecommunication companies are those drivers that ensure all the processes whether on the national or international markets. They can be used within a particular business structure and/or a organization that would be of ever increasing importance to maintain and foster socio-economic growth and sustainability. Nigeria is one of the economy players that can offer some alternatives to the telecommunication market and thus serve the whole international community.

References

1. Brand Review: The MTN Bright Story / Tag: Brand story/ [Electronic resource]. – Access mode: <https://mapemond.com/tag/brand-story/page/2/>
2. Definition of telecommunication. Yahoo. Archived from the original on 1 May 2013. Retrieved 28 February 2013 [Electronic resource]. – Access mode: <https://web.archive.org/web/20130501055117/http://education.yahoo.com/reference/dictionary/entry/telecommunication>.
3. Types of Computer Networks: LAN, MAN, WAN, VPN [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.guru99.com/types-of-computer-network.html>.

MANAGERS

Hassan Mubeen, group MEN-11

O. Kononenko, assistant of the Business Languages Chair
Poltava University of Economics and Trade

Manager is a person who manages or supervises anything like whole organization, a group of workers or even a kitchen.

In business terms, **Manager** is a person responsible for supervising and motivating employees in order to make organization progress and achieve its goals.

There are 3 main types of managers:

1. Top-Level Managers
2. Middle Managers
3. Front-line Managers

While some people claim, there are 4, but we will just stick to 3 for now.

Top-Level Managers are typically the bosses of the organization like CEO or COO. Middle Managers control specific departments and are links between Top-Level and Front-line Managers. While Front-line Managers are the ones who ensure everything is being implemented properly. However, every one of them does the same

job, 'MANAGE' but in different ways, while being on different ranks, in different departments.

Managers are supposed to do variety of things like planning, solving problems, hiring and training new employees, monitoring performances etc.

There are some skills, any manager must possess, and some of them are as follows.

- Ability to lead his team.
- Ability to plan for organization.
- Ability to communicate confidently.
- Ability to make decisions in critical moments.
- Ability to collaborate with employees.
- Ability to analyze performances.
- Ability to motivate employees.
- Ability to understand a problem and to find a solution.

So, as you see, there are a lot of things to do in this field and to be honest, it is not a joke to be a manager. It is a quite hard job because you are responsible for almost everything in an organization, whether it is a small pharmacy or a multi-billion dollars company, and you have got manage it.

The Manager I personally like the most is **Henry Ford**.

The way he lowered the cost of materials and the time to produce the final product by introducing his Model T assembly line was impressive. It just changed American vehicle accessibility and the world around him.

Today as you can see, his Automobile (Ford) company is one of the most popular and recognizable automobile companies in the world, with a massive net worth around 144 Billion U.S. Dollars.

As Henry Ford said once,

«Coming together is a beginning; keeping together is progress; working together is success».

INFORMATION TECHNOLOGY IN THE SOCIAL SYSTEM

Rabilu Ahmed, КНБ англ-11

Н. С. Руденко, науковий керівник, ст. викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Information technology is studying, designing, developing, activating, supporting or managing computer-based information systems, especially computer hardware.

Information technology is concerned with the use of computers and software applications for the transfer, storage, protection, processing, transmission and safe retrieval of information. Information technology is a broad specialty concerned with technology related to information processing and management, especially in large organizations. In particular, information technology deals with electronic computers and computer software to transfer, store, protect and process information as well as transfer and retrieve information.

The first random access digital storage device was the Williams tube, based on the standard cathode ray tube, but the information stored in it and the delay line memory were volatile because it had to be constantly updated, thus losing content if the power was removed. The first form of non-volatile storage of a computer was the magnetic disk, which was invented in 1932.

As a component of its RAMAC 305 computer system, IBM introduced its first hard drive in 1956. Most digital data is still stored magnetic on hard disks, or visually on media such as CD-ROM. Until 2002, most of the information was stored on analog devices, but that year digital storage capacity exceeded analog for the first time. As of 2007, approximately 94 % of the data stored worldwide was digitally preserved 52 % on hard drives, 28 % on optical devices and 11 % on digital magnetic tape. It is estimated that the global capacity for storing information on electronic devices has grown from less than 3 KB in 1986 to 295 KB in 2007, doubling almost every 3 years.

Database management systems (DMS) emerged in the 1960s to tackle the problem of storing and retrieving large amounts of data accurately and quickly. One of the first of these was the Information Management System (IMS). But in the 1970s Edgar Code proposed an alternative model for relational storage based on group theory, original logic, and familiar concepts of tables, rows, and columns. In 1981, the first commercially available relational database management (RDBMS) system was released by Oracle.

In recent years, Extensible Markup Language (XML) has become common format for representing data. Although XML data can be stored in regular file systems, it is common in a relational database to take advantage of its implementation that has been verified by years of theoretical and practical effort.

The relational database model provided a structured query language independent of the programming language (SQL), based on

the relational algebra. Anything that is stored is data, but it becomes just information when it is not organized and usefully provided.

Data transmission has three aspects: a) transmission; b) spreading; c) reception. They can be broadly categorized as radio broadcasts, as information is transmitted unidirectional to downstream, or telecommunications, with two-way channels in the channel downstream and downstream.

Hilbert and Lopez define the accelerating pace of technological change: the ability of application-specific machines to calculate per capita information nearly doubled every 14 months between 1986 and 2007; per capita general-purpose computers in the world doubled every 18 months during the same two decades; Global communication capacity per person every 34 months; world storage capacity per person requires about 40 months to double (every 3 years); per capita broadcasting information doubled every 12.3

The future of information technology:

Academic future

In the academic context, the ACM Computing Association defines information technology as degree programs that prepare students to meet the needs of computer technology from business, government, health care, schools, and other types of organizations ... IT professionals are responsible for selecting appropriate hardware and software products. For the organization, integrating those products with organizational needs and infrastructure, installing and allocating these applications for computer users in the organization.

Commercial and practical future

Companies in the IT field are often discussed as a group called Technology Sector and Technology Industry. Many companies now have IT departments to manage computers, networks, and other technical areas of their business.

The moral future

Mathematician Norbert Wiener founded the field of information ethics in the 1940s. Some ethical issues associated with the use of information technology include: copyright violations by those who download files stored without permission of the copyright holders, employers who monitor their employees' emails and other Internet uses.

**PECULIARITIES OF POETRY TRANSLATION FROM
ENGLISH (BASED ON THE POEMS BY OCEAN VUONG)**

K. I. Dashko, student majoring in Philology, group Phil-41

T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of the Ukrainian, Foreign Languages and Translation, PhD Higher Educational Establishment of Ucoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

The topicality of the chosen research is explained by the strong demand for the development of generally accepted criteria to be used for the assessment of poetry translation quality, on the one hand, and the need in the translation of modern American poetry into Ukrainian, on the other. The poems by Ocean Vuong (one of the brightest representatives of young American writers) were chosen as the translation object and research subject, since they have never been translated into Ukrainian before and only few attempts of their Russian translations were found. Moreover, due to his vision of the poem form as the means for the content extension, permanent search for words inside words, violence and delicacy collision, sound and rhythm domination, poems by O. Vuong appear to be an exciting and challenging object for translation.

In modern Translation Studies verse translation is considered to be the most efficient and productive way of poetry rendition. Taking into account, the features of O. Vuong's poetic texts mentioned above we consider the strategy of half-literal but rhymed translation the most appropriate. Since it provides the translator with the opportunity of wider but still restricted use of addition and omission contributing to better rhyming and more pleasant sounding of the target text. That, to our mind, helps not only to retain the author's intentions but reproduce poem emotional background and meaningful form. Vital requirements to successful poetry translation include the source text pragmatic aspect preservation (target text should provide similar aesthetic and emotional impact on the readers), author's intentions and ideas representation, full source text content and meaning rendition, and, finally, poetic form replication. For more detailed consideration of these requirements in specific context we

translated and examined the two poems by Ocean Vuong ('Someday I'll Ocean Vuong' and 'Kissing in Vietnamese') into both Ukrainian and Russian, using half-literal rhymed translation.

The quality of the received translations was evaluated with the help of sociological studies. It involved 45 students of the second, third, fourth and fifth years of studies of Poltava University of Economics and Trade majoring in Philology aged from 17 to 25. The survey questions were formulated in three different ways: a) directly (What influenced your choice of the best translation version most? – literal translation, similarity of syntactic structure, pleasant sounding and rhyming, etc.); b) indirectly (Which of the translations is the easiest to read and perceive?) c) unifying previous two (Which translation version do you find the best?) The received results were grouped and strong correlation between direct, indirect and unifying question responses was fixed. According to the verified in such a way results of sociological survey the most important criterion of good poetic translation appeared to be having pleasant sound and rhyming (78 % of respondents on the poem 'Someday I'll love Ocean Vuong' and 84 % for the poem 'Kissing in Vietnamese'). It should be mentioned that these results completely correlate with the results received by us in three previous surveys based on the translations of other authors of different periods. This index corresponds to the requirement of poetic form replication that is the most challenging in verse translation. The second place is taken by the rendition of the poem emotional background (nearly 71 % for the first poem and 69 % for the second one). This criterion correlates with the importance of the rendition of author's ideas and intentions named the third most important (47 % and 64 % of respondents respectively) and contributes to the requirement of pragmatic equivalence. Three consecutive years emotional background rendition takes the second place as well. The shared third place belongs to the easiness of poem perception (49 % of the surveyed). According to the studies results literal poem translation is not so important (about 27 % of opinions) while stylistic device retention is (31 % of the respondents and strong correlation of better stylistic device reproduction with the translation preferences). The same images reproduced with the help of different languages anyway gain different shades of meaning and readers' response. For example, the brightest image of the original version: '... no matter how many times our knees kiss the pavement ...' was recognized the most vivid one in its

Ukrainian translation: ‘... і неважливо, що рубців на чашечках колінних в той день бруківка зовсім не щадила...’. It is completely opposed to the absolute loser of the original and Ukrainian versions: ‘... the gunfire is only the sound of people trying to live a little longer...’ (‘... рушниця – це як зойк людей, які відтягують свій шлях до біса ...’) and real leader of Russian translation: ‘... ружье лишь звук в глазах людей, что не стремятся быстро в преисподнюю ...’).

Most respondents associated the original, Ukrainian and Russian versions of the poem ‘Someday I’ll Love Ocean Vuong’ with different shades of blue and sometimes even white. While the range of emotions aroused by them varied from calmness and inspiration to anxiety. Speaking about the poem ‘Kissing in Vietnamese’ red colour and its hues dominated for the source text and both translations, causing again the feelings of diversified modality. This interrelation requires further research.

НАЗВИ ГРОШОВИХ ОДИНИЦЬ ЯК РЕАЛІЇ: СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ

Г. В. Жолубак, студентка спеціальності Філологія, група Філ-32
О. Ю. Тупиця, науковий керівник, доцент, к. філол. н., доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Семантика багатьох лексичних одиниць має національно зумовлену етимологію. Ми дослідили, що назви грошових одиниць, як назви реалій, належать до безеквівалентної лексики, хоча означають у всіх мовах тотожні речі. Але вони не тотожні з точки зору етнокультури: не можна замінювати назви грошових одиниць у тексті при перекладі. Однак наші спостереження доводять, що заміна можлива так би мовити «по курсу». Тобто, заміна відбувається відповідно до ціннісного еквіваленту. Наприклад:

*Schamlose schäbige Bettler sind's,
Almosen wollen sie haben -
Ein'n **Pfennig** Popularität
Für Menzel und seine Schwaben!*

Heinrich Heine (Deutschland. Ein
Wintermärchen)

*Бесстыдные нищие, грязная дрянь!
У всякого просит подать ей
На **грош** популярности, ради Христа,
Для Менцеля с швабской братьей.*

Генрих Гейне (Германия.
Зимняя сказка)

Фенніг – найменша грошова одиниця Німеччини цілком відповідає назві **грош**. Тим більше, що поет намагається сказати про справжню цінність популярності певних осіб.

У назвах грошових одиниць позначено, на нашу думку, національно-мовний образ світу (мовна картина світу). Картина світу – це плід людського сприйняття, мислення, фантазії та творчості. Засобом пізнання навколишнього світу є мова, як засіб спілкування, засіб формування та вираження думок. Усе в мові – плід мислення, а воно, у свою чергу, може мати різні форми: наукове, міфологічне тощо. Мовна картина світу виражена в семантиці мовних знаків, вона має варіанти (ми говоримо про мовну картину світу українців, німців тощо, це доводить і контрастивна лінгвістика), стереотипи чи еталони. Когнітивна лінгвістика розуміє мову як онтологічну основу пізнання й розуміння буття. Тому в основі мовної картини світу лежить лінгвокультурний код. Кожен код-концепт може мати різне тлумачення носіями мови залежно від контексту, досвіду, знань тощо.

Г. Д. Гачев ставить питання про фактори національної зумовленості мовної картини світу, як «національний образ», «модель» тощо [3]. С. В. Форманова звертає увагу на значення окремих слів контексту для формування мовної картини світу твору [5]. «Мовна картина світу, – на думку Н. С. Богаткіної, – є відбиттям його образу на різних рівнях і зокрема лексичному» [1, с. 24]. Лексична система – результат унікального позначення світу – номінації, яка базується на концептуальних ознаках.

Назви грошових одиниць належать до етнокультурних понять, а, отже, відзначаються такою семантикою, що дає нам усі підстави визначити їх як безеквівалентну лексику. Так, А. В. Волошина досліджує семантичну структуру безеквівалентних лексичних одиниць [2] і визначає їх як етнічно специфічну характеристику свідомості-реальності на понятійно-лінгвістичному та лінгвістичному рівнях [2, с. 56]. Розглянемо конкретні приклади назв грошових одиниць, з'ясуємо національні компоненти їх семантики.

Долар – назва валют значної кількості країн. Походить від слова «талер», що означало металеві гроші в багатьох країнах Європи. **Талер** (таляр) – (стар. нім.: *Thaler*; швед. і норв.: *Daler*; нід. *Daler*; португ.: *Dolera*; англ. *Thaler*; чеськ.: *Tolar*, словенськ.: *Tolar*; білоруськ.: *Таляр*; мадяр.: *Tallér*) – назва великої

срібної монети, яка перебувала у грошовому обігу багатьох країн Європи в XVI–XIX ст.

Перші монети типу талер розпочав карбувати ерцгерцог Тіролю Сигізмунд (1439–96) в 1484. Маса монети початкове дорівнювала 1 унції і становила 31,83 грама (29,23 г чистого срібла 937,5-ї проби). Перші талери карбувалися у невеликій кількості. Спочатку монета мала однакову вартість із золотим гульденом (60 крейцерів), тому її називали гульденгрош або гульдинер (гульден походить від слова *golden* – золотий). Зростання виробництва срібла в Європі (Тіроль, Чехія, Саксонія) і вдосконалення техніки карбування монет дало можливість випустити велику монету, яка залишалась стандартом для європейських срібних монет протягом 400 років.

Існує кілька версій походження назви *фунт стерлінгів*. Деякі джерела вважають, що назва з'явилася в XII столітті і спочатку означала буквально «фунт чистого срібла». Це пов'язано зі «стерлінгом» – стародавньою англійською срібною монетою. 240 монет мали вагу 1 тауерський фунт (близько 350 грамів) або 1 тройський фунт (близько 373,24 грам). Великі покупки виражали в «фунтах стерлінгів». З іншого боку, це був спосіб перевірки повноваговості монет: якщо вага 240 монет не дорівнювала 1 фунту, монети могли бути фальшивими або занадто зношеними. З 1955 року Оксфордський словник англійської мови запропонував версію, згідно з якою назва *стерлінг* датується близько 1300 року і походить від побутової назви срібного норманського пенні, на якому карбували маленькі зірочки (староанглійською: *steorling*).

Розглянуті приклади назв деяких грошових одиниць свідчать про національну та інколи історичну зумовленість їх утворення та вживання, що дає нам усі підстави вважати належність назв грошових одиниць до складу безеквівалентної лексики певної мови.

Список використаних інформаційних джерел

1. Богаткіна Н. Внутрішня форма слова як прояв своєрідності національної мовної картини світу / Богаткіна Н. // Наукові записки. – Випуск XXVI. – Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2000. – С.24–29.
2. Волошина А. Безеквівалентна лексика близькоспоріднених мов: проблема семантичної структури / Волошина А. // Наукові записки.

- Випуск XXVI. – Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2000. – С. 56–64.
3. Гачев Г. Национальные образы мира / Гачев Г. – Москва : Издательский центр, 1988. – 445с.
 4. Тупиця О. Ю. Безеквівалентна лексика в поетичному тексті: проблема створення етномовної картини світу [Електронний ресурс] / Тупиця О. Ю. – Mauritius, Beau Bassin: LAP LAMBERT Academic Publishing RU, 2018. – 117 с. – Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/6332/1/монографія%20тупиця%20ою.pdf>. – Назва з екрана.
 5. Форманова С. В. Ключові слова у мовній картині світу Михайла Коцюбинського : автореф. дис. ... канд. філол. Наук / Форманова С. В. – Київ, 1999. – 17 с.

TRANSLATION OF PROPER NAMES IN THE FANTASY NOVEL “HUNGER GAMES” BY S. COLLINS

D. V. Zelenko, student majoring in Philology, group Phil-31

T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of the Ukrainian, Foreign Languages and Translation, PhD Higher Educational Establishment of Ucoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

The topicality of the research subject is due to the dynamic development of intercultural relations and as a result, an ever-growing interest in the problems of translation of proper names which make up a significant part of the vocabulary of any language. They reflect the history and culture of the country from which they originate. The main aim of the given paper is to study the techniques used when translating proper names in the fantasy novel “Hunger Games” by Susanna Collins. This novel was chosen as the research subject not by accident, since it is widely-popular now not only among the youngsters. It has also received critical acclaim from major reviewers and won many awards, including the California Young Reader Medal and Publishers Weekly’s «Best Books of the Year» in 2008. To study the peculiarities of translation transformations we used the original text and its Russian and Ukrainian translations. The research material comprised about 50 proper names and their equivalents in two languages.

Proper name translation is a complex process that depends on many factors. First of all, the choice of translation technique is determined by the source text style and genre. However, in case of

translating modern English-language fantasy novels a great number of universal techniques for proper name rendition does not always work properly, whereas we are talking about fictional objects not presented in real life. As a result, the unique fictional world with its geography, characters, history and culture poses the problem for the translator to select suitable ways of transferring their meanings to full extent thanks to the selection of proper equivalents for the author-created and invented toponyms and anthroponyms.

During the examination of novel proper names and ways of transferring them from English into Russian and Ukrainian in translation, four basic techniques were identified in this work: transcription, transliteration, calque, and semantic translation. These techniques of translating proper names are quite common. The most common proper names in the book are personalities (mainly anthroponyms), toponyms, names of certain realities of the fictional world. They play a crucial role in creating a certain atmosphere of the work under consideration. As for toponyms such as the the Rockies (*Скелясті гори / Скалистые горы*), Appalachia (*Аппалачі/Аппалачия*), the translator used the direct correspondence fixed in the dictionary. According to quantitative estimates, transcription is the most common. There is an interesting fact: the names of the characters are connected with the places where they come from. Those who live in the capital have mostly Roman and Greek names which are easily rendered into both Ukrainian and Russian: *Cinna* – *Цинна* – *Цинна*; *Caesar* – *Цезар* – *Цезарь*; *Portia* – *Порція* – *Порция*; *Seneca* – *Сенека* – *Сенека*; *Venia* – *Вінія* – *Вения*; *Flavius* – *Флавій* – *Флавий*; *Octavia* – *Октавія* – *Октавия*. Basically, for the rendition of the main characters' names the transcoding technique was used: *Katniss* – *Катніс* – *Кэтнисс*; *Peeta Mellark* – *Піта Мелларк* – *Пит Мелларк*; *Haymitch* – *Геймітч* – *Хэтмич*; *Gale* – *Гейл* – *Гейл*.

The anthroponym in the Ukrainian version of the translation comes from the name of the plant and saves the morphological features of the structure of the original name: *Prim* (like primrose) – *Прим* (від примула) and the same in Russian version.

So, proper names play an important role in the process of intercultural communication not only because of their ability to name single objects, persons, etc., but also possess the special ability to convey the background knowledge about either existing or created reality. The proper names in the fantasy novel analyzed, in particular, create

a complex structure that must be carefully studied before proceeding with the translation of the text containing such names. According to the quantitative analysis, transcription is the most common (43 %); set equivalents use or dictionary fixed correspondences (22 %); semantic translation (13 %); other methods (22 %). We see that the cultural component of the name carries a lot of information about a certain character, starting from the ideas about his / her appearance, and mental abilities, ending with a deeper insight into his / her inner world.

Since the translator deals with two languages in the process of translation, the success and adequacy of the translation solutions depends on his proper knowledge of all the features of the target language compared to the source one, translation skills, background knowledge on the subject under consideration and creativity.

References

1. Zalesova N. M. & Gudilina, A. S. (2016). Translation of proper names in the novel "Hunger games" by S. Collins. *Philology, Interactive science*, 3, 117–119.

UKRAINIAN TRANSLATION OF MOVIE TITLES FROM ENGLISH

E. A. Levoshko, student majoring in Philology, group Phil-32

T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of the Ukrainian, Foreign Languages and Translation, PhD Higher Educational Establishment of Ucoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

Film translation is one of the leading branches of creative and commercial language services nowadays. Since our domestic cinema is a little lame, foreign films, especially Hollywood ones, are saving us: they expand our horizons, entertain, inspire and teach us something new. Visual elements do not need to be translated, since they can appeal to any person of any age and language skills. However, we can not say so about the film dialogues or its title. All these factors determine the relevance of the chosen research topic. It will never lose its topicality due to the number of films directed and presented to general public annually. The aim of this work is to examine the basic strategies used for translating the titles of 25 movies, being released in 2020, from English into Ukrainian.

The conducted analysis of relevant scientific sources reveals three main strategies for movie title translation: 1) direct translation or word for word one; 2) title transformation; 3) title change. Let us consider all of them in more details and illustrate with the found examples.

The first strategy is based on the direct translation of the English movie titles into the target language. Basically, such a strategy is appropriate for the translation of the film titles without untranslatable, equivalent-lacking or cultural-specific components (exotisms, etc.), form and content collision. For example, *Fantasy Island* – *Острів Фантазій*, *A Quiet Place II* – *Тихе Місце 2*, *Little Women* – *Маленькі жінки*, *007: No Time To Die* – *007: Не час помирати*, *Underwater* – *Під водою*, *The Gentlemen* – *Джентльмени*, *Postcard Killing* – *Убивства з листівками*, *The High Note* – *Висока нота*, *The Grudge* – *Прокляття*, *The Invisible Man* – *Людина-невидимка*. This strategy also includes such translation techniques as transliteration and transcription of proper names, which have no intrinsic hidden meaning. Undoubtedly, such proper names carry a certain cultural component, but in translation it becomes irrelevant. The following movie titles are translated in such a way: *Artemis Fowl* – *Артеміс Фаул*, *Mulan* – *Мулан*, *Emma* – *Емма*, *Sonic The Hedgehog* – *Іжак Сонік*, *Dolittle* – *Дулітл*.

The second strategy can be defined as a title transformation. For example, many movie titles are translated by extending cognitive information and replacing or adding some lexical units, using movie's keyword input to compensate for the lack of semantic or genre identifying components. The title of a horror film about an ancient curse that torments a little boy (*The Assent*) has been translated as «Угода з потойбічним», where «з потойбічним» is an addition indicating film genre. The same situation we find with the title of the biopic, which only contains the name of the main character, *Seberg*, translated as «Проти всіх ворогів: Історія Джин Сіберґ». Another good example is the name of the biopic «*Greyhound*», to which the phrase «*Battle of the Atlantic*» was added. This addition cancels out any questions about the movie's plot.

The third strategy applied is the movie title change. Despite the basic requirements that any translator faces, i.e. maintaining semantic-structural equality and level of communicative-functional properties – there are many cases of film titles being changed in translation. A good example of this type of strategy is the name of the drama and sports movie «*The Way Back*», which was translated as

«Попа рпою», apparently because the literal translation did not have any idea of the genre and plot of the film, while the translation of the title into Ukrainian alludes to the sports theme of the film.

Another example of a complete name change is the horror movie «Antlers», which was translated into Ukrainian as «Ненаситний». The main character of the film is a boy in whose house a mythical horned monster lives. Therefore, the original name of the film is absolutely justified. Perhaps the literal translation did not seem so successful for Ukrainian translators, so they decided to focus on the bloodthirstiness of the monster, as it was better suited for the genre of this film. An interesting representative of the complete replacement of the name is the film «Free Guy», which was translated as «Персонаж». As in the previous example, the original title of the film is suitable for the plot and genre itself. When the main character found out that he lives in a video game, he began to live to the fullest, without any restrictions. Apparently, the title «Вільний хлопець» did not satisfy the translators, so they decided to go different way, demonstrating the main character's belonging to a certain non-existent environment, since he really is a character of the video game world.

As the analysis of movie title translations has shown, we do not have a uniform picture. The choice of strategies that we examined above depends on the cultural and linguistic issues that need to be adapted. In my opinion, this year there were no translation failures such as: «Men of Honor» (2000), which was translated as «Військовий нирець». With such success, the name of the movie «Sniper» could be translated as «Військовий стрілець» and «The Deminer» as «Військовий копєць». Another example that made me incredibly laugh: how do you like the title of the film «Арматгеддець» with the original comedy title «The World's End»? As for me, the translator has to be extremely careful about translating the name of the movie to make it as sound and attractive as the original to the audience.

ETYMOLOGY OF ENGLISH IDIOMS

Yu. O. Nos, student of Philology, group Phil-31

N. S. Sukhachova, scientific advisor, Candidate Philological Sciences Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

The article deals with the etymology of English idioms. It reveals the notion of this phenomenon and its reflection in the English

language. It researches the fields of this concept, defines the meaning of an idiom and the meaning of the term “etymology” and the origin of English idioms. One of the most important aspects in the study of the English language is the study of English idioms. In any language there are expressions in which the individual words that make up this expression lose their original meaning.

The general meaning of this expression is not made up of individual meanings of words. Etymology comes from ancient Greece. The original meaning of the word “etymos” is *real, authentic*. The second constituent of this term is “logia” which means *science, study*. Thus, etymology is the science which is closely connected to the origin of words.

The **purpose** of the present work is to reveal the meaning of some English idioms, their etymology, to study and analyse the origin of the English idioms, to classify the origin of idioms into groups reflecting different themes.

To achieve the above mentioned purpose the following **objectives** are established: to define the term etymology, to define the term phraseology, to define the term idiom, to outline the characteristic features of the idioms in the different texts, to classify idioms.

In the present paper there were used such **methods** of scientific research as analysis, synthesis and learning the latest linguistic resources.

Idioms are defined as multiword expressions which meanings cannot be deduced from the meaning of their parts in an entirely compositional method. According to A. A. Reformatzky, phrasal or idiomatic expressions are the words and word combinations which are specific for the speech of different population groups by class or professional indication [2].

Idioms in English can be classified into the main groups, ones which are connected with nature and natural phenomena, others with human activity, jobs. For example, an idiom form natural phenomena “to be over the moon” that means to be delighted; “once in a blue moon”, the phrase refers to something that takes place very seldom.

Other idioms are connected with human life and working experience, parts of body. For instance, the English idiom “to turn a blind eye” means to pretend not to have detected something. Remarkably, this idiom is said to have appeared as a result of the prominent English marine hero Admiral Horatio Nelson, who, during the Battle of Copenhagen in 1801, is said to have purposely upraised his telescope to his blind eye, hence confirming that he would not see

any indication from his superior giving him discernment to remove from the combat [1].

Naval English idioms were borrowed from the speech of sailors as English has been a naval state, such as: “there are other (good) fish in the sea” means there are many other brilliant or more appropriate people, things, chances, or possibilities in the world that one may find.

Idioms and sayings created by people from different spheres of activity, being precise, colloquial, vivid reflecting life can always find application in expressive speech. An indispensable condition for the successful mastering of the English language is the knowledge of idioms and idiomatic expressions, as well as the sources of their origin. In order to use this or that idiom, it is necessary to know its true origin. Undoubtedly, knowing the origin of the idioms can significantly help to learn the idioms faster. Thus, the perspective of our further investigation is the analysis of the previously distinguished groups of idioms in British and American fiction.

References

1. Bobrovnyk S. M. Etymology of English idioms / S. M. Bobrovnyk // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія. – 2016. – Вип. 20(2). – С. 4–7.
2. Реформатский А. А. Введение в языковедение / А. А. Реформатский. – Москва : Аспект-Пресс, 1996. – 275 с.

БЕЗЕКВІВАЛЕНТНА ЛЕКСИКА: ПРОБЛЕМИ ВІДТВОРЕННЯ

Є. К. Олійник, студентка спеціальності Філологія, група Філ-32
В. В. Стеценко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Лексика певної мови відображає картину світу етносу. Репрезентантом національно-культурної своєрідності мови на лексичному рівні є *безеквівалентна лексика*.

Критеріями виокремлення такої лексики можуть бути: 1) семантичний; 2) граматичний; 3) функціонально-стилістичний.

Безеквівалентну лексику можна визначати за допомогою прийомів: 1) переклад; 2) експеримент.

Безеквівалентна лексема – особлива одиниця, що відображає національно-культурну своєрідність мови на лексичному

рівні, номінує такі явища у сфері певної культури, які не властиві іншим. Наприклад: *укр. свита* (нім. *Swyta*) – *нім. langer Bauernkittel der Ukrainer* (досл.: *довгий селянський кітель в українців*).

Науковці визначили п'ять основних способів перекладу безеквівалентної лексики:

1. Транслітерація та транскрипція. При транслітерації передають графічну форма слова вихідної засобами мови перекладу, а при транскрипції – звукову форма слова. Ці способи перекладу застосовують при передачі іншомовних власних назв, географічних назв, назв різних компаній, фірм, готелів, газет та журналів тощо: *Spiegel* – журнал «Шпігель», *Frankfurter Allgemeine Zeitung* – газета Франкфуртер альгемайне цайтунг, *Siemens* – компанія Сіменс. Особливо поширені ці способи перекладу у публіцистиці, коли описують події та життя за кордоном. Транскрипція та транслітерація доцільні там, де важливо зберегти лексичну стислість позначення і разом із тим підкреслити специфічність названого об'єкту або поняття, яке відсутнє у мові перекладу.

2. Калькування. Полягає в передачі безеквівалентної лексики вихідної мови за допомогою заміни її складових частин – морфем чи слів – їх прямими лексичними відповідниками у мові перекладу: *der Kindergarten* – дитячий садок, *der Geschäftsbank* – комерційний банк.

3. Описовий або пояснювальний переклад. Спосіб передачі безеквівалентної лексики полягає в розкритті значення лексичної одиниці вихідної мови за допомогою розгорнутих словосполучень, що розкривають суттєві ознаки позначуваного даною лексичною одиницею явища: *укр. Кобзар* – *нім. Kobsar – Nationalsänger, die mit ihrer “Kobse”, einer Art Mandoline, das ganze Land durchziehen. Sie sind, da das Volk weder schreibt noch liest, vermitteln des Traditionsweaes die einziaen Aufbewahr er der Volkslieder, auch selbst Dichter, zugleich eine lebendiae Zeituna und stets große Patrioten, die mit ihren Liedern den Mut der kämpfenden Kosaken aufrecht hielten. Sie waren oft blind. Schade, dass sie jetzt im Verschwinden sind.* Хоча цей спосіб і розкриває значення вихідної лексики, але має суттєвий недолік, він досить громіздкий і неекономний, тому перекладачі поєднують два прийоми: транскрипцію або калькування та описовий переклад (пояснення етимології, історичних подій тощо).

4. Наближений переклад. Суть цього способу полягає в тому, що замість іншомовної реальії перекладач використовує реалію мови, яка має власну національну специфіку, але в той же час має багато спільного з реалією вихідної мови: *der Schnaps* – горілка, *der Weihnachtsmann* – Дід Мороз, *der Pfennig* – монетка (копійка). Звичайно ці поняття не ідентичні, проте можуть використовуватись у певних контекстах для збереження смислу.

5. Трансформаційний переклад. При цьому способі перекладачеві треба перебудувати синтаксичну структуру речення з повною заміною значення вихідного слова: *das hochwertigen Konsumgütern* – зростання випуску високоякісних товарів широкого вжитку, *in Vorbereitung zur Konferenz* – готуючись до конференції.

Слід підкреслити, що термін «безеквівалентна лексика», вживають при відсутності відповідності тієї чи іншої лексичної одиниці в словниковому складі іншої мови. Розуміння цього термін в сенсі «неможливості перекладу» є помилковим.

Список використаних інформаційних джерел

1. Тупиця О. Ю. Безеквівалентна лексика в поетичному тексті: проблема створення етномовної картини світу [Електронний ресурс] / Тупиця О. Ю. – Mauritius. Beau Bassin : LAP LAMBERT Academic Publishing RU, 2018. – 117 с. – Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/6332/1/монографія%20тупиця%20ю.ю.pdf>. – Назва з екрана.
2. Тупиця О. Ю. Специфіка перекладу безеквівалентних лексичних одиниць поетичного тексту / Тупиця О. Ю. // Рідне слово в етнокультурному вимірі : зб. наук. пр. / Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка. – Дрогобич : Посвіт, 2017. – С. 353–363.

NEOLOGISMS OF MODERN ENGLISH IN MASS MEDIA

V. O. Pelyak, student of Philology, group Phil-31

N. S. Sukhachova, scientific advisor, Candidate Philological Sciences

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

Language is very sensible to every change in the social and everyday life of people. The appearance of different innovative elements

and lexical units is the result of these changes. The development trends of the media have been reflected in the processes of formation of language neologisms in the modern English-speaking youth press. So, neologisms often become popular by way of mass media, the internet, or casual speech.

New words that haven't quite yet been accepted into mainstream vocabulary are commonly referred to as '*neologisms*'. Neologisms can also refer to finding a new meaning for an existing word. There are many authors who have created new words and many of these words have disappeared into obscurity or been replaced by more logical alternatives.

The **purpose** of the present work is to identify and systematize the ways of nomination neologisms in modern English-speaking youth media. To achieve the above mentioned purpose the following **objectives** are established: to examine the theoretical background of neologisms in modern English; to determine the communicative pragmatic basis for the study of journalistic discourse; to analyze the originality of modern English-speaking youth press.

The **material of research** consists of English mass-media neologisms taken from the different electronic dictionaries and online blogs.

For achievement of a goal of research, we involve the analysis of lexical units as elements of a linguistic space in the conditions of a cultural space.

The role of mass media in creating communication bridges over different cultures is of primary importance. Neologisms tend to occur more often in cultures that are changing rapidly. There are a number of ways for coining new words, using a variety of neologism types.

Portmanteaus or Blend Words – a specific type of neologism, they are blent together two words to create a new word which combines their meanings: *smoke* + *fog* = *smog*; *breakfast* + *lunch* = *brunch* [1].

Derived words – are words that use ancient Greek and Latin phrases naturalized to match the English language. Here are a few examples of derived words: Latin word: *villa*; Meaning: *villa or house*; Derived words: *villa, village, villager*; Latin word: Meaning: *under*; Derived words: *submarine, subway* [1].

Transferred words encompass words taken from another language and used in an adjusted form in English: *alligator* from Spanish *el lagarto*; meaning *lizard* [1].

There are three ways of neologisms creation: phonological neologisms, borrowings, syntactic neologisms.

Phonological neologisms are formed by combining unique sounds, they are called artificial, e.g. *rah-rah* /a short skirt which is worn by girls during parades/, *yeck/yuck* which are interjections to express repulsion produced the adjective *yucky/yecky*.

Borrowings or loan words are words borrowed from a donor language and incorporated into a recipient language without translation. It is distinguished from a calque, or loan translation, where a meaning or idiom from another language is translated into existing words or roots of the host language. Here we have some examples of borrowings, such as *perestroika* / Russian, *solidarnost* / Polish, *Berufsverbot* / German, *dolce vita* / Italian etc.

Syntactical neologisms are usually built on patterns existing in the language. Syntactic neologisms can be phraseological and morphological (formed by means of affixation, conversion, clipping, lexicalization, compounding).

The following neologisms have been pointed out widely used in mass media. They are: **Podcasting**: it is a form of distributing digital audio and video files over the internet, typically for convenient use on an MP3 player [2]; **Blogging**: it is the frequent, chronological publication on the Web of personal thoughts and opinions for other Internet users to read [2]; **Advertorial**: it is an advertisement in an editorial form, i.e., an advertisement in a publication that looks like one of its normal articles [2]; **Narrowcasting**: it aims at specialized audience, i.e., to aim a radio or television transmission at a limited group of people [2].

As a conclusion we can mark, that the enlargement of the English language vocabulary is closely connected with the humans social life. Every new event in our life finds its reflection in the language, and the faster the life is the simpler the ways, thanks to which language is enlarged. The emergence of neologisms shows the development of society and humanity in general and we can see it clearly through mass media.

References

1. About words. A Blog from Cambridge Dictionary [Electronic resource]. – Cambridge University Press, – 2016. – Retrieved from: <https://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms/>.
2. <https://www.wordspy.com/>.

DIVERSITY OF IDIOMS IN THE ENGLISH LANGUAGE

T. O. Prokhorenko, student of Philology, group Phil-31

N. S. Sukhachova, scientific advisor, Candidate Philological Sciences
Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava
University of Economics and Trade»

The richness of a language also becomes clear when we take a close look at the idioms and idiomatic phrases used here since idioms are first and foremost associated with cultural mind-set. They are special language forms that convey cascades of culture specific information such as religion, history, customs, national identity, speaking manners, national behavior etc.

The **purpose** of the present work is to investigate the peculiarities of modern idioms.

To achieve the above mentioned purpose the following **objectives** are established: to study the theoretical linguistic material; to give the classification of idioms; to study the most widely used idioms and their usage.

The **novelty** of this article is that idioms help us to get a better understanding of a certain culture by investigating the idioms as they hold a cultural background behind themselves. Idioms are undoubtedly among the hardest things for a person to learn in the process of learning a new language.

According to Stephen Cramley idiom is defined as “a complex item which is longer than a word – form but shorter than a sentence and which has a meaning that cannot be derived from the knowledge of its component parts” [1].

Linguists have classified idioms according to various criteria. The most remarkable classification is based upon the varying degrees of idiomaticity. According to Fernando, idioms can be grouped into three sub-classes: pure idioms, semi-idioms and literal idioms [2].

A pure idiom is a type of conventionalized, non-literal multiword expression whose meaning cannot be understood by adding up the meanings of the words that make up the phrase. For example the expression *spill the beans* is a pure idiom, because its real meaning has nothing to do with beans.

A semi-idiom, on the other hand, has at least one literal element and one with a non-literal meaning. *Foot the bill* (i.e. “pay”) is one example of a semi-idiom, in which *foot* is the nonliteral element, whereas the word *bill* is used literally.

A literal idiom, such as *on foot* or *on the contrary* is semantically less complex than the other two, and therefore easier to understand even if one is not familiar with these expression.

It very useful to know which idioms are the most widely used. These idioms are used in both spoken and written English and appear in all spheres of life. They are frequently employed by native speakers who feel the language at an inborn level.

These are the idioms that everyone should know:

Under the weather – *To feel ill*, if someone says they're feeling under the weather, your response should be 'I hope you feel better!'; not 'Would you like to borrow my umbrella?';

Spill the beans – *To give away a secret*, if you told someone about their own surprise party, you'd have 'spilled the beans', the secret is out;

Break a leg – *To wish someone luck*, it is often accompanied by a thumbs up, 'Break a leg!' is an encouraging cheer of good luck;

Once in a blue moon – *Rarely*, this charming phrase is used to describe something that doesn't happen often;

It's the best thing since sliced bread – *It's really, really good*, sliced bread must have revolutionized life in England because it's since been used as the ultimate benchmark for things that are great;

Come rain or shine – *No matter what*, you guarantee to do something, regardless of the weather or any other situation that might arise;

You can say that again – *That's true*, generally exclaimed in agreement, when a friend says 'Ryan Reynolds is gorgeous!', you can reply 'You can say that again!';

See eye to eye – *To agree completely*, we're not suggesting a staring contest – to see eye to eye with someone is to agree with the point they're making;

Jump on the bandwagon – *Following a trend*, when a person joins in with something popular or does something just because it's cool;

Beat around the bush – *Avoid saying something*, beating around the bush is when you speak nonsense, avoiding a question because you don't want to express your opinion or answer truthfully [3].

So, the English language possesses a huge diversity of idioms which imbue the language with flavor and give it a stunning variety, flamboyant character and color. They help language learners better understand the culture, penetrate into the customs and lifestyle of a particular people, and gain a deeper insight into their history.

References

1. Gramley S. A survey of modern English / Stephen Gramley // London : Routledge. – 2004. – 221 p.
2. Chitra Fernando. Idioms and Idiomaticity / Chitra Fernando // Oxford University Press, USA. – 1996. – 115 p.
3. <https://idioms.thefreedictionary.com/>

СУЧАСНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В ЛЕКСИЦІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

В. Г. Шипік, студент спеціальності Філологія, група Філ-32

О. Ю. Тупиця, науковий керівник, к. філол. н., доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Запозичення виникає як наслідок «звернення до лексичного фонду інших мов для визначення нових понять і предметів, причому часто самі ці поняття і предмети разом з їх назвами засвоюються від інших народів» [1, с. 82]. Ми поставили собі за мету дослідити сучасні запозичення в лексиці німецької мови.

Запозичення ще традиційно називають іншомовними словами. Ступінь їх засвоєння може бути різним [1, с. 99]. Лексика сучасної німецької мови розвинута в широкому колі іншомовних контактів, у першу чергу, з англійською, дозволивши наповнювати її сучасними «трендовими» словами. Ми вважаємо, це відбувається внаслідок того, що ці мови мають «однакову» графічну систему, щоправда, німецька часто «обробляє» іншомовні запозичення – підпорядковує під свою граматичну систему, наприклад, дієслово: *jobben – jobbte – hat gejobbt – das schwache Verb* (слабке дієслово), іменник: *der Manager, des Managers – s-Deklination* (с-відмінювання). Крім того, німецька мова здатна до запозичення поняття, але лексичну одиницю «перекладає» для перенесення, наприклад: *skyscraper – Wolkenkratzer* (таке явище властиве й українській мові – *хмарочос*).

Потрапляння великої кількості інтернаціональних слів до лексичного складу сучасної німецької мови свідчить про її розвиток. Значна кількість запозиченої лексики «не асимілюється» в німецькій мові, викликаючи часто проблеми при перекладі. Наприклад, іменники з суфіксами *-tion*, які зберігають іншомовну вимову [ʦion]: *Dissertation, Promotion* тощо. Тут має місце часткова асиміляція іншомовних запозичень. У сучасній ні-

мецькій мові наявні також інтернаціоналізми, які залишилися в незмінній формі: *nota bene*, *post scriptum*, *bravissimo*. Частота, галузь та спосіб уживання запозичень значно впливає на «ступінь засвоєння» слів у лексичній системі сучасної німецької мови.

У німецькомовній пресі, рекламі, новинах, науці англо-американські запозичення використовують для створення своєрідного «соціально-професійного» середовища. Без цих слів не можливо уявити сучасні сфери бізнесу, інтернет-комунікацій чи науки. Але часто стилістичні функції використання англоамериканізмів можуть бути для пародіювання, висміювання «примітивного» американського способу життя, «споживацької» економіки, «брудного» бізнесу.

Ми звернулися до звичайних сучасних новин, які публікують на веб-сайті компанії RTL. Тобто, це той контент, який пересічний німецькомовний читач сприймає кожен день[3]. Наводимо зразок:

1. ShareTheMeal

Etwas Gutes tun wird einem hier denkbar einfach gemacht. Das Konzept der App "ShareTheMeal": Mit einem Klick 0,40 Cent spenden und damit einem hungernden Kind für einen Tag Lebensmittel zur Verfügung stellen. Die App wurde vom World Food Programme entwickelt und vertritt den Standpunkt: "Es gibt 20 Mal so viele Smartphone-Nutzer als hungernde Kinder" und möchte so dem Traum einer Welt ohne Hunger eine Chance geben, wahr zu werden.

Das Ganze läuft ohne Anmeldung, lediglich die Kreditkartendaten müssen eingetippt werden, was etwa eine Minute dauert. Danach kann man nach Belieben Geld für hungernde Kinder spenden. Geld an Bedürftige spenden, ist mit dieser App so einfach wie noch nie. Erhältlich ist diese App kostenlos für iOS und Android Smartphones.

1. Поділіться їжею

Щось хороше робиться тут дуже легко. Концепція програми «Поділіться їжею»: пожертвуйте 0,40 центів одним натисканням клавіші і тим самим забезпечуйте їжею на день голодну дитину. Додаток було розроблено Всесвітньою програмою харчування та займає позицію: «Користувачів смартфонів в 20 разів більше, ніж голодних дітей», і хотіли б дати мрії про світ без голоду шанс здійснитися.

Усе працює без реєстрації, потрібно лише ввести реквізити кредитної картки, що займає близько хвилини. Тоді ви можете пожертвувати гроші голодним дітям за бажанням. Пожертвувати гроші нужденним ніколи не було простіше за допомогою цього додатка. Ця програма доступна безкоштовно для смартфонів з iOS та андроїдів.

Зверніть увагу на кількість іншомовних запозичених елементів у німецькому тексті та способи їх перекладу на українську. Певна кількість слів має свої «відповідники» в українській мові *App* – програма (додаток) *Android*, *iOS* – андроїд, операційна система для айфонів (*iOS*).

Знайомлячись із сучасною німецькомовною пресою, спілкуючись із носіями мови, нерідко стикаєшся зі словами та виразами, пояснити які не можуть навіть найкращі словники. «Найоперативніша» лексикографія не встигає синхронно відображати всі інновації, які отримує німецька мова з англійської. Сьогодні з'явилося навіть таке визначення як «Denglisch-Virus», який уразив Deutsch: «*Wir haben Leute, über ein **Scoring** zu einem **Rank** kommen, so dass man sich aus diesem **Research-Universum** ein **Portfolio** zusammen stellen kann*».

Зі стилістичної точки зору, запозичені слова є експресивними, здійснюючи прагматичний вплив на слухача. Але як тільки вони здобувають постійне місце в активному словниковому складі мови, вони перестають бути запозиченими, хоча й зберігають такі лінгвістичні ознаки протягом певного часу. До таких одиниць належать, наприклад, слова, пов'язані з екологією: *Okologie, Okotop, Ozonloch, Larmbelastigung, Larmwall, Bio-Bar, Bio-Laden, Bio-Gemuse*. Їх можна вважати надбанням сучасної німецької мови.

Ураховуючи теоретичні концепції, а також аналіз фактологічного матеріалу, ми дійшли висновку, що запозичення є необхідним засобом вдосконалення й гнучкості мовної культури, засобом, де в об'єктивній інформації присутній суб'єктивний людський фактор, адже розвиток мови відбувається в соціальному контексті. Зміни соціальних структур відображаються в мові. Запозичення є інноваціями лексичної системи німецької мови, які в більшості випадків створюються молодим поколінням і виступають «розпізнавальними знаками», своєрідними соціальними маркерами. Зі стилістичної точки зору, запозичення є експресивними.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ганич Д. І. Словник лінгвістичних термінів / Ганич Д. І., Олійник І. С. – Київ : Вища школа, 1985. – 360 с.
2. Хусаинов Э. Р. Проблемы заимствования в немецком языке и особенности его перевода [Електронний ресурс] / Хусаинов Э. Р. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-zaimstvo-vaniya-v-nemetskom-yazyke-i-osobennosti-ego-perevoda/viewer>. – Назва з екрана.
3. RTL.de: 6 Apps, mit denen Sie die Welt verbessern. <https://www.rtl.de/cms/6-apps-mit-denen-sie-die-welt-verbessern-4019697.html>.

**ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ В ПАТ «НАФТОГАЗВИДОБУВАННЯ»**

К. М. Бурмака, студентки спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІДб інт-21

М. В. Макарова, науковий керівник, д. е. н., професор, професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Діяльність підприємства, установи, організації відображається в різноманітних документах, сукупність яких становить систему документації. Процес створення документа називається документуванням діяльності конкретної установи, організації. Система документування – це сукупність процесів у створенні всіх видів документації, яка використовується, наприклад, в органах державної податкової служби. Документування включає операції зі складання, погодження, оформлення документа. При цьому працівники повинні дотримуватись відповідних вимог, норм, стандартів щодо створення документів.

Робота з готовими документами, створеними в установі та одержаними ззовні, називається документообігом. Документообіг об'єднує такі процеси діловодства, як приймання, реєстрація і розгляд документів, рух документів до виконавців, контроль за виконанням, зберігання і використання документів тощо.

Головне завдання служби діловодства – організувати документообіг таким чином, щоб це забезпечувало оперативну, безперебійну та ефективну діяльність установи. З метою кращого розуміння суті документування управлінської діяльності, вироблення специфічних вимог до окремих видів документів, останні прийнято поділяти на певні однорідні групи, тобто класифікувати.

Документи можна класифікувати за різними ознаками, зокрема, за змістом, походженням, формою, за місцем складання, за термінами зберігання тощо [14, с. 271–274].

Розглянемо вимоги до оформлення службових документів Приватного Акціонерного Товариства «Нафтогазвидобування». Кожний документ складається з окремих елементів – реквізитів. Документи з використанням реквізитів оформляють відповідно до формуляра-зразка, який є моделлю побудови комплексу організаційно-розпорядчих документів.

Текст – центральний реквізит будь-якого документа. Це та структурна його частина, що несе найбільше інформаційне навантаження. Правильно побудований текст, вдалі формулювання визначають ефективність впливу документа на адресата.

У структурі тексту можна вичленувати декілька логічних елементів, що сприяють правильній послідовності викладення змісту: 1) вступ, в якому зазначаються причини складання документа, характеризується соціальна ситуація або умови написання; у цій частині тексту можуть робитися посилання на розпорядчі документи вищих органів або організацій, що зумовили оформлення документа; 2) основна частина, де викладається суть питання, аналізуються факти, цифри, докази, аргументи; 3) закінчення (заклучна частина) містить суть документа (пропозицію, прохання, рішення тощо).

Вираженням композиційної будови документа виступає рубрикація – виділення окремих частин тексту, об'єднаних змістом, логічно завершених – графічне, з допомогою заголовків тощо. Універсальним засобом рубрикації є абзац – відступ від початку рядка на п'ять знаків, а також частина тексту між двома такими відступами. Структурно абзац представляє собою окрему закінчену думку.

Управлінський документ підписується або затверджується керівником організації або посадовою особою, що його заміщує, відповідно до її компетенції, встановленої правовими актами: статутом або положенням про організацію, структурний підрозділ, посадовою інструкцією, наказом про розподіл обов'язків і т. д. Два або більше підписи ставляться в разі, якщо за зміст документа відповідальні кілька посадових осіб [11, с. 56–58].

Продумана система документування підприємства є засобом підвищення ефективності його функціонування. Також вона відображає його розвиток та напрямки діяльності. Система документообігу має постійно вдосконалюватись та відповідати вимогам часу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бирик С. Ділові документи та правові папери: листи, протоколи, заяви, договори угоди / Світлана Бирик, Галина Сюта. – Харків : Фолио, 2005. – 491 с.
2. Палеха Ю. І. Організація сучасного діловодства : навч. посіб. / Палеха Юрій Іванович. – Київ : Кондор, 2007. – 94 с.

БІБЛІОТЕКИ УКРАЇНИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ: НА ПРИКЛАДІ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ ДЛЯ ЮНАЦТВА ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

О. О. Возняк, студентка напряму підготовк «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД 6-51(з)

О. А. Двірня, науковий керівник, к. ф.-м. н., асистент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасна бібліотека створює сайти та вебсторінки для кращого задоволення потреб теперішніх і залучення нових читачів. Доступ до інформації, пошук у каталогах, перегляд електронних ресурсів дозволяє читачеві ознайомлюватися з даними, які його цікавлять, економлячи час, що відіграє важливу роль у сучасному світі.

Полтавської обласної бібліотеки для юнацтва імені Олеса Гончара представлена в мережі Інтернет власним вебсайтом [1]. Для оцінки сайту використовують різного роду критерії [2], наприклад: видимість сайту пошуковими системами, зручність у користуванні, дизайн сайту, його функціональність. Зробимо огляд сайту Полтавської обласної бібліотеки для юнацтва імені Олеса Гончара згідно названих критеріїв.

При введенні запиту «Полтавська бібліотека для юнацтва» у пошуковій системі Google першим рядком з'являється посилання на сайт бібліотеки, потім посилання на сторінку бібліотеки в соцмережі Facebook, далі йде пошук на інші ресурси, де вона згадується. Це свідчить про достатній рівень налаштування SEO-інструментів на сайті бібліотеки. Легкість пошуку та проста адреса сайту дозволяє користувачам не витрачати час на пошук, а швидко знаходити цей ресурс.

Зручність користування сайтом перш за все визначається його навігацією. Сайт виконаний таким чином, що є кілька

варіантів переходів до шуканих сторінок. Перший – через горизонтальне меню вгорі сторінки, а другий – через вертикальне меню, що розташоване зліва. Деякі пункти меню мають підпункти, які відкриваються при натисканні на основний пункт. Горизонтальне і вертикальне меню не є тотожними. Горизонтальне меню має переходи на більш загальну інформацію, а бокове меню є більш деталізованим і розкриває напрямки роботи бібліотеки [1].

Для кращого розуміння структури сайту є можливість ознайомитись із його картою. Цей розділ дозволяє користувачу легко зорієнтуватися у матеріалі, який є на сайті, побачити усі підпункти меню не відкриваючи усі посилання, одержати загальне уявлення про структуру Інтернет-ресурсу бібліотеки.

Крім цього на бокових банерах містяться зображення-посилання на різні ресурси бібліотеки, наприклад, на блоги бібліотеки «Світ бібліографа», «Яскравий світ – бібліотека». Зліва під боковим меню містяться такі посилання: на головну сторінку Департаменту культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації; на платформу проекту «Дія. Цифрова освіта» та інші [1].

Отже, можна сказати, що навігація сайту досить зручна, виконується правилом «трьох кліків», згідно якого користувач має одержати доступ до шуканої інформації на сайті не більше ніж за три переходи за гіперпосиланнями.

Єдиний недолік, який було помічено, це досить неявний перехід на головну сторінку, яка по суті є сторінкою «Новини». Це посилання «Home», яке має інший розмір і шрифт, не на всіх сторінках сайту є активним, хоча це не є настільки суттєвим.

При оцінці дизайну сайту виявлено, що він: за кольоровою гамою – кольоровий, світлий; за кількістю графіки – художній; за характером розміщення матеріалів – трьохколонкова структура; за тематичністю – класичний. Сайт має спокійний, дружній інтерфейс, виконаний у комфортній кольоровій гаммі, що дозволяє спокійно працювати. Основні елементи достатньо виділяються, тому їх легко знайти. Навігаційні панелі розташовані у класичних місцях, отже, користувач може легко орієнтуватися на сайті. Розмір шрифту зручний для читання.

Сайт бібліотеки має потужні функціональні можливості, знайомить з усіма ресурсами бібліотеки, має електронний каталог, сторінку електронних звернень, віртуальні виставки та багато іншого.

Зауважимо, що сайт бібліотеки заслуговує високої оцінки за переліченими вище параметрами. Його можна вважати взірцем при створенні бібліотечних сайтів. Він має зручно організовану структуру, зрозумілу та логічну систему навігації, комфортну кольорову гаму, виконаний у класичному стилі, легко знаходиться пошуковими системами, матеріал подано у лаконічній формі з достатньою, але не надмірною кількістю ілюстрацій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Полтавська обласна бібліотека для юнацтва ім. Олеся Гончара [Електронний ресурс]: офіц. сайт – Режим доступу: <http://libgonchar.org/> (дата звернення: 18.11.2019 р.) – Назва з екрана.
2. Оцінка сайту [Електронний ресурс]: веб-студія «Махаон». – Режим доступу: <https://www.mahaon.kiev.ua/uk/otsinka-sajtu.html> (дата звернення: 18.11.2019 р.) – Назва з екрана.

ВІРТУАЛЬНІ ВИСТАВКИ ЯК СУЧАСНА ДИСТАНТНА БІБЛІОТЕЧНА ПОСЛУГА

А. Р. Галицька, студентка напряму підготовки «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД 6-51(з)

О. А. Двірна, науковий керівник, к. ф.-м. н., асистент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Значення книжкових виставок для бібліотеки безпосередньо пов'язане з їх широкою функціональністю. Книжкові виставки є потужним інструментом поширення інформації і реклами про діяльність бібліотек та сприяють вирішенню багатьох важливих проблем. Цілі проведення виставок подані на рис. 1.

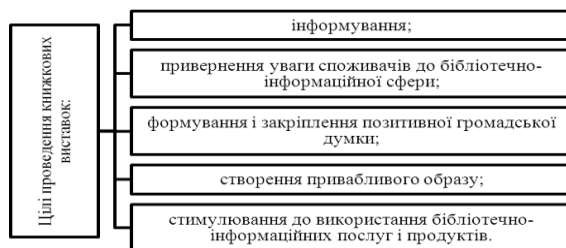


Рисунок 1 – Цілі виставкової діяльності бібліотек, складено за [1]

Бібліотеки у віртуальному інформаційному середовищі постійно пристосовують свої традиційні послуги до реалій сьогодення. Сучасною формою виставкової діяльності є віртуальні виставки, які належать до дистантних бібліотечних послуг. Під цим поняттям різні фахівці розуміють і презентацію книг в електронному форматі Power Point, і електронну виставку повністю оцифрованих видань, і повні цифрові авторські колекції творів. Але найчастіше використовується термін «віртуальна книжкова виставка», коли говорять про виставку, розміщену на сайті бібліотеки [1].

Її безумовна перевага – умовна не обмеженість у часі та просторі, що реалізується шляхом використання Інтернет-ресурсів. У межах віртуальної виставки бібліотека має можливість розмістити текстову інформацію, графічне, аудіо- або відеозображення експонатів, що розкривають зміст виставки. Використання нових технологій дозволяє досягти не тільки високої якості зображення, але й своєрідного «ефекту присутності» [2].

Віртуальна виставка не дає можливості користувачеві фізично використовувати книгу, тому обмежує його можливість в отриманні змістовної інформації. У той же час віртуальна виставка дозволяє користувачеві у зручний для себе час знайомитися з представленими на виставках документами та висловлювати свою думку про них, а бібліотекареві спрямувати увагу читача на додаткові інформаційні джерела, наявні в мережі, або запропонувати скористатися іншими сервісними послугами бібліотеки.

Використання у бібліотечній практиці віртуальних виставок дозволяє розв'язати ряд проблем, зокрема: забезпечення збереженості документів; оперативність організації виставки та можливість постійного її поповнення новими документами; представлення документів у потрібній кількості назв; необмеженість терміну експонування документів; можливість перегляду змісту окремих документів, зокрема збірників наукових праць, та ілюстрацій; розкриття змісту представленого видання за допомогою анотації; представлення документів, які відсутні у фондах даної бібліотеки, але мають певне значення для розкриття заданої теми; можливість дистанційного перегляду виставки без відвідування бібліотеки у будь-який час (24 години на добу, 7 днів на тиждень) [1].

Відвідувачі віртуальної виставки можуть отримати інформацію за темою, що їх цікавить, без поспіху, географічних або часових обмежень і витрат, супутніх традиційним виставкам, наочно ознайомитися з інформаційним ресурсом та одержати іншу додаткову інформацію. Це сприятиме зверненню користувачів до ресурсів бібліотеки, більш активному її відвідуванню. Отже, організація віртуальних виставок має стати обов'язковим напрямком роботи сучасної бібліотеки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Книжкова виставка: сучасні тенденції [Електронний ресурс] // Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека – Режим доступу: <https://zounb.zp.ua/node/620> (дата звернення: 10.03.2020). – Назва з екрана.
2. Кудря Л. Віртуальна книжкова виставка – нова форма популяризації документів / Кудря Л. // Бібліотечна планета. – 2009. – № 1. – С. 37–39.

АВТОМАТИЗАЦІЯ ДІЛОВОДСТВА ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ ЯПОНСЬКОЇ КУХНІ «БОНСАЙ»

К. О. Глушкова, студентки спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД б інт-31(з)

О. А. Двірна, науковий керівник, к. ф.-м. н., асистент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Нові підходи до організації документаційних процесів підприємства є інноваційними рішеннями, що мають бути втілені у життя для оптимізації роботи суб'єктів господарювання різного спрямування. Одним із таких рішень є автоматизація діловодства у закладах ресторанного бізнесу, а отже, дослідження цього процесу є важливим та актуальним завданням.

Ефективність керування підприємством, установою певною мірою залежить від того, наскільки розумно в ньому організований документообіг. У ресторанному господарстві використовують такі види документації: нормативно-технічні, проектні, технічні, технологічні, організаційно-розпорядчі та ін. При

складанні і оформленні документів необхідно виконувати правила і вимоги, що приведені в Єдиній державній системі діловодства і відповідних стандартах. Правила, нормативи, рекомендації, що визначають постановку діловодства в ресторанному господарстві визначаються затвердженими інструкціями по діловодству. Рациональна організація діловодства дає змогу забезпечити ефективний обмін інформацією на підприємстві і прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Шляхом до такої раціоналізації є використання автоматизованих систем управління рестораном. Автоматизація діяльності закладів ресторанного господарства (ЗРГ) відбувається зазвичай за допомогою формування комп'ютерної системи управління, яка обслуговує ресторанний цикл у двох зонах: обслуговування й управління. Взаємозв'язок цих двох зон, пристроїв та програмного забезпечення дає змогу сформувати єдину базу даних підприємства, яка акумулює всю оперативну інформацію щодо діяльності ЗРГ.

Важливість та ефективність використання АСУ пояснюється, насамперед, можливістю формування єдиної бази даних, інформація в якій постійно систематизується та оновлюється, й на основі якої керівник може приймати економічно обґрунтовані управлінські рішення. Основними структурними елементами єдиної бази даних є POS-термінали, призначені для автоматизації роботи операторів, касирів, барменів, офіціантів, що прискорює процес обслуговування клієнтів, і POS-принтери, які встановлюються на кухні для друку замовлень, робочому місці бармена, офіціанта для друку чеків і рахунків.

Розглянемо як це працює на прикладі ресторану японської кухні «Бонсай». Для автоматизації у ресторані почала використовуватись програма «SkyService», яка має просту та зручну організацію. Інтерфейс «SKYservice-POS» інтуїтивно зрозумілий та не потребує додаткового навчання чи періоду впровадження та адаптації. Мінімум кнопок, зайвих сторінок чи дій гарантує мінімум кліків та максимальну швидкість роботи. Інтерфейс повністю оптимізовано для використання на будь-яких пристроях.

Також є можливість статистичної та аналітичної обробки 24/7 з мобільного пристрою з будь-якої точки світу. Керівник може бачити реальні цифри продажів, розділені по точках, менеджерам, офіціантам, продавцям тощо, або так з поділом за

звітними періодами. Розумна аналітика дозволяє отримати: розрахунок заробітної плати співробітників, спланувати закупку на день, тиждень, місяць, спланувати розвиток бізнесу на наступний день, тиждень, місяць, звіт по виручці, прибутку, розрахунок окупності та багато іншого.

«SKYservice» дає можливість працювати навіть коли поганий чи слабкий Інтернет. При збоях у роботі роутера «SKYservice-POS» залишається повністю в робочому стані без втрати будь-яких обов'язкових функцій, а при появі Інтернету миттєво завантажує дані в загальну базу.

Модуль доставки має такі переваги: база клієнтів з прив'язкою до адреси або номеру телефону; розподіл замовлень по кур'єрах або філіях; робоче місце збирача замовлень; додаток для кур'єрів (відстеження кур'єра на карті, статус виконання замовлення та інформування про нове замовлення).

Шляхом використання автоматизованої системи ресторан «Бонсай» значно оптимізував свою роботу як з документами, так і в інших аспектах. Це є свідченням того, що автоматизація в ресторанній індустрії є перспективним напрямком.

Список використаних інформаційних джерел

1. Присакар І. Управління закладами ресторанного господарства: автоматизація бізнес-процесів / І. Пискар // Вісник КНТЕУ. – 2015. – № 3. – С. 60–78.
2. SkyService [Електронний ресурс] : сайт компанії. – Режим доступу: <https://skyservice.pro/ru/about/> (дата звернення 28.02.2020 р.). – Назва з екрана.

АВТОМАТИЗОВАНІ ДОКУМЕНТАЛЬНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ

К. А. Гоцева, студентка спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД 6-21

Н. Г. Денисенко, науковий керівник, ст. викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сьогодні людство у різних галузях діяльності все більше надає перевагу використанню сучасних інформаційних технологій,

що дозволяють автоматизувати рутинні процеси у діяльності, вивільняючи час для творчості. Популярності набувають автоматизовані інформаційні системи, що розробляються для потреб підприємств різної спрямованості.

Автоматизована інформаційна система (АІС) є складним комплексом і включає в себе сукупність різних програмно-апаратних платформ, універсальних і спеціалізованих додатків різних розробників, інтегрованих в єдину інформаційно-однорідну систему, яка допомагає вирішувати завдання кожної конкретної організації. АІС – це людино-машинні системи, які надають інструменти підтримки інтелектуальної діяльності, які під впливом менеджера повинні дозволяти накопичувати певний досвід і формалізовані знання в організації, постійно удосконалюватися і розвиватися, мати здатність швидко адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища і новим потребам організації. Така система призначена для автоматизованого збирання, реєстрації, збереження, пошуку, оброблення та видачі інформації за запитами користувачів [1].

За типом збережених даних ІС поділяють на фактографічні та документальні. Фактографічні системи призначені для зберігання та обробки структурованих даних у вигляді чисел і текстів. Над такими даними можна виконувати різні операції. У документальних системах інформація представлена у вигляді документів, що складаються з найменувань, описів, рефератів і текстів. Пошук по неструктурованим даними здійснюється з використанням семантичних ознак. Відібрані документи надаються користувачеві, а обробка даних в таких системах практично не проводиться.

Документальні системи мають об'єктом пошуку документ (його бібліографічний опис, анотацію, реферат, повний текст), і маючи багато спільного з фактографічними системами, тобто такими, в яких здійснюється пошук різноманітних числових характеристик, фактів, даних, мають ряд суттєвих відмінностей і специфічних вимог, які стосуються стандартизації представленої в них інформації і вимог до програмних засобів [1].

Документальні ІС включають інформаційно-пошукові системи, інформаційно-логічні та інформаційно-семантичні системи. Документально-фактографічні ІС містять: автоматизовані документально-фактографічні інформаційно-пошукові системи науково-технічної інформації і автоматизовані документально-

фактографічні інформаційно-пошукові системи в автоматизованій системі нормативно-методичного забезпечення управління.

Використання АІС може здійснюватися одним із двох способів, суть яких полягає в такому [2]:

1. Автономне функціонування системи, при якому АІС не входить до складу інших систем і використовується самостійно. Прикладом можуть служити такі АІС, як документальні (бібліотечні) інформаційно-пошукові системи, а також системи резервування авіа- і залізничних квитків.

2. Використання АІС у якості складової частини іншої автоматизованої системи. У цьому випадку вихідні дані можуть застосовуватися не тільки кінцевими користувачами, але й іншими компонентами цієї автоматизованої системи з метою подальшої обробки і застосування у виробничому процесі.

Отже, документальні автоматизовані системи є невід'ємною складовою сучасного суспільства. Їх використання дозволяє автоматизувати та пришвидшити типові операції.

Список використаних інформаційних джерел

1. Класифікація інформаційних систем та інформаційних технологій. [Електронний ресурс] // Інформаційні технології в менеджменті. – Режим доступу: https://stud.com.ua/21185/informatika/klasifikatsiya_informatsiynih_sistem_informatsiynih_tehnologiy. (дата звернення 30.02.2020 р.). – Назва з екрана.
2. Документальні та фактографічні інформаційні системи [Електронний ресурс] // Учбові Матеріали для студентів і школярів України. – Режим доступу: <http://um.co.ua/6-10/6-106777.html> (дата звернення 30.02.2020 р.). – Назва з екрана.

СОСТАВ И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕТНОЙ ИНФОРМАЦИИ О ТОВАРАХ В ЦЕЛЯХ УПРАВЛЕНИЯ

А. Н. Дивакова, студентка специальности Бухгалтерский учет, анализ и аудит, группа Б-41

Е. Г. Толкачёва, научный руководитель, к. э. н., доцент
Высшее учебное заведение «Белорусский торгово экономический университет потребительской кооперации»

Главной задачей управленческого учета любого предприятия является формирование и использование его данных для принятия менеджментом управленческих решений, позволяющих организации достичь оптимальных для данной хозяйственной

ситуации результатов деятельности. С этой целью формируется управленческая отчетность, предназначенная для внутренних пользователей в соответствии с требованиями к ней, предъявляемыми организацией (включая состав и содержание ее форм) [1].

Однако в настоящее время нет никакой нормативной базы, регулирующей деятельность по составлению форм управленческой отчетности внутри организации, поэтому мы предлагаем следующую классификацию внутренней отчетности в разрезе ее целевой направленности для торговых организаций:

- по срокам формирования: за сутки (смену), неделю, декаду, месяц, квартал, год;
- по целевым показателям, отражаемым в отчете: по уровню запасов, по покупательной способности, по предпочтениям покупателей, по изменению цен посредством регулирования торговой наценки.
- по качеству организации торговой деятельности: в разрезе информация о сроках и причинах срывов поставок, по причинам расхождения запланированных показателей с фактическими, по степени удовлетворения спроса покупателей по отдельным позициям;
- по субъектам, использующим отчеты: для руководства организации, для руководства структурных подразделений, для уполномоченных руководителем пользователей.

Отчеты, сформированные по данным признакам, позволяют отразить как учетную (уровень запасов, торговую надбавку), так и внеучетную информацию (покупательская способность, оценка полноты ассортимента по данным опроса продавцов и покупателей, эффективность рекламных акций).

На наш взгляд применяя предложенную классификацию отчетности торговым организациям для принятия управленческих решений следует использовать следующие формы внутренних отчетов: о состоянии дебиторской задолженности в разрезе заказов и сроков оплаты; о ценах в разрезе ассортимента, где отражается изменение цен поставки и запланированной цены, а также их причины; товарный отчет по отдельному наименованию товара в разрезе ассортимента, где выделен размер используемых наценок и скидок; о поступивших и реализованных товарах организации по товарным группам; о

продажах с определением отклонений по показателям количества, торговой надбавки и выручки в разрезе наименований; о покупательской способности за определенный период; о прибыльности отдельных наименований в разрезе структурных подразделений; об эффективности продаж на основании предпочтений покупателей; о неудовлетворенном спросе по данным опроса работников и покупателей; об эффективности рекламных акций; о влиянии средних товарных запасов и выручки от реализации товаров на изменение товарооборачиваемости; о рациональности сформированного товарного ассортимента с определением упущенной выгоды или темпа роста фактически полученной выручки по сравнению с плановым значением.

Сведения, которые представлены в перечисленных внутренних отчетах, можно использовать для проведения:

- сравнительного анализа товарных групп и отдельных партий в разрезе количества проданных единиц, товарооборота, валовой прибыли, что позволяет ранжировать товары по степени востребованности и предпочтениям покупателей;

- контроля доходности и рентабельности в разрезе товарных групп и отдельных наименований с целью определения приоритетных товаров при формировании товарного ассортимента;

- контроля скидок в разрезе товаров по отдельным наименованиям, что позволяет определить снижение доходности по данному наименованию товара и способствует выявлению наименее востребованных товаров;

- контроля поставок товаров по срокам, количеству, качеству и ценам с целью определения наиболее надежных поставщиков [2].

Таким образом, задачи, решаемые в системе управленческого учета, заключаются не только в сборе сведений о товарных запасах, но и в преобразовании их в форму, содержащую понятную и достаточную информацию для принятия решений. Применяя предложенные формы можно не только проконтролировать, но и проанализировать эффективность торговой деятельности.

Список использованных информационных источников

1. Васильчук О. И. Использование данных управленческого учета при принятии управленческих решений / Ольга Ивановна Васильчук // КНЖ. – 2013. – № 2. – С. 8–10.

2. Вахрушева О. Б. Бухгалтерский управленческий учет : учеб. пособие для вузов / О. Б. Вахрушева. – Москва : Дашков и К, 2012. – 252 с.

ІНТЕРНЕТ-СЕРВІСИ СТВОРЕННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ВИСТАВОК

Т. В. Козоріз, студентка спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД 6-21

О. А. Двірна, науковий керівник, к. ф.-м. н., асистент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Розвиток веб-середовища надає бібліотекам можливість працювати з читачами у новому форматі, популяризувати власний фонд перед великою кількістю потенційних користувачів, надавати послуги в режимі онлайн. Однією з найпоширеніших форм презентації бібліотечного фонду в Інтернет-просторі є віртуальна виставка.

Віртуальна виставка – публічна демонстрація в мережі Інтернет за допомогою засобів веб-технологій віртуальних образів спеціально підібраних і систематизованих творів друку та інших носіїв інформації, а також загальнодоступних електронних ресурсів, рекомендованих дистантним користувачам бібліотеки для огляду, ознайомлення та використання [2].

Віртуальна виставка має істотні переваги перед традиційною: можливість ознайомлення з матеріалами виставки без відвідування приміщення бібліотеки, необмежений час функціонування, можливість презентувати видання, не знімаючи їх з полиці, доступність користувачеві у будь-який час доби, можливість демонструвати документи, що видані додому читачеві, перегляд великою кількістю користувачів без загрози для збереження експонатів, можливість додавати звук, відео, посилення на інші інтернет-ресурси. Але є і недоліки: для користувача – неможливість зняти книгу з виставки та більш докладно ознайомитись з нею, для бібліотекаря – додаткові затрати робочого часу, пов'язані з працею в комп'ютерних програмах та сервісах, якщо вони використовуються при створенні виставки та з оволодінням навичками такої праці.

Нині розрізняють багато моделей віртуальних виставок: залежно від їх змісту, видань, що презентовані, наявності аудіовізуальних матеріалів тощо. Зокрема, залежно від форми надання інформації існує багато форматів віртуальної виставки. Для розроблення виставки у певному форматі використовують спеціальні програми або онлайн-сервіси [3].

Для організації віртуальних виставок використовують різні сервіси, серед яких Google Презентації, Prezi, Calameo, PhotoPeach, SlideShare, Slidely. У сервісах переважає англійський інтерфейс, проте засоби створення виставок інтуїтивно зрозумілі. Важливе значення також мають умови використання сервісів. Більшість із них безплатні, але, приміром, Prezi надає вільний доступ лише на 30 днів. Наприклад, сервіс PhotoPeach дає змогу представляти віртуальну виставку у двох варіантах: фотокарусель і слайд-шоу; створювати вікторини, тести та залишати коментарі; ділитися виставкою в соціальних мережах (Facebook, Twitter); розміщення на сайті – за допомогою коду [1].

У SlideShare є можливість створювати віртуальну виставку-подорож; розміщення віртуальної виставки на сайт бібліотеки – через лінк або код; має інтеграцію з популярними соціальними мережами; розпізнає текст кирилицею, не змінюючи його; легкий пошук інформації за потрібною тематикою; оскільки сервіс індексується системою пошуку Google, то будь-який відвідувач має змогу знаходити презентації-виставки за допомогою ключових слів (tag); максимальний розмір запропонованого дискового простору – 1 Гб. Серед недоліків сервісу: не імпортує ефектів, не дає змоги редагувати імпортовану презентацію; використання зображень з анімацією призводить до часткового приховування контенту віртуальної виставки [1].

Отже, у наш час бурхливого розвитку технологій існують можливості для будь-якого закладу проводити віртуальні виставки. Вибір інтернет-сервісу залежить від вимог до оформлення та подання. Проте технології мають тенденції до постійного розвитку, тому потрібно постійно вдосконалювати навички їх створення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Білушак Т. Віртуальні виставки: нові можливості у соціально-комунікаційних інституціях / Т. Білушак, В. Акиджи // Матеріали

VII Міжнародної наукової конференції «Інформація, комунікація, суспільство» (ICS-2018). – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2018. – С. 81–82.

2. Кудря Л. М. Віртуальна виставка [Електронний ресурс] / Л. М. Кудря // Українська бібліотечна енциклопедія. – Режим доступу: <http://ube.nlu.org.ua/article/%D0%92%D1%96%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%20%D0%B2%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%BA%D0%B0>. (дата звернення 03.03.2020 р.). – Назва з екрана.
3. Папето І. О. Віртуальні виставки, як механізм популяризації активної читачької діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/olgashuman9/ss-84146010> (дата звернення 03.03.2020 р.). – Назва з екрана.

БАЗИ ДАНИХ У ПРОЄКТУВАННІ І РЕАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Т. В. Козоріз, студентка спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД 6-21

Ю. О. Литвиненко, науковий керівник, асистент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Створення інформаційної системи є складним процесом, в якому бере участь цілий колектив розробників, в основі якого лежить розробка бази даних [2].

При розгляді бази даних як одного з ключових елементів інформаційної системи важливим є виділення місця розробки баз даних у процесі проєктування і реалізації інформаційних систем. Як правило, процес розробки інформаційної системи представляється чотирма ключовими етапами, які регламентують жорстку послідовність створення інформаційної системи. Говорячи про процес розробки інформаційної системи, розробники постійно піднімають питання про структури даних, які необхідно завантажити до інформаційної системи, і відомостях, які повинні зберігатися та оброблятися [1].

Коли виникає завдання розробки інформаційної системи, питання зберігання даних є одним з ключових, особливо з огляду на той факт, що будь-яка діяльність людини в організації пов'я-

зана з обробкою даних в документах, друкованому, голосовому і візуальному представленні. Це змушує розробників приділяти розробці структур даних і баз даних серйозну увагу на всіх етапах розробки інформаційної системи. Таким чином, на етапі аналізу розробник-аналітик, досліджуючи процеси, що проходять в даній діяльності, приділяє увагу документам, які формуються і обробляються учасниками процесів. При цьому недостатньо тільки виділити ці документи, потрібно розглянути їх структурний склад, що дозволить в подальшому правильно організувати структури даних, що подаються в базі даних, а також визначитися з об'єктами діяльності, відомості про яких повинні зберігатися в базі даних і оброблятися в інформаційній системі.

При аналізі предметної області з метою подальшого проектування і реалізації автоматизованої інформаційної системи з застосуванням бази даних аналітиками розглядаються дві ключові складові: документи й об'єкти, відомості про яких повинні зберігатися в базі даних. Документарний аналіз предметної області є етапом, де виділяються атрибути об'єктів предметної області. Але даний аналіз не дозволяє виділити відомості, які повинні зберігатися в базі даних і не представлені в документах. Зазвичай таке відбувається при розгляді окремих операцій предметної області, в яких немає формалізованих документів або об'єктом зберігання відомостей є якась дія або стан агрегованого об'єкта [1].

Проведений аналіз предметної області дає підставу проектувальнику визначитися зі структурами майбутньої бази даних, які представляються моделями бази даних на логічному і фізичному рівнях. У цьому процесі фахівець з проектування баз даних не тільки переносить отримані на етапі аналізу структури дані в моделі, а й проводить оптимізацію (нормалізацію) отриманої моделі з подальшою перевіркою (верифікацією) на відповідність предметної області і завданням, для якої створюється інформаційна система взагалі і база даних зокрема [1, 2].

При розробці сучасної інформаційної системи питання проектування зберігання і обробки даних стає найважливішим і, з огляду на автоматизацію бізнес-процесів, база даних розглядається її невід'ємною частиною. Багато інформаційні системи працюють на основі документообігу та структурний розгляд документів, їх подання до додатку, зберігання на носії інфор-

мації вимагають використання бази даних, а значить, і її проектування з розробкою.

Отже, питання розробки баз даних залишається актуальним з огляду на те, що вони є невід'ємним елементом інформаційних систем.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бази даних в проектуванні і реалізації інформаційних систем. [Електронний ресурс] // Бази даних: проектування. – Режим доступу: https://stud.com.ua/77194/informatika/bazi_danih_proektuvanni_realizatsiyi_informatsiynih_sistem (дата звернення 03.03.2020 р.). – Назва з екрана.
2. Проектування і створення бази даних. [Електронний ресурс] // Економічна інформатика. – Режим доступу: https://stud.com.ua/154709/informatika/proektuvannya_stvorenniya_bazi_danih (дата звернення 03.03.2020 р.). – Назва з екрана.

ВЕБСАЙТИ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

С. В. Король, студентка спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, група ДІД-31і (заочна форма навчання)

Т. В. Оніпко, науковий керівник, д. і. н., професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Районна державна адміністрація (РДА) є місцевим органом державної виконавчої влади, яка у межах своїх повноважень здійснює виконавчу владу на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці країни (район), а також реалізує повноваження, делеговані їй відповідною радою [3].

Наявність інтернет-ресурсу є досить корисним інструментом діяльності органів виконавчої влади, адже за його допомогою у доволі дешевий спосіб забезпечується оприлюднення інформації про діяльність органу, він є своєрідним електронним архівом, до якого можуть мати доступ усі користувачі. Також інтернет-ресурс дає можливість скласти уявлення про місто чи область як для туристів, так і для інвесторів, які можуть створити додаткові робочі місця і допомогти економічному розвитку регіону.

Діяльність вебсайтів районних державних адміністрацій в Україні регулюється низкою нормативно-правових актів, серед яких головними є «Порядок оприлюднення» та «Порядок функціонування веб-сайтів органів виконавчої влади», Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг», Закон України «Про державну службу» та Закон України «Про місцеві державні адміністрації» тощо.

Чинне законодавство дає можливість надавати інформаційні послуги як з використанням електронної інформаційної системи «Електронний Уряд», так і через особистий вебсайт органу виконавчої влади у відповідності із головним документом у цій сфері – «Порядком надання інформаційних та інших послуг із застосуванням електронної інформаційної системи «Електронний Уряд» [2].

Особливістю вебсайту районної державної адміністрації (РДА) є можливість служити методом виконання завдань відповідних органів. Крім основної функції розміщувати на веб-сайті інформацію виокремлену підпунктом 2 пункту 8 «Порядку оприлюднення в мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади», РДА зобов'язані таким чином розміщувати на вебсайтах спеціальну інформацію, споріднену із назрілими запитаннями людського життя та діяльності, які мають пріоритетну важливість [1].

У такому разі розміщення на вебсайті РДА відповідної інформації, будучи формою дотримання своїх зобов'язань, служить гарантією суб'єктивних прав населення.

Формування вебсайтів районних державних адміністрацій (РДА) починається з утворення інформаційної моделі сайту. Формуючи проект сайту, потрібно розмірковувати та чітко сформулювати основну структуру, зміст інформації та посилання на вебсайті. Зовнішній вигляд сайту має бути унікальним, а головна сторінка мати зручне, помітне і зрозуміле меню. Для зручного користування сайтом треба, щоб меню, сторінки і посилання були чітко сформованими та відповідали поставленим завданням.

Можна зазначити такі підходи щодо покращення веб-сайтів:

- потрібно думати як відвідувачі сайту. Тобто коли покращити веб-сайт, уявіть, що ви один із відвідувачів сайту, який

намагається виконати завдання чи знайти відповідь на запитання;

- розміщуйте тільки корисну інформацію;
- переконайтеся, що сторінки завантажуються швидко для всіх користувачів;
- варто стежити, щоб на сайті не було застарілої інформації, адже це може негативно впливати на довіру відвідувачів сайту;
- обов'язково вказуйте на сайті контактну інформацію;
- оптимізуйте веб-сайт для мобільних пристроїв, це збільшить коло відвідувачів сайту [1].

Отже, для того щоб вебсайт органу виконавчої влади був якомога більш функціональним та корисним, необхідно виконувати вимоги чинного законодавства щодо оприлюднення в інтернеті інформації про свою діяльність, а також дотримуватися вимог щодо створення (модернізації) офіційних сайтів (вебпорталів) органів виконавчої влади.

Список використаних інформаційних джерел

1. Поради щодо покращення веб-сайту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://support.google.com>. – Назва з екрана.
2. Порядок надання інформаційних та інших послуг з використанням електронної інформаційної системи «Електронний Уряд»: Затверджено наказом Державного комітету зв'язку та інформатизації України від 15 серпня 2003 р. № 1490 // Офіційний вісник України. – 2003. – № 48. – С. 746.
3. Районна державна адміністрація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> – Назва з екрана.

ІНТЕРНЕТ-САЙТ У ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЮ

А. С. Линник, студентка спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, група ДІДБ-21

Т. В. Оніпко, науковий керівник, д. і. н., професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Нині з огляду на глобальну комп'ютеризацію інформаційного простору важливе значення в діяльності музейних закладів набуває електронне представлення цих установ в мережі Інтер-

нет, зокрема створення ними вебсайтів. Місія інтернет-представництва (сайту) – це підвищення ефективності виконання функцій музею, передбачених установчими документами. Оскільки основні завдання та функції музею викладені у його статуті, то веб-сайт як «відображення» музею у інформаційному просторі, має виконувати ті ж самі функції що й установа в «реальному житті». Музей призначений для вивчення, збереження та використання пам'яток матеріальної і духовної культури, привернення уваги громадян до надбань національної і світової культурної спадщини. Віртуальне представництво музею у мережі Інтернет дозволяє зробити більш ефективним інформаційний обмін зі споживачами такої інформації (клієнтами, відвідувачами).

На сьогодні в мережі Інтернет представлено тисячі музеїв з усього світу. Інтернет-сайт відображає обличчя музею, яке звернене у відкритий інформаційний простір, і це накладає особливу відповідальність на тих, хто його створює і представляє. Змістовно і за якістю виконання сайти музеїв дуже різняться. Наприклад, вебсайт музею може містити: короткий опис (3–4 рядки), який включає назву, адресу і контактні координати музею, а також популярний путівник по музею, виконаний за усіма правилами мультимедійної технології, з хорошим дизайном [1].

Зміст інтернет-сайту музею, як правило, включає: інформацію про роботу музею; історію музею; опис колекції музею; опис експозиції музею; інформацію про виставкову діяльність; інформацію про освітні програми; дані про наукову діяльність; гостьову книгу; дані про комерційну діяльність (у тому числі «Магазин у музеї»).

Більшість музеїв світу нині представлені в мережі Інтернет високо професійними сайтами. Це не лише крупні музеї, такі, як Лувр (Франція), Британський музей, Метрополітен-музей (США), Дрезденська картинна галерея (Німеччина), але й невеликі регіональні музеї. Ідеальним з точки зору розміщення і повноти інформації для відвідувачів можна вважати Інтернет-сайт Британського музею у Лондоні. Один клік – і бажаючі мають можливість отримати усю потрібну для візиту інформацію кількома мовами. Кожний блок інформації візуалізований фрагментом фото або схеми.

Загальною рисою інтернет-сайтів музеїв світу є інформація оперативного характеру, як-от план музею, експонати, дані про діючі виставки, листування із відвідувачами сайту. Разом з тим не на всіх музейних сайтах з огляду на великий обсяг зображень є можливість розмістити електронні зображення усіх експонатів музею. Далеко не всі представлені в мережі інтернет музейні публікації виконані на високому рівні. Зустрічаються сайти музеїв, де є помилки і неточності. Небезпечною є поява музейних сайтів, виконаних непрофесійно. Мають місце і такі звані «сайти-двійники», тобто різні компанії без узгодження з музейними закладами створюють їх інтернет-сайти.

Найбільш «технологічно передові» музеї активно здійснюють на своїх сайтах доступ до баз даних про свої колекції (наприклад, Історичний музей у Берліні (Німеччина); Музей образотворчого мистецтва у Сан-Франциско (США)). На сайтах цих музеїв організовано доступ до баз даних: короткий текстовий опис та зображення практично про всю колекцію музею, режим пошуку предметів з музейної колекції, де у відповідь на запит видається текстовий опис та електронне зображення предмета [2].

Цікавими є інтернет-сайти віртуальних музеїв, яких в реальності не існує, бо вони створені уявою їх авторів. Тим не менше у таких музеїв є віртуальна споруда, в якій існують всі необхідні приміщення (гардероб, буфет, адміністрація, фондосховище, експозиційні зали). Вебсайти віртуальних музеїв дають можливість відвідати віртуальну екскурсію залами музею та переглянути каталоги колекцій.

Отже, одним з сучасних методів музейної діяльності є поширення інформації про музей у мережі Інтернет, використовуючи для цього передусім офіційний вебсайт музею. Це потрібно для залучення нових відвідувачів, поширення інформації та налагодження двостороннього діалогу між музеєм та зацікавленими особами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Червоний Є. Музеї та соціальні мережі: нові можливості та випробування / Є. Червоний // Музейний простір. – 2013. – № 2. – С. 30–33.
2. Шевцов І. П. Створення музейного сайту – необхідна складова сучасної маркетингової системи закладів культури [Електронний ресурс] / І. П. Шевцов. – Режим доступу: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsovconference/2011/article.html?n=52>. – Назва з екрана.

ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК

А. Р. Писаренко, студентка спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД 6 інт-21

Н. Г. Денисенко, науковий керівник, ст. викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Згідно з матеріалами Української бібліотечної енциклопедії, соціокультурна діяльність бібліотек – це цілеспрямована і спеціально організована книгозбірнею як соціальним інститутом система дій і заходів, метою яких є сприяння вдосконаленню інтелектуального, матеріального та естетично-духовного стану суспільства шляхом доведення до свідомості різних соціальних груп громадян, конкретних користувачів наукових знань, емпіричних фактів, естетичних і морально-етичних цінностей, акумульованих в бібліотечних документних збірках на різних носіях, організації різних виставок, творчих зустрічей із письменниками, митцями, політиками та ін. Її можна розглядати як продуманий процес долучення людини до різноманітних культурних надбань людства, компонент соціокультурної системи українського суспільства, один із важливих елементів реалізації державної політики в сфері культури [1].

Термін «соціокультурна діяльність бібліотек» набув поширення на рубежі 20–21 ст. За доби Середньовіччя і Нового часу бібліотеки розглядалися, насамперед, як осередки для акумуляції набутих людством знань, зберігання рукописів та друкованих видань і допомоги в набутті освіти, тому їх соціокультурна діяльність проявлялася мінімально. Починаючи з XX ст., соціокультурна діяльність бібліотек розглядається як важливий чинник реалізації політики в сфері культури, засіб адаптації людей до оточуючого середовища та комунікації, регуляції та трансляції національної і загальнолюдської культури в її різноманітних проявах. Сучасну соціокультурну діяльність можна представити в вигляді формули: культурна діяльність = творча діяльність + комунікаційна діяльність.

Метою соціокультурної діяльності бібліотек є організація раціонального і змістовного дозвілля читачів, задоволення і розвиток їх культурних потреб, створення умов для самореалізації і

самоосвіти кожного індивідуума, розкриття його здібностей, самовдосконалення і аматорської творчості в рамках вільного часу [1].

Загальними функціями соціокультурна діяльність бібліотек є: інформаційно-просвітницька, пізнавальна, культурно-виховна, комунікативно-організаційна, практично-дієва, розважальна, естетична, творча, релаксаційна.

УВ рамках цих домінантних комплексних функцій бібліотека як соціальний інститут реалізовує низку інших, не менш важливих конкретних функцій. Серед них найголовнішою є меморіальна (функція пам'яті), що покладає на книгозбірні завдання зберігати зафіксовані на різних носіях знання, накопичені багатьма людськими цивілізаціями, бути джерелом інтелектуальних ресурсів суспільства, забезпечуючи їх належну організацію і доступ користувачів до знань [1].

Інформаційна функція передбачає надання бібліотеками широкого спектру сучасних послуг, зручного доступу до інформаційних потоків і задоволення запитів користувачів у різних видах інформації. Освітня функція пов'язана із засвоєнням універсальної культури і систематизованих знань, котрі змінюють людину і визначають її світогляд [1].

Функцію соціалізації індивіда спрямовано на забезпечення бібліотечними засобами процесу засвоєння людиною певної системи знань, суспільних норм, культурних цінностей, що дозволяє їй почуватися рівноправним членом суспільства. Комунікативна функція бібліотеки як центру міжособистісного спілкування індивідів сприяє взаємному обміну корисною інформацією [1].

Соціокультурна діяльність бібліотек передбачає поєднання двох підходів – технічного, при якому бібліотека розглядається як «механізм» внутрішнього функціонування систем: комплектування, оброблення, систематизації, каталогізації, видачі і культурно-філософського, де бібліотека являє собою культурне середовище спілкування бібліотекаря і користувача, а також інформаційне середовище, в якому концентруються знання конкретної історичної епохи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Соціокультурна діяльність бібліотек [Електронний ресурс] // Українська бібліотечна енциклопедія. – Режим доступу: <http://ube.nlu.org.ua/article/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1>

%80%D0%BD%D0%B0%20%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B1%D1%96%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA (дата звернення 12.03.2020 р.). – Назва з екрана.

МУЗЕЙНІ ІННОВАЦІЇ ТА ІНТЕРАКТИВНІСТЬ: ДЕФІНІЦІЯ ПОНЯТЬ

***Д. В. Поливода**, студентка спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, група ДІДб-21*

***Т. В. Оніпко**, науковий керівник, д. і. н., професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасній теорії та практиці музейної справи широко вживаються такі терміни, як «музейні інновації» та «інтерактивність». Ці поняття охоплюють широкий контекст і відмінні між собою галузі музейної роботи: використання мультимедійних технологій та аудіовізуальних засобів у експозиції музею; створення віртуальних музеїв та виставок у мережі Інтернет й офіційних інтернет-сторінок музею; оцифрування та стандарти програмного забезпечення для обліку музейних фондів; застосування нестандартних й творчих підходів у науково-освітній діяльності музею, музейному маркетингу.

Щодо дефініції, тобто роз'яснення понять «музейні інновації» та «інтерактивність». У широкому розумінні музейні інновації представляють докорінне переосмислення традиційних музейних практик, місця та ролі музеїв у суспільстві та культурі, що сприяє подальшій еволюції музею як особливого історично-культурного феномену, дозволяє йому належним чином відповісти на виклики сучасності й залишатися актуальним насамперед для відвідувачів. Музей нині сприймають не як сховище музейних предметів і науково-дослідний центр, а перш за все – як інструмент соціальних й культурних перетворень. Такий музей дозволяє своїм відвідувачам не просто отримувати якісь абстрактні знання або естетичні враження, а відчувати причетність до історії та самобутності своєї власної громади.

Таким чином, інноваційний аспект нової музеології полягає у пріоритетності соціальної місії музеїв над їх традиційними функціями (забезпечення належних умов зберігання й експонування колекцій, обслуговування відвідувачів тощо).

Поняття «музейні інновації» у їх вузькому значенні можна звести до використання інтернет-ресурсів, аудіовізуальних, мультимедійних засобів у експозиційній та фондовій роботі музею.

Цифрові технології в експозиційному просторі музею використовуються у двох взаємопов'язаних аспектах: у вигляді технічної апаратури та як експонати й музейні предмети. У першому випадку інноваційний потенціал технічної апаратури слугує для розкриття сценарію експозиції, а цифрове обладнання виконує допоміжну роль (цифрові етикетки, інформаційні кіоски, звукові ефекти та ін.). В іншому випадку цифровому обладнанню або цифровому твору відводиться ключова роль. У даному контексті мультимедіа в музеї стають самостійним об'єктом мистецтва. Спеціально створені аудіо-, відео- і мультимедійні програми, технічні можливості яких дозволяють відчувати себе в «іншій» реальності, набувають ваги перед відвідувачами поруч із традиційними музейними експонатами. Інновації в науково-фондовій музейній роботі – це оцифрування музейних предметів та створення відповідного програмного забезпечення (стандартів) для обліку музейних фондів.

Інтерактивність – це взаємодія, процес комунікації. Інтерактивність виступає в якості базового принципу музейно-педагогічної діяльності й акцентує увагу на необхідності створення ефективного дидактичного середовища у музеї. Протиположним до цього є традиційні методи, які представляють в основному одноманітні екскурсії, характерною особливістю яких є відсутність зворотного зв'язку між музейними працівниками й відвідувачами, які виступають у ролі пасивних слухачів. Інтерактивність науково-освітньої роботи музею проявляється у диференційованому підході до різних категорій відвідувачів, впровадження в традиційну екскурсію ігрових та театралізованих елементів, можливості для відвідувачів дотику до експонатів.

Точкою перетину «музейних інновацій» та «інтерактивності» є музейний маркетинг, де органічно взаємодіють, з одного боку інноваційні методики (паблік рілейшнз – ПР, пабліситі – техніка успішного формування іміджу, партнерські відносини (друзі музею) та ін.), а з іншого – інтерактивні (створення в музеї рекреаційних зон, зон творчості, ігрового простору, музейного магазину, арт-кафе тощо).

Таким чином, інноваційні та інтерактивні аспекти музейного маркетингу в комплексі та взаємодії дозволяють залучити до музею нових відвідувачів, фінансові ресурси та зробити музейний товар конкурентоздатним на ринку культурних послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Банах В. М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи / В. М. Банах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2018/jan/7721/3.pdf>. – Назва з екрана.
2. Караманов А. В. Организация интерактивной музейной среды: от методов к моделям [Електронний ресурс] / А. В. Караманов. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-interaktivnoy-muzeynoy-sredy-ot-metodov-k-modelyam/viewer>. – Назва з екрана.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКУМЕНТІВ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Т. Є. Стечак, студентка спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД 6-21

Л. М. Колєчкіна, науковий керівник, д. ф.-м. н., професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах;

Ю. О. Литвиненко, науковий консультант, асистент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Автоматизація ділових процесів є обов'язковою умовою раціональної організації діловодства, засобом підвищення ефективності та здешевлення управлінської діяльності. Можна помітити, що автоматизація використовується на всіх етапах ділового процесу: підготовка документів, їх копіювання, оперативне зберігання і транспортування, контроль за виконанням тощо, університети не є виключенням.

Тому, використання інформаційної системи та повна автоматизація діловодства в навчальних закладах є досить актуальним питанням. Інформаційна система (ІС) – це система, яка надає інформацію зацікавленим у ній особам та включає до себе інформаційну мережу, людські, фінансові, технічні ресурси [2].

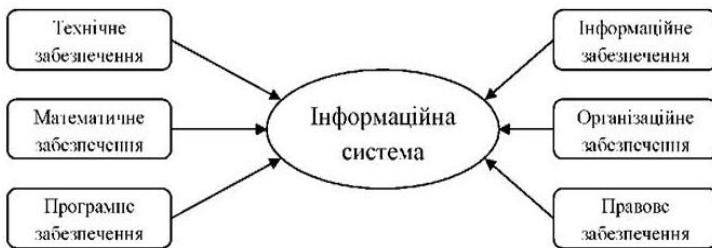


Рисунок 1 – Структура інформаційної системи [3]

Якість інформаційної системи визначається достовірністю та цілісністю даних, а також безпекою (захист даних від несанкціонованого доступу). Такі системи застосовують як невеликі компанії, так і великі організації та підприємства. Для організації комп'ютерної інфраструктури слід визначити роль, яку вона буде грати у загальній інформаційній системі вищого навчального закладу.

Електронний документ у вищому навчальному закладі може бути створений, переданий, збережений і переведений електронними засобами у візуальну форму (тобто його можна вивести на екрані комп'ютера в звичному вигляді, а також роздрукувати) [1].

Важливою ланкою базової автоматизованої системи документообігу вищого навчального закладу є система колективного (за участю всіх підрозділів установи) та індивідуального (на рівні проректора та ін.) діловодства, призначеного для впорядкування, підготовки і затвердження документів [3]. Вони забезпечують:

- підготовку документів на основі стандартних, якщо такі є, або затверджених на рівні керівництва установи бланків;
- протоколювання (документування) інформації роботи підрозділу шляхом запису в базу даних усіх протокольно створених версій документів;
- облік використання бланків і унікальну ідентифікацію створюваних і друкованих документів установи;
- механізм гарантованої ідентичної відповідності між паперовим документом, який підписаний керівником і його оцифрованою (електронною) копією, яка відправляється в базу даних установи.

Тому є важливим для вдосконалення використання електронних документів у вищих навчальних закладах забезпечити автоматизоване виконання всіх вище зазначених пунктів.

Застосування електронних документів стало буденною справою, хоча ще зовсім недавно робоче місце, обладнане комп'ютером, було великою рідкістю. Інформаційні технології відкрили нові можливості для роботи, дозволили багато в чому полегшити працю людини.

Список використаних інформаційних джерел

1. Білова Т. Г. Інформаційна технологія управління процесами документообігу / Т. Г. Білова // Новітні інформаційні технології в освіті: матеріали міжвузівської наук. конф. – Харків : ХДАК, 2008. – С. 52–55.
2. Швецова-Водка Г. М. Документознавство : навч. посіб. / Г. М. Швецова-Водка. – Київ : Знання, 2007. – 398 с.
3. Сельченкова Г. М. Автоматизовані системи управління документами / Г. М. Сельченкова // На що звернути увагу при виборі? // Довідник секретаря та офіс-менеджера. – 2008. – № 8. – С. 26–31.

ТЕХНОЛОГІЧНІ РІШЕННЯ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ДОКУМЕНТООБІГУ СУЧАСНИХ УСТАНОВ

А. В. Шкураток, студентка спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, група ДІД 21-ї;

Т. Є. Стечак, студентка спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, група ДІД 21-ї

Т. М. Білоусько, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В умовах сьогодення досить актуальними є вивчення і розробка засобів до вирішення питань підготовки та прийняття управлінських рішень за допомогою сучасних технологій. На разі, досить популярною є дистанційна форма роботи у будь-якій сфері діяльності.

eIDoc – система електронного документообігу – це високо-технологічне рішення рівня Enterprise, що розроблене на сучасних web 2.0 технологіях для автоматизації процесів обміну документами та організації електронного документообігу, яка є системою нового покоління для комплексної автоматизації

процесів обміну документами. Дана система дозволяє ефективно працювати у режимі доступу 24/7 з будь-яких пристроїв, котра має простий та зрозумілий інтерфейс [1]

Система eIDoc – це більше ніж електронний документообіг: спільна робота над документами, підтримка ЕЦП, дизайнери процесів, конструктори форм, електронний архів, моніторинг, аналітика, CRM та багато іншого. Вбудовані конструктори процесів та форм документів дозволяють створювати нові форми документів та маршрути процесів не залучаючи розробників. Конструктор процесів дозволяє встановлювати та змінювати логіку процесу як на рівні адміністратора системи, так і рівні ініціатора документу, а форми документів легко кастомізуються під вимоги організації. Має все необхідне для ефективної роботи з документами: погодження, підтримка ЕЦП, делегування повноважень, призначення задач, накладання резолюцій, встановлення зв'язків між документами, сумісне онлайн редагування документів та багато іншого [1].

Ця система дозволяє здійснювати контроль дій on-line. Система eIDoc дозволяє оперативно, в режимі реального часу, відстежувати статус документу, здійснювати контроль виконання доручень та будувати звітність. Система eIDoc підтримує функціонал автоматичних нагадувань про події в системі шляхом надсилання e-mail-повідомлень. Навіть якщо користувач випустив з уваги щось важливе, дана система сповістить користувачів про необхідність виконати дії згідно встановлених резолюцій. Інтерфейс процесу «Договір» системи eIDoc, зображено на рис. 1.

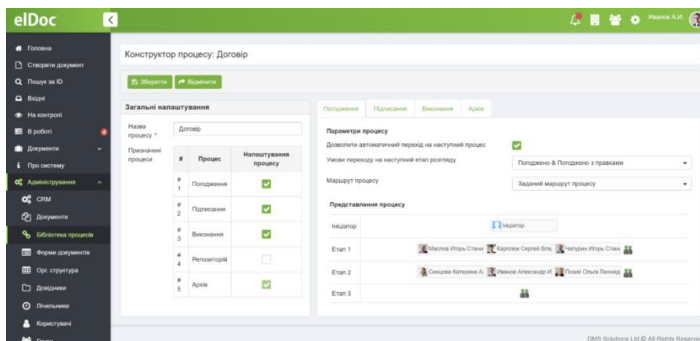


Рисунок 1 – Скріншот системи eIDoc
«Конструктор процесу: Договір» [1]

Управління користувачами передбачає розробку організаційної структури, розширені профайли користувачів, вбудовані елементи гейміфікації, персоналізовані директорії управління документами, особисті робочі кабінети, управління правами доступів до документів – все що необхідно для ефективної роботи.

Також, суттєвим засобом є наявність електронного архіву документів, функціональні можливості якого полягають у наступному: архів та потужна система пошуку документів; архівування документів за заданими параметрами згідно маршрутів проходження документів; миттєвий пошук картки документу за сканованим штрих-кодом або ж контекстний пошук дозволить знайти оперативно потрібний документ або фрагмент запису серед сотень тисяч документів, зареєстрованих в системі elDoc. Досить сучасним та актуальним є CRM-функціонал в системі elDoc, який надає взаємопов'язаний з електронним документообігом CRM функціонал: база контрагентів/клієнтів, їх контактні дані, облік дій в розрізі кожного контрагента/клієнта, нагадування про необхідність виконати перелік дій по контрагенту/клієнту [1].

Отже, використання мобільних додатків дозволять ефективно досягати поставлених цілей будь-яких установ, підприємств, організацій.

Список використаних інформаційних джерел

1. elDoc – система електронного документообігу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dms-solutions.co/uk/products/eldoc-document-management-system/> (дата звернення: 16.03.20). – Назва з екрана.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО МАЙДАНЧИКА «PROZORRO»

А. В. Шкураток, студентка спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД б інт-21

О. А. Двірня, науковий керівник, к. ф.-м. н., асистент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Жодні конкурсні торги не можуть обійтись без так званої тендерної документації. Це поняття стосується комплекту доку-

ментів, в яких жорстко зафіксовані обов'язкові умови майбутнього тендеру, починаючи із запрошення потенційних учасників, а також контракту, який повинен буде підписати його переможець. Вимоги тендерної документації носять характер закону, як для замовника, так і для будь-кого з учасників відкритих торгів [1].

По-перше, тендерна документація повинна відповісти на питання, чим є предмет торгів. З цією метою подається детальна характеристика товарів, послуг чи робіт, що підлягають закупівлі. Перелік вимог доповнюється технічним завданням, від грамотного підходу до розробки котрого значною мірою залежить успіх майбутнього тендеру.

По друге, тендерна документація передбачає порядок підготовки та подання пропозицій тих чи інших конкурсних торгів. Окремий розділ присвячений і порядку підведення підсумків тендеру та наступного підписання угоди про виконання зобов'язань. І нарешті, тендерна документація детально описує істотні умови майбутнього контракту, іноді, навіть, додається і його проект.

Згідно з Законом України «Про публічні закупівлі» портал prozorro.gov.ua є відкритим ресурсом, який пропонує доступ до всієї інформації з центральної бази даних про електронні тендерні торги, що були оголошені з 31 липня 2016 року.

Основними термінами, що визначені Законом України [2] про публічні закупівлі є, наприклад, авторизований електронний майданчик, веб-портал Уповноваженого органу з питань закупівель, діяльність в окремих сферах господарювання, договір про закупівлю, електронна система закупівель, замовники, предмет закупівлі та інші.

Тендер – це здійснення конкурентного відбору учасників з метою визначення переможця торгів згідно з процедурами, установленними цим Законом, а тендерна документація – це документація щодо умов проведення публічних закупівель, що розробляється та затверджується замовником і оприлюднюється для вільного доступу на веб-порталі Уповноваженого органу та авторизованих електронних майданчиках. Тендерна документація не є об'єктом авторського права та/або суміжних прав [2].

Згідно з законом замовниками можуть бути органи державної влади, органи місцевого самоврядування та органи соціального страхування, створені відповідно до закону, а також юридичні особи та їх об'єднання, які забезпечують потреби держави або територіальної громади.

Учасником проєднати закупівлі називають фізичну особу, у тому числі фізичну особу-підприємця, юридичну особу, яка подала тендерну пропозицію або взяла участь у переговорах у разі застосування переговорної процедури закупівлі. Переможцем процедури закупівлі є учасник, тендерна пропозиція якого відповідає всім критеріям та умовам, що визначені в тендерній документації, і визнана найбільш економічно вигідною, та якому замовник повідомив про намір укласти договір, або учасник, якому замовник повідомив про намір укласти договір за результатами застосування переговорної процедури закупівлі [2].

Закупівля може здійснюватися шляхом застосування однієї з таких процедур: відкриті торги, конкурентний діалог, переговорна процедура закупівлі. Закупівлі за державні кошти відбуваються в онлайн-режимі, отже, будь-яка людина, представник ЗМІ чи контролюючих органів можуть бути віртуально присутніми на аукціоні закупівлі. Процес вибору переможця зрозумілий та публічний. Для участі необхідний мінімальний пакет довідок при подачі пропозиції.

Список використаних інформаційних джерел

1. Тендерна документація – вичерпна відповідь на питання:що, де, коли, як [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ua-tenders.com/rubrics/materials/%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0_%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%8F/ (дата звернення 28.02.2020 р.). – Назва з екрана.
2. Про публічні закупівлі [Електронний ресурс]: Закон України: прийнятий ВРУ. Редакція від 01.01.2019 р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/922-19> (дата звернення 28.02.2020 р.). – Назва з екрана.

ЕКСПОЗИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ НАРОДНОГО МУЗЕЮ ОСТАПА ВИШНІ

Т. Г. Маляренко, студентка спеціальності 032 Історія та археологія, група ІА (мс)-24

Л. І. Шаповал, науковий керівник, доцент кафедри історії України Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Народний музей Остапа Вишні в селі Грунь Охтирського району Сумської області відкрито в 1982 р. на батьківщині письменника, вшановуючи пам'ять про гумориста. На відкритті

районного музею були письменники М. П. Яровий, М. В. Білкун, художник В. Ф. Зелінський, дружина О. Вишні (Павла Губенка) Варвара Олексіївна Губенко-Маслюченко з донькою Марією Михайлівною Євтушенко, місцеві літератори й громадськість.

У кімнатах відреставрованої сільської хати, де не раз бував Остап Вишня, розміщено цінні реліквії, фото, особисті речі письменника-гумориста, які є експонатами районного народного музею, що складається з 11 експозиційних залів:

1. Талановита родина Губенків.
2. Дитинство та роки навчання Павла Михайловича Губенка.
3. Фельдшерування в лікарні м. Києва.
4. Остап Вишня і література, театр.
5. Особисті речі письменника, його твори.
6. Друг природи, друг людини й праці, грізний ворог нечисті і зла.
7. Десятирічка Остапа Вишні.
8. Ворогом народу не був ніколи.
9. «Зенітка» – новий етап у творчості О. Вишні.
10. Зв'язки з рідним селом, земляками.
11. Подарунки музею [3].

У першому залі музею експонуються: письмовий стіл і два стільці, облаштовано робоче місце письменника. Вони такі самі, як у кабінеті Остапа Вишні в Меморіальному музеї м. Києва. На столі – особисті речі письменника: тека, записник, рукописи, блокнот члена редколегії журналу «Перець», футляр для окулярів, окуляри, попільничка, пачка цигарок «Казбек», письмове приладдя, прес-пап'є з мармуру, ручка, настільний календар за 1956 р. А над письмовим столом, як і в його робочому кабінеті, список «друзів» – бюрократи, вельможі, хапуги, підлабузники, про яких він писав у гуморесках. Відвідувачі музею переглядають фотографії на яких зображені батьки письменника, родина Губенків, Павло Михайлович під час навчання, серед медичних працівників у м. Києві, в колі друзів. Експонуються, особисті речі гумориста: вишита сорочка з мережею, костюм, солом'яний бриль, різьблена поличка, виготовлена власними руками, тростинка, рибацька вудка, що слугувала не тільки відпочинку, а й доброму настрою. На великому знімку бачимо: Остап Вишня із Максимом Рильським у мисливській амуніції, адже гуморист був рибалкою і мисливцем [3].

Широко представлені в експозиції твори гумориста, багато з них мають автографи українською, російською та в перекладах на мови світу. Серед експонатів – ілюстрації до гуморесок Остапа Вишні, виконані його земляками, про приїзди Вишні на батьківщину. На одному із стендів музею є слова О. Вишні: «Слуга я народний, що все моє життя хотів зробити народу багато хорошого». Про це говорять спогади племінника І. Коржа, книги: І. Зуба «Остап Вишня: Нарис життя і творчості» [1], А. Журавського «Ніколи не сміявся без любові: Сторінки життя і творчості Остапа Вишні» [2].

У музеї багато творів сатириків і гумористів: Платона Воронька, Дмитра Білоуса, Федора Маківчука, Олександра Ковінки, Івана Цюпи, Юрія Кругляка, Павла Ключини, Валентина Лагоди, Олекси Ющенко, Олексія Столбіна, Катерини Квітчастої, Ніни Багатої, Галини Будянської, Івана Тарасенка, Олександра Галкіна, фотокартина засідання редколегії журналу «Перець» із О. Вишнею, а на звороті напис: «Меморіальному музею Павла Михайловича – О. Вишні в м. Груні, яка дала світові «велета українського гумору» від його учня і соратника з глибокою повагою».

Музейний фонд містить рідкісні видання книг брата Остапа Вишні Василя Чечвянського, його портрет, листи родичів – онука В. Холоші з Москви, племінника І. Коржа з Мінська. Скорботні миті прощання з гумористом у фотографії, його посмертна маска експонуються на стендах, мармурове погруддя Павла Михайловича, велике панно написане художниками Київського інституту мистецтв, що завершує музейну експозицію «Усмінений, привітний Остап Вишня в оточенні персонажів своїх творів». Альбоми з фотографіями засвідчують вшанування пам'яті земляка, починаючи з 85-річчя з дня народження Остапа Вишні (1974 р.), проведення щорічних літературних читань «Вишневі усмішки» у Груні. Заслуговує на увагу відвідувачів музею альбом «Великі іменини у Вишневій родині», про відзначення 100-річчю з дня народження О. Вишні.

Серед реліквій музею є ювілейна фарфорова чашка з портретом гумориста, настільна медаль, яка має форму кола з білого алюмінію. На лицьовому боці – барельєф усміхненого О. Вишні, а поруч на фоні очерету – книга «Вишневі усмішки». Угорі зображені качки в польоті, а внизу – лаврова гілка, на звороті в мереживі квітів – цифри «1889–1989», «с. Грунь – Охтирка, а в

центрі – напис «Остап Вишня. 100 років». Музейним експонатом є мисливська хата «Остапова криниця», дерев'яна, прикрашена різьбою, а в ній – столи, лавки, піч, на стінах вишиті картини та рушники. У розписах й на фіраночках хати ожили герої Вишнівських художніх творів.

Перша сторінка книги для записів для відвідувачів музею розпочинається віршем про Остапа Вишню, його земляків, висловом «Вишнівському роду немає переводу!» [3]. За роки діяльності музею його відвідали тисячі людей. У книзі відгуків теплі слова шани і подяки працівникам музею з Києва, Москви, Харкова, Полтави, Донецька, Архангельська, Мурманська. «Спасибі засновникам музею», «Уклін святій землі, що народила великого Остапа Вишню», «Хай пам'ять про славетного земляка не згасає в серцях людей», «Велике спасибі землі, що дала нашій культурі Остапа Вишню».

Справжніми уроками життя стали відвідини літературно-меморіального музею завдяки ентузіазму його директора Л. О. Лебединець, заслуженої вчительки України, друга родини Губенків. Багато зусиль було докладено науковою радою народного музею на чолі з директором з 2012 р. – Сокіл Тетяною Володимирівною, головою села Пилипенко Ларисою Володимирівною, щоб на Чигирівській горі зустрічати гостей, туристів пересадити їх на підмошені сіном вози, запряжені кіньми й так прямувати на хутір Чечву. По дорозі вони зустрічалися з героями творів Остапа Вишні: рибалками, мисливцями, сторожами, дідом Свиридом з його «зеніткою», завітали на ярмарок, описаний гумористом, із піснями, жартами, бувальщинами, інсценізацією гуморесок.

Сьогодні наукова рада народного музею Остапа Вишні пропонує відвідувачам музейні послуги: екскурсію експозиційними залами, відвідування хутора Чечва, виставку ілюстрацій до гуморесок, спогади старожилів про зустріч з письменником, прослуховування гуморесок Вишні у фонозаписах та виконанні земляків, театралізовані інсценізації творів гумориста, літературознавче дослідження «Рідний край у творчості Остапа Вишні», нариси «Остап Вишня і театр», «Він письменник, гуморист, брат Остапа Вишні рідний...» (про Василя Чечвянського, брата О. Вишні), книжкову виставку «Вишнева усмішка нашого народу», перегляд документального кінофільму «Остап Вишня. Життя і творчість», прослуховування улюблених пісень Вишні.

Музейники на чолі з директором районного народного музею Тетяною Володимирівною Сокіл зберігають, вивчають, популяризують літературну спадщину українського гумориста Остапа Вишні через експозиційну діяльність музею серед відвідувачів, екскурсантів та туристів, яка на сьогодні потребує більш активного впровадження інноваційних музейних технологій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Зуб І. Остап Вишня: нарис життя і творчості / І. Зуб. – Київ : Дніпро, 1989. – 239 с.
2. Журавський А. Ніколи не сміявся без любові: сторінки життя і творчості Остапа Вишні / А. Журавський. – Київ : Мистецтво, 1983. – 334 с.
3. Сокіл Т. В. Життєвий творчий шлях Остапа Вишні / Т. В. Сокіл. – Дипломна робота (рукопис). Приватний архів.

НАВЧАЛЬНІ МУЗЕЇ У МУЗЕЙНІЙ МЕРЕЖІ ПОЛТАВЩИНИ

В. В. Романенко, студент спеціальності 032 Історія та археологія, група ІА (мс)-24

Л. І. Шаповал, науковий керівник, доцент кафедри історії України

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Україна вирізняється великою кількістю пам'яток історико-культурної спадщини народу, яка зберігається й популяризується музеями. Сукупність музеїв одного профілю, типу або відомчої приналежності (мережа художніх музеїв, музеїв під відкритим небом) на певній території називають музейною мережею. Державна музейна мережа сформована у 1920-х рр. відповідно класифікації музеїв за профілями, статусом, відомчою підпорядкованістю установ, адміністративно-управлінським принципом [3]. Перелік музеїв, у яких зберігаються музейні предмети, колекції, зібрання, що є державною власністю, належать до державної частини Музейного фонду України, затверджується Кабінетом Міністрів України [1]. Станом на 2018 р. музейна мережа України налічувала 478 державних музеїв, які є юридичними особами. У їх складі діють 110 музейних установ на правах філіалів і 918 – на правах відділів. Музеїв, що перебувають у віданні підприємств, установ, організацій, налічується 1100. При загальноосвітніх, позашкільних, професійно-

технічних, вищих навчальних закладах у системі МОН функціонує 2 500 музеїв на громадських засадах.

Мережа музеїв України будується на основі наукової класифікації та типології, яка склалася в 1990–2010 рр., приведена у відповідність до міжнародних типологій музеїв світу [3]. За категоріями відвідувачів музеї розподіляються на типи: науково-освітні (публічні), науково-дослідні (академічні) та навчальні. За профілем вони поділяються на історичні, природничі, меморіальні, літературні, краєзнавчі, військові тощо.

Навчальні музеї (університетські, шкільні) створюються при школах, середніх спеціальних і вищих навчальних закладах Полтавщини з освітньою метою. Університетські музеї діють у вишах міст Полтави і Кременчука відповідно до статуту університету як музеї історії університетів, меморіальні музеї видатних учених, створювалися з ініціативи приватних осіб, меценатів, учених. Університетські музеї підвищують ефективність навчального процесу, виконують історико-меморіальну функцію. Шкільні музеї створюються в школах і позашкільних установах з навчально-виховною, пізнавальною й освітньою метою для учнівської аудиторії, які є найбільш дієвими установами музейної мережі Полтавщини 1998–2019 рр.

У переліку музеїв при закладах освіти Полтавської області, які перебувають на обліку, станом на 20 січня 2019 р. діє 174 музеї, з яких профіль: військово-історичний мають – 16; художній – 2; етнографічний – 40; історичний – 43; краєзнавчий – 10; історико-краєзнавчий – 36; мистецький – 2; меморіальний – 7; геологічний – 1; літературний – 6; літературно-краєзнавчий – 1; літературно-меморіальний – 2; меморіально-природничий – 1; історико-етнографічний – 3. Серед міст області найбільше музеїв у Полтаві (14) та Кременчуці (8), серед районів – Кобеляцький (18) [2].

Навчальні музеї Полтави: Військово-історичний музей КЗ «Полтавська гімназія № 32 Полтавської міської ради» від 06.01.1998; Музей народознавства КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 26» від 06.01.1998; Музей народознавства КЗ Полтавська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 22 від 06.01.1998; КЗ Полтавська гімназія «Здоров'я» № 14 від 06.01.1998; Військово-історичний музей КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 24» від 06.01.1998; Військово-історичний музей КЗ «Полтавська гімназія № 21» від

06.01.1998; Військово-історичний музей КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 22» від 06.01.1998; Історико-краєзнавчий музей «Стара Полтава» КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 27» від 21.11.2001; Музей народознавства КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 34» від 21.11.2001; Музей історії школи КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 22» від 30.11.2004; Музей історії школи КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 8 імені П.Мирного» від 30.11.2004; Музей дитячої творчості КЗ «Полтавська гімназія № 17» від 20.06.2008; Музей етнографії Полтавського міського центру позашкільної освіти від 05.07.2010; Музей історії школи КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 20 імені Бориса Серги» від 21.11.2013.

Навчальні музеї Кременчука: Фольклорно-етнографічний музей Кременчуцького ліцею № 5 ім. Т. Г. Шевченка Кременчуцької міської ради від 06.01.1998; Військово-історичний музей Кременчуцької загальноосвітньої школи І–ІІІ ступенів № 8 від 06.01.1998; Військово-історичний музей Кременчуцького ліцею-інтернату № 21 «СТАРТ» спортивного профілю від 06.01.1998; Історико-краєзнавчий музей Кременчуцької спеціалізованої школи І–ІІІ ступенів № 7 з поглибленим вивченням фізичної культури та основ здоров'я від 21.11.2001; Музей українського побуту Кременчуцької загальноосвітньої школи І–ІІІ ступенів № 24 від 14.04.2006; Військово-історичний музей Кременчуцького ліцею № 5 ім. Т. Г. Шевченка від 31.05.2008; Військово-історичний музей Кременчуцької загальноосвітньої школи І–ІІІ ступенів № 12 від 25.10.2012 р. [2].

Головними аспектами музейного виховання учнівської і студентської молоді є: неформальне поєднання емоційного й інтелектуального впливу через експресивність, різноманітність, ідентичність музейних реліквій, свідчень очевидців; виховання на тому, що поруч; ефективне засвоєння освітньої програми за допомогою експонатів навчального музею; створення умов для виховання історичної свідомості. Парадигмою музейного виховання є: використання освітнього аспекту навчального музею для формування активної життєвої позиції; формування гордості за Батьківщину; утвердження толерантного світогляду, сприйнятливості до культурного плюралізму, шанобливого ставлення до інших культур і традицій; популяризація музею за допомо-

гою навчальних екскурсій. Завданнями навчального музею є: ознайомлення з історією рідного краю; виховання патріотизму на прикладі життя та діяльності земляків; отримання знань про найважливіші події в історії малої вітчизни; набуття знань, навичок і вмінь щодо роботи з різноманітними історичними джерелами; використання знань та уявлень про історичні соціальні норми й цінності Вітчизни для життя в суспільстві, участі у взаємодії з представниками інших народів.

Отже, велика кількість навчальних музеїв у музейній мережі Полтавщини має цінну інформаційну базу, що сприяє поглибленому засвоєнню теоретичних знань молоді в умовах освітньої установи, розвиває співтворчість, активність, самодіяльність у процесі збору, дослідження, обробки, оформлення й популяризації навчальних матеріалів. Навчальні музеї мають виховну й науково-пізнавальну цінність, хоча продовжують демонструвати рудименти українського музеєзнавства радянського періоду, повільними темпами наближуються до європейський стандартів регулювання музейного простору. Музеям Полтавщини бракує профільних фахівців – екскурсоводів, менеджерів з оптимізації кадрової політики у музейній сфері, які б організовували процес навчання керівних кадрів музеїв основам менеджменту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Закон України «Про музеї та музейну справу» Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 25, ст. 191 [Електроннийресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-вр>. – Назва з екрана.
2. Перелік музеїв при закладах освіти Полтавської області, які перебувають на обліку станом на 20.01.2019 р. Додаток до наказу Департаменту освіти і науки Полтавської ОДА від 22.01.2019. № 22 [Електроннийресурс]. – Режим доступу: Poltavatourcenter.pl.ua/images/documents/museums/oglyad-2018/dodat.pdf. – Назва з екрана.
3. Рутинський М. Й. Музеєзнавство : навч. посіб. / Рутинський М. Й., Стецюк О. В. – Київ : Знання, 2008. – 428 с.

**СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ
СЕКЦІЯ 7 ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО
СЕРЕДОВИЩА**

**SOCIAL AND ECONOMIC REASONS
OF COOPERATIVES' ORIGIN**

S. Атоако, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ м ПВ англ-61

А. А. Пожар, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищій навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Cooperatives are best understood as groups of people who have the same needs. These needs include insurance, money lending and saving, achieving economies of scale or marketing goods.

Early cooperatives were groups created in times of difficulty where people needed to band together to survive, especially regarding the need to help one another in difficult rural conditions.

The first recognized cooperative business is the “Philadelphia Contributionship for the Insurance of Houses from Loss by Fire”. It was established in 1752 and, interestingly, Benjamin Franklin was one of its founders and it is still in operation today. Early cooperatives simply agreed to split the cost of fire damage that any of the members suffered, with the knowledge that their fellows would do the same for them in return.

It was modeled on the Amicable Contributionship of London which similarly offered to mutually split the costs of damages amongst its members.

Perhaps the most important Cooperative was the Rochdale Society of Equitable Pioneers in the UK. It was founded in 1844 and laid the groundwork for modern cooperative businesses with their “Rochdale Principles”. The Rochdale Principles set out a series of ideals that other cooperatives could emulate:

- fair prices, fair practice and high standards;
- voluntary and open membership;
- anti-discrimination;
- rewards systems for its members;
- democratic control by its members;
- one member – one vote.

Industrialization was the key factor behind the introduction of cooperatives. Large factories could achieve efficient economies of scale and produce quality products quickly to meet increasing demand for goods. Skilled workers and craftsmen were pushed out of the market or else forced to submit to unfair working hours and conditions.

Skilled workers began to group together to ensure fair working conditions and achieve sufficient economies of scale when producing goods.

The ICA – the International Co-operative Alliance was founded in 1895 by two members of the Rochdale Society. It aimed to support worker cooperation and organization in the face of the “deplorable warfare between capital and labour”. Moreover, it promoted the concept of self-governing workshops on an international level.

The Great depression and resultant “New Deal” is a significant moment in the history of cooperatives. The Farm Credit Act (1933) provided support for agricultural cooperatives and Production Credit Associations, which would be able to support one another while the Federal Credit Union Act permitted credit unions to form. Similarly, the Rural Electrification Act (1937) led to farmers taking initiative to form together and modernize the American agricultural sector.

While corporates still dominate most sectors, cooperatives are highly relevant in the modern world. The Rochdale Principles ensure that high standards of quality, fair practice and fair treatment of their members are at the core of how cooperatives operate.

References

1. Bowman E., Stone R., 2007. Cooperatives: A Brief Introduction to their Types, History & Social Change Prospect. The Center for Global Justice. Available at: <https://www.globaljusticecenter.org/papers/cooperatives-brief-introduction-their-types-history-social-change-prospect>.
2. Harding C. 2017. History of cooperatives. Polyas online-wahlen. Available at: <https://www.polyas.de/blog/en/electoral-research/cooperatives-history>.
3. The beginning of the modern cooperative movement. International Cooperative Alliance. Available at: <https://www.ica.coop/en/cooperatives/history-cooperative-movement>.

INVESTMENT CLIMATE OF SWITZERLAND

M. Goretti, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ м ПВ англ-61

А. А. Пожар, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Many globally hailed institutions rank the economy of Switzerland among the most competitive, innovative and liberal economies in the world. In particular, the country garners praise for its outstanding level of protection within its economic laws and policies, the long-term stability of the investment landscape, complete guarantee of rights pertaining to property matters, unbiased grounds for competition and a high level of privacy by banking and financial institutions. Furthermore, the economical tax tariffs, more lenient regulations and formidable relations with international markets, make Switzerland one of the best locations to establish a business.

Top sectors include banking and finance, medical and security equipment, the pharmaceutical industry, information technology, telecommunications, travel and tourism, and many others. Most workers operate in the tertiary sector and in small and medium-sized enterprises.

Banks and financial institutions are one of the pillars of the Swiss economy. The Swiss franc is one of the most stable currencies in the world. In addition, the capital market is one of the most important in the world and Swiss banking institutions are among the world's leading banks.

Apart from the banking sector, the insurance business is also one of the most attractive sectors. Swiss citizens allocate for insurance a significant part of their budget, about 21 %, which is a rate higher than in many other countries. However, Swiss insurance companies make more than half of their income in overseas markets. Switzerland is the main European exporter of insurance. Also, reinsurance is an important part of this activity, with outsourcing contributing 90 % of reinsurance contracts.

The pharmaceutical industry currently ranks first in the chemical industry. The number of employees in the sector is over 67,000 people. The pharmaceutical industry has managed to retain the leading position in Swiss export rankings. The most important export

market for pharmaceuticals remains in Europe (over 50 %). With technology institutes and research centers in the pharmaceutical industry, Switzerland benefits from excellent conditions for the development of these areas.

The Swiss Constitution provides the legal structure guiding economic endeavors in the country. The Constitution enshrines fundamental rights such as property rights, the right to pursue gainful activities, freedom of trade market, and determines the sharing schemes for competencies between the Federal Council, cantonal and municipal administrations.

There are many investment opportunities for foreign entrepreneurs in Switzerland, where basic constitutional rights apply equally. Those who have the right of residence and temporary work permit in Switzerland may establish a company under the same conditions as Swiss citizens. In addition, they have the right to set up a branch and develop economic activities on the Swiss market.

For carrying out business activities in certain areas such as banking, insurance, pharmacy or commercial activities, there are specific regulations established at the federal or cantonal level. Therefore, a license or special permit is required. Additional information regarding permits and licenses is obtainable from our Swiss consultants.

Except for agricultural products and several groups of sensitive products, trade between Switzerland and the EU and EFTA states is free. In addition, Switzerland can also negotiate free trade agreements with countries like China, Japan and the Faroe Islands without the involvement of EFTA. These agreements ensure efficient trade and strong business links with important partners from other countries, designed to minimize barriers for the Swiss economy regarding international markets.

Although Switzerland is not in the EU, the bilateral agreements are for many Swiss companies more important than the local market, because there is a free trade agreement also in the services sector and the transfer of capital.

References

1. 2019 Investment Climate Statements: Switzerland and Liechtenstein. US Department of State. Available at: <https://www.state.gov/reports/2019-investment-climate-statements/switzerland-and-liechtenstein/>
2. Invest in Switzerland, 2020. Available at: <https://www.companyformation switzerland. com/invest-in-switzerland.>

INFLUENCE OF GLOBALIZATION ON THE WORLD FOOD MARKET

О. Кроку, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ м ПВ англ-61

А. А. Пожар, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

The main benefit of globalization in the food industry is the sharing of agricultural and production tools to governments, organizations and individuals across the world. The sharing of farming techniques and machinery has enabled the world to largely feed a significantly increasing population and ensuring the fight to ensure food security and global human health. Advances in the transportation and communication technology have contributed significantly to the growing globalization of the food and multinational industry. Companies such as McDonalds and Coca-Cola have grown from national brands to worldwide icons through globalization. The global reach of the food and multinational industry has presented businesses with unprecedented opportunities. However these new markets have their share of challenges. Large companies have been able to expend their own resources to enter the global market through globalization while the food and multinational industries have developed various strategies to get their products into the global market. This has allowed them to maintain control of their product quality and presentation. Globalization has offered lots of benefits to suppliers and customers in the food industry. Suppliers have the opportunity to present their products into new markets, while customers have the chance to try new products.

In recent years, major multinational food companies such as Nestle, Kraft Heinz Company, Danone SA and Unilever have worked within the International Food and Beverage Alliance to increase their commitments to the health and nutritional needs of their clients, promoting healthy lifestyles and public private partnerships. Some of the top food and beverage companies across the world have moved up at least one place, based on annual sales. The world's top food and beverage companies recorded significant changes from some of the industry's biggest players. The global food and beverage industry is now worth over US\$ 8 trillion, representing

more than 10 % of the world's GDP. Despite the sluggish and plunging economy food and beverage prices have experienced some of the major markets over recent years, the overall global food and beverage industry is still growing at a steady pace. The world food industry has evolved greatly over the years thanks to technological advances, keeping pace with growing demand for convenience foods.

References

1. Black E. 2016. Globalization of the Food Industry: Transnational Food Corporations, the Spread of Processed Food, and Their Implications for Food Security and Nutrition. Independent Study Project (ISP) Collection 2353. Available at: https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/2353.
2. Dio D., 2012. Global and Local Drivers in the Globalization of Food Industry: The Case of Milk Powder. Journal of Globalization Studies. Volume 3, Number 2. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/Global-and-local-drivers-in-the-globalization-of-of-Dio/393423836c8660fc18b409254a4d1c4e5658b885>.
3. Manuel R. 2017. Is globalization good for food? New Food. Available at: <https://www.newfoodmagazine.com/article/40883/globalisation-food/>

INTERNATIONAL MARKETING IN SPORTS INDUSTRY

S. T. Kwao, student majoring in International Economics Relations, МЕМБ МБ анал-21

N. G. Bazavluk, scientific advisor, associate professor of international economics and international economic relations department, PhD in Economics

Higher Educational Establishment of Ukoopsilka «Poltava University of Economics and Trade»

Formulation of the problem. Sports marketing is being highly influenced by changes in technology stirred in with social media. As sports clubs, franchises and professional athletes leverage on technology tied to social media networks and platforms to boost their marketing efforts and engage with fans the impact is felt in sports marketing economics. Digital mobile games, digital video contents, fan-created contents using league footage, fantasy sports games, and other sports-themed digital media is on the rise. Sports marketing in its digital format is almost presence everywhere in major sports brands from club to retailer.

The objective of the study is to analyse the activities of international marketing in the sports industries and its benefits/impacts.

Presentation of the main research results. According to the American Marketing Association (AMA) «international marketing is the multinational process of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organizational objectives». Over the past years, there have been a rise in multinational corporations in the International Market and one major way by which the brand name of such corporations go international is through the Sports Industry which is the market in which the businesses or products offered to its buyers are sports related and may be goods, services, people, places, or ideas. The estimates on how big the sports industry is, varies by source, but it's commonly considered to be more than 500 billion dollars, with some estimates running up to 1,3 trillion dollars. But not all sports disciplines are represented equally in these finances. Number one, worldwide, is Football (soccer), with a 43 % share of the global financial sports market followed by American Football, with 13 % then Baseball (12 %), Formula 1 (7 %) and basketball (6 %), hockey (4 %), tennis (also 4 %) and golf with a 3 % total market share in terms of finances. There are over 8,000 indigenous sports and sporting games and all of them, excluding the ones mentioned above, take up only 8 % of the global financial turnover in sports [4].

You can lose a consumer of a product due to decrease in quality of that product but one assuring thing about sports is, the fans always have hopes of it getting better no matter how poor/bad the team performs.

Sports marketing is an effective marketing tool which gives a company the opportunity to leverage on the passion that consumers have for sports. In sports marketing there can be promoting of goods and services through the use of sporting events and the endorsement of athletes and sports teams. It also involves the promotion of athletes, sports teams, and sporting events to raise revenue from the public interest that is generated.

Marketing through sports is a concept that's been used since the 1980s, but has increased in importance in the last two decades due to the growth and expansion that the different types of sports have enjoyed since then. Basically Sports marketing is about promoting sports but in doing that, brand names are also promoted. This concept has made it easier for some domestic companies become multinational corporations and also some multinational corporation

known in countries where their products aren't sold all through the sports industry. The agent of an athlete typically ensures that they endorse certain brands and products along with maintaining their professional career. In fact, where certain factors are considered, such as the high degree of popularity enjoyed by male cricketers in India, it is part of the professional career of certain athletes to endorse products [2].

Some ways by which products can be Marketed through sports are:

- sponsorship of sports events;
- sponsorship of sports teams;
- sponsorship of athletes/sportsmen.

Marketing plans always start from imagination and creativity but results are achieved only through good planning and perfect implementation, because of this a sport marketing program requires a steady organization with a lot of experience and a professional approach in order to be sure to get the most out of a sponsorship.

Also note that sponsorships are done on contract and negotiations bases with sports event's organizers, sports teams and athletes or agents or sportsmen.

In International Marketing through sports now, professional leagues, teams, and athletes have started using social media as a part of their marketing strategies during the recent years. The most popular social media platforms are Facebook and Twitter, but athletes and teams are also using sites including Instagram and Snapchat for Marketing Internationally. Many teams have incorporated sponsorships into their social media strategies, such as the Minnesota Vikings "Touchdown Tracker" Instagram image, which was sponsored by FedEx. The Cleveland Browns also displayed sponsorship integration in their tweets recapping touchdown drives, sponsored by Cooper Tires. Also athletes including Kobe Bryant, Russell Wilson, and Rafael Nadal have taken advantage of social media to increase their followers and improve their brand recognition. Athletes have also promoted brands through social media including Russell Wilson's sponsorship of Recovery Water and Serena Williams' promotion of Wheels Up. Due to this marketing tool, these fan-based website pages have increased greatly in numbers and give them the recognition that they were looking for [1].

One major impact International Marketing in Sports Industry has is that the cities and countries which host major sporting events benefit greatly as a result of sports marketing. The event is often advertised with an emphasis on the country or city which is hosting it, such as the Olympics. The city or country receives direct revenue because of taxes. Additionally, a major sporting event such as a World Cup leads to a surge in tourism. Fans of the sport or a particular team or athlete often travel to this particular locale in order to view the event in person. If the event is promoted, then it ensures revenue from the tourism industry. An example is the Fifa world cup 2010 in South Africa causing a great impact on the country and its boost economically.

Examples of Sporting Marketing which boosted the brand name of some corporation;

- Reebok marketed its product and promoted the Summer Olympics in 1992 by creating a fictional rivalry between decathletes Dave Johnson and Dan O'Brien. It was a tremendously successful advertising campaign.

- Coca-Cola advertised the drink with the slogan "Have a Coke and a smile". In the advertisement, footballer Joe Green is seen signing an autograph for a young fan.

- Citi Bank purchased the naming rights to the home field of the New York Mets. It is now called Citi Field. This ensures promotion for the organization.

- Turkish Airlines has a campaign that features tennis player Caroline Wozniacki, NBA player Kobe Bryant, Manchester United and FC Barcelona, among others.

- In 2011, Nike became the official apparel company of the NFL. Apparel contracts are an important component of sports marketing. It links a company to a team and is beneficial for both parties involved [3].

Conclusions. To conclude, the preferences and wishes of consumers are changing day in day out and ways of marketing internationally should do same if they want to be effective. As an account, companies, agents, business firms, promoters and corporations must be flexible and ready to change quickly their ways of marketing and also to turn and look at marketing internationally from the sports perspective.

References

1. Multi-sport national & multinational games [Electronic resource]. – Mode of acces: <https://www.epic-design.com/rebranding-an-entire-community/>
2. Research from Hitesh Bhasinhttps [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.marketing91.com/what-is-sports-marketing-sports-marketing-discussed-in-detail/>
3. Sports Marketing [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.marketingweek.com/sport/>
4. Sports marketing [Electronic resource]. – Mode of access: https://en.wikipedia.org/wiki/Sports_marketing.

THE POSITIVE AND NEGATIVE INFLUENCE OF GLOBALIZATION ON THE ACTIVITIES OF INTERNATIONAL BUSINESS (BASED ON APPLE INC.)

R. Nyamekye, Student Majoring in International Economic Relations, group IER-51

S. I. Tul, Associate Professor of International Economics and International Economic Relations Department, PhD in Economics, Scientific Advisor

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

Formulation of the problem. The consequence of globalization of world systems is the emergence at the international level of a single space: cultural, informational, legal and economic. Globalization of the world economy is expressed in the process of changing the global space, transforming it into a single zone, opening for the unhindered movement of goods, services, information, and capital. While globalization has been much criticized for its possible negative effects, this study describes both positive and negative influence of globalization on the activities of international business.

The objective of the study is to analyze the positive and negative effect of globalization on the international business.

Presentation of the main research results. In the context of globalization, the current level of development of the world economy is characterized by following peculiarities, namely liberalization of foreign economic relations; transnationalization of capital and production; regional economic integration; internationalization of economic life; unification of the rules of doing business. Globalization is caused by objective factors of world development, a

deepening of the international division of labor, scientific and technological progress in the field of transport and communications, which reduces the so-called economic distance between countries. The highly effective telecommunication systems allow business to receive information in real time, which makes it quick and easy to make decisions, manage international capital investments, and cooperate in marketing and production.

Trade liberalization and other forms of economic liberalization create opportunities to expansion free trade areas. As a result, a significant part of trade barriers was eliminated; customs tariffs were decreased. In addition, due to the application of other liberalization measures, the movement of capital, labor and other factors of production between countries has intensified.

The phenomenon of transnationalization, which leads to the fact that some of the country's consumption and production, income, as well as import and export, are determined beyond its borders by decisions of international centers. The leading position in this system is held by TNCs – international corporations that at the same time act as the main players in internationalization and its result. New generation TNCs (known as global corporations) operate primarily in financial and information markets. Nowadays, transnational corporations produce the vast majority of new technologies. Apple Inc. is considered one of the big four technology companies, along with Amazon, Google, and Facebook that influences on technological globalization.

Apple Inc. is an American multinational technology company headquartered in Cupertino, California, that designs, develops, and sells consumer electronics, computer software, and online services. The company's hardware products include the iPhone smartphone, the iPad tablet computer, the Mac personal computer, the iPod portable media player, the Apple Watch smartwatch, the Apple TV digital media player, the AirPods wireless earbuds and the HomePod smart speaker. Apple's software includes the macOS, iOS, iPadOS, watchOS, and tvOS operating systems, the iTunes media player, the Safari web browser, the Shazam acoustic fingerprint utility, and the iLife and iWork creativity and productivity suites [1].

Apple Inc along with other manufacturing companies has taken manufacturing overseas to reduce costs and improve efficiencies. For the mid-term, Apple has started to look at other countries to do their final assembly production. Apple is looking to produce in other

countries, not just to reduce costs but also to increase sales. iPhone market share in India isn't in the top five smartphones market, so there is a large opportunity to establish its brand with the world's 2nd largest populated country. India is a strong candidate because the labor wages are approximately 25 % the cost of labor in China, they have the experience and skills to learn the manufacturing process for iPhones production, and they have the ability to keep up with labor demands during peak seasons [2].

Conclusions. The globalization of economy has an impact on all states, determining the development and diffusion of technologies between countries, the use of labor, the manufacture of goods and the provision of services and investments. As a result, such parameters as competitiveness, labor productivity and production efficiency as a whole change. The main advantages of globalization are promotion of local growth by stimulating overall growth, creation of higher levels of mutual trust, and development of global financial system. On the other hand, there are few disadvantages of globalization, namely it gives businesses more power to influence civil government; it removes the emphasis of local cultures, less developed countries are ignored by developed economies.

References

1. Apple Inc. Wikipedia, the free encyclopedia. 2020. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Apple_Inc [Accessed 11.02. 2020].
2. Lak R. Globalization with Apple HBS Digital Initiative. 2017. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Apple_Inc [Accessed 25.03.2020].

РИНКОВИЙ СЕГМЕНТ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ «NIKE, INC.»: ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ЗМІН У ДИНАМІЦІ

В. А. Князькін, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ м-51

*С. І. Туль, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Постановка проблеми. До числа найбільш значущих та швидко зростаючих галузей світової економіки відноситься спортивна індустрія. На глобальному та регіональних ринках транснаціональні корпорації є основними виробниками спортив-

ного взуття, одягу та обладнання. Тому актуальною темою для дослідження є вивчення ринкового сегменту та переваг маркетингової стратегії транснаціональної корпорації у галузі спортивних товарів.

Метою дослідження є оцінка сучасного стану діяльності транснаціональної корпорації «Nike, Inc.» у галузі спортивних товарів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Транснаціональна корпорація «Nike, Inc.» є найбільшим у світі виробником спортивного взуття та одягу. Найважливішими атрибутами діяльності компанії є: якість, надійність, інновації, вартість спортивних товарів; споживчий зв'язок і лояльність до бренду; взаємодія з клієнтами через соціальні мережі; постійна підтримка і обслуговування клієнтів; співпраця з видатними і впливовими спортсменами, громадськими діячами, тренерами, командами, коледжами та спортивними лігами, які підтримують американський бренд і використовують його продукти, а також беруть активну участь в спонсорованих спортивних заходах; ефективне просування і поширення інформації про продукцію; інноваційний мерчандайзинг і презентація в роздрібній торгівлі, як в магазинах, так і на цифрових платформах [1].

США є основним ринком збуту компанії «Nike, Inc.», проте дистрибуційна мережа становить більше 1180 магазинів у різних країнах світу. 392 магазини компанії розташовані на території США і 790 – на міжнародному ринку. «Nike, Inc.» передає на аутсорсинг виробництво та продаж частини своєї продукції зовнішнім постачальникам. У 2018 р. компанія здійснювала поставки зі 124 фабрик взуття і 328 швейних фабрик по всьому світу.

Маркетинг транснаціональної корпорації «Nike, Inc.» є унікальною перевагою на світовому ринку спортивного взуття та одягу. Компанія відома в усьому світі через свою ефективну маркетингову стратегію та техніку просування товарів. Логотип у вигляді «Swoosh», символ виробника спортивного взуття і одягу «Nike, Inc.», легко впізнати серед інших брендів. Нині компанія використовує поєднання традиційних та сучасних методів та інструментів маркетингу. Мережа магазинів роздрібно торгівлі і платформа електронної комерції виступають основним дистрибуційним каналом «Nike, Inc.». Компанія залучає клієнтів

за допомогою рекламних онлайн-пропозицій. «Nike, Inc.» має потужну відео-рекламу, у якій відображаються емоції та сподівання клієнтів щодо використання спортивних товарів. Рекламні ролики менше стосуються просування товарів і більше орієнтовані на емоційний зв'язок з клієнтом. Компанія «Nike, Inc.» просуває культуру спорту по всьому світу, залучає та заохочує любителів спорту за допомогою рекламних роликів. Основні маркетингові витрати припадають на інтернет- та офлайн-рекламу. Інші форми маркетингових комунікацій – випуски ЗМІ та спонсорські послуги. Компанія активно залучає відомих представників індустрії кіно та спорту до рекламних кампаній. Крім того, «Nike, Inc.» використовує спонсорські стосунки із знаменитостями для підтримки зв'язку зі своєю аудиторією. У 2018 р. на рекламу та просування товарів транснаціональна корпорація витратила близько 3,6 мільярдів доларів США. Маркетинг використовується не лише для промоції товарів «Nike, Inc.», це частина основної бізнес-стратегії, яка полягає у побудові довгострокових зв'язків з лояльними до бренду клієнтами [2].

Висновки. Нині американська транснаціональна корпорація «Nike, Inc.» є одним з найбільших виробників спортивного, взуття, одягу та обладнання на світовому ринку. Компанія забезпечує високу якість продукції, яка створюється на 452 фабриках, і ефективність дистрибуційних послуг, які надаються у більше ніж 1 180 магазинах по всьому світу. Компанія займає лідируючу позицію серед брендів спортивного взуття, одягу та обладнання за рахунок ефективної маркетингової політики. «Nike, Inc.» використовує відео- та інтернет-рекламу, спонсорство для формування аудиторії клієнтів, що лояльні до бренду. Цільовою аудиторією є люди, які займаються спортом та надають перевагу якійсій продукції від надійного виробника.

Список використаних інформаційних джерел

1. Nike, Inc. Annual report. Sec.gov. 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/320187/000032018719000051/nke-531201910k.htm/> – Назва з екрана.
2. Pratar A. Nike Sources of Competitive Advantage. Notesmatic. 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://notesmatic.com/2018/12/nike-sources-of-competitive-advantage/> – Назва з екрана.

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ

Д. М. Кожевніков, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕН МБ 6-11

Л. С. Франко, науковий керівник, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Пандемія в перекладі з грецької означає «весь народ». Це сильна епідемія, у результаті якої інфекційне захворювання поширюється на всій території країни, переходить на територію сусідніх держав. Що, у принципі, і відбувається з коронавірусом. Коронавірус (COVID-19) – це гостре вірусне захворювання, що характеризується переважним ураженням дихальної системи і шлунково-кишкового тракту [3].

Жодна з країн не є цілковито готовою до епідемій чи пандемій. Згідно з рейтингом Global Health Security Україна перебуває на 94 позиції із 195 країн світу [5]. Це стосується загалом економіки країн, як розвинених, так і тих, що розвиваються. Пандемія коронавірусу COVID-19 спричинила виникнення економічної кризи світової економіки, яка, за даними МВФ, може стати найбільшою з часів Великої депресії 1929-1930-х років. У даний час МВФ прогнозує падіння показника ВВП на душу населення для 170 країн світу. Найбільш уразливими в цій ситуації є країни, що розвиваються, у тому числі й Україна.

Пандемія коронавірусу негативно вплине на економіку України, зокрема, очікується зростання безробіття й обмеження діяльності будь-якого бізнесу. Можна констатувати, що найбільше від пандемії постраждають сфери туризму, авіаперевезень, індивідуальних послуг, бізнес готельно-ресторанної сфери, кіно та окремі освітні організації. У зоні ризику від нинішньої ситуації опинилися 18 тисяч юридичних осіб і 353 тисячі фізичних осіб-підприємців, що разом відповідають за 2,5 % українського ВВП (за статистикою 2018 року) [4].

По-перше, це пов'язано із масовим звільненням найманих працівників, яке може відбутися в результаті припинення діяльності суб'єкта господарювання на час карантину. Станом на 08.04.2020 р. кількість офіційно зареєстрованих в Україні безробітних становила 364 тис. осіб, з яких 300 тис. осіб – це ті люди,

які звернулись до центрів зайнятості із заявою щодо внесення до державного реєстру безробітних [1].

По-друге, тимчасове припинення діяльності суб'єкта бізнесу на час карантину може бути приводом для втрати споживачів та постачальників, що призведе до зменшення прибутків і неспроможністю виплачувати заробітну плату тощо. Адже проблеми із постачанням товарів пов'язане із порушенням логістичних схем доставки товару між країнами, що може вплинути на скорочення асортименту споживчих товарів на прилавках магазинів.

Нині державна влада має підтримати український бізнес. Для цього вжито ряд заходів: з 1 року березня 2020 року до 30 квітня 2020 року ФОП звільняються від сплати ЄСВ; скасовано штрафи та пеню за несвоєчасну та неповну сплату ЄСВ та подання звітності з ЄСВ; тимчасово скасовано земельний податок та орендну плату за земельні ділянки державної та комунальної власності, що перебувають у власності або користуванні (включно на умовах оренди); уведено тимчасовий мораторій на проведення податкових перевірок, а також проведення інших планових заходів зі здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності, за певними винятками; громадяни звільнені від штрафів і пені через несвоєчасні виплати за споживчими кредитами тощо [2].

Очевидно, що пандемія COVID-19 уже негативно вплинула на економічну діяльність країни, та першочерговим завданням як державної влади, так і представників бізнесу є пошук нових можливостей для успішного розвитку в умовах сьогодення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кількість офіційно зареєстрованих безробітних зросла на 13 % – Мінекономіки [Електронний ресурс] // Економічна правда. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/04/8/659124/> – Назва з екрана.
2. Коронавірус та економіка: три принципи державної економічної політики під чпс кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zik.ua/blogs/koronavirus_ta_ekonomika_try_pryntsypy_derzhavnoi_ekonomichnoi_polityky_pid_chas_kryzy_962488. – Назва з екрана.
3. Коронавірусна інфекція (COVID-19) [Електронний ресурс] // Центр громадського здоров'я МОЗ України. – Режим доступу: <https://phc.org.ua/kontrol-zakhvoryuvan/inshi-infekciyni-zakhvoryuvannya/koronavirusna-infekciya-covid-19>. – Назва з екрана.

4. Як коронавірус вплине на економіку? Основні тези експертів Центру економічної стратегії [Електронний ресурс] // Хмарочос. – Режим доступу: <https://hmarochos.kiev.ua/2020/03/22/yak-koronavirus-vplyne-na-ekonomiku-osnovni-tezy-ekspertiv-tsentru-ekonomichnoyi-strategiyi/> – Назва з екрана.
5. Global-Health-Security-Index-2020 [Електронний ресурс]: ghsindex. – Режим доступу: <https://www.ghsindex.org/wp-content/uploads/2020/04/2019-Global-Health-Security-Index.pdf>. – Назва з екрана.

ЗАГАЛЬНА КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ «SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD.» ТА СТРАТЕГІЇ ІНТЕНСИВНОГО ЗРОСТАННЯ

Е. С. Коршун, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ м-51

А. Л. Флегантова, науковий керівник, к. е. н., доцент
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ключові слова: стратегія інтенсивного зростання, конкурентна стратегія Майкла Е. Портера, диверсифікація, світовий ринок, товарний ринок, матриця Ансоффа.

Постановка проблеми. Загальна стратегія «Samsung Electronics Co., Ltd.» (далі Samsung) та стратегії інтенсивного зростання продовжують використовувати технологічні інновації як критичний фактор конкурентної переваги. Щоб ефективно конкурувати, загальна стратегія та стратегії росту Samsung повинні включати інвестиції в технологічні інновації. Отримані в результаті конкурентні переваги дозволяють компанії зберегти свою конкурентну позицію як одного з найкращих виконавців у галузі напівпровідників, побутової електроніки та побутової техніки.

Метою статті є оцінка міжнародного конкурентного середовища компанії Samsung на товарному ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальна стратегія Samsung та стратегії інтенсивного зростання схожі на стратегію материнської компанії Samsung Group. Така схожість ґрунтується на унітарному керівництві, яке впливає на стратегічне керівництво корпорацією та конкурентні переваги діяльності конгломерата та його дочірніх підприємств.

Samsung застосовує загальну конкурентну стратегію диференціації, спираючись на модель конкурентної стратегії Майкла

Е. Портера, стратегічна мета широкої диференціації полягає у збереженні конкурентної переваги шляхом надання унікальних (або диференційованих) продуктів, орієнтованих на широкий ринок, який у даному випадку є галузевим, за участю практично кожної людини чи групи, які купують смартфони, ноутбуки та інше обладнання. Для досягнення стратегічних планів Samsung щодо зростання та розширення на світовому ринку, ця загальна стратегія вимагає застосування розробки продуктів як основної інтенсивної стратегії зростання, щоб конкурувати з такими технологічними фірмами, як Apple, Google, Sony та LG [1].

Інвестиції Samsung у розробку продукції є стратегічним наслідком широкої загальної стратегії диференціації. Наприклад, компанія інвестує в технологічні інновації для підтримки конкурентної переваги своєї продукції на товарному ринку, також компанія рекламує свої товари як унікальні або ж як різні альтернативи більшості конкурентів.

Інші загальні стратегії конкуренції, такі як лідерство на витратах, фокус на диференціацію та орієнтація на витрати, також застосовуються в операціях Samsung, але в обмеженій кількості.

Обмежене застосування орієнтації на витрати все ще поширюється на стандарти інновацій, які відображають основну загальну стратегію Samsung із широкою диференціацією. Ці загальні стратегії узгоджуються з інтенсивними стратегіями зростання компанії, щоб досягти успіху в підтримці конкурентних переваг технологічної фірми [2].

Для аналізу інтенсивних стратегій розвитку Samsung, скористаємось аналітичним інструментом стратегічного менеджменту – матрицею Ансоффа.

Стратегія проникнення на ринок, стратегічною метою якої є зростання технологічного бізнесу за рахунок збільшення його доходів від продажу поточної продукції на поточних ринках, таких як ринок побутової електроніки Європейського Союзу, де корпорація вже працює. Як інтенсивна стратегія зростання, проникнення на ринок залежить від ефективності загальної стратегії диференціації, з точки зору того, як компанія створює технологічно інноваційні продукти, які є достатньо диференційованими для залучення цільових клієнтів на поточних ринках.

Стратегія розвитку продукції є головною стратегією інтенсивного зростання підприємства. Стратегічною метою розвитку продукту в цьому випадку є розширення бізнесу за допомогою

нових продуктів, таких як нові електронні пристрої. Також ця інтенсивна стратегія розширює діяльність Samsung завдяки ітераційним інноваціям, що призводить до вдосконалених версій або варіантів наявних продуктів.

Стратегія розвитку ринку, стратегічною метою якої є розвиток та вихід на нові ринки з використанням існуючих продуктів компанії. Як стратегія інтенсивного зростання, успіх розвитку ринку залежить від вартості товару та конкурентної переваги, що в цьому випадку пов'язане із загальною стратегією диференціації Samsung завдяки технологічним інноваціям.

Стратегія диверсифікації реалізується завдяки придбанням менших фірм, таких як Harman International Industries. Незначна роль цієї стратегії інтенсивного зростання обмежує ризики створення нових бізнес-операцій. При здійсненні диверсифікації застосовується також загальна стратегія диференціації конкурентоспроможності для конкурентоспроможності та стратегічного узгодження серед бізнес-операцій дочірніх компаній Samsung [3].

Висновки. Отже, можемо зробити висновок, що загальна стратегія Samsung та стратегії інтенсивного зростання спрямовують ріст та розвиток організації. Диференціація відіграє головну роль у формуванні конкурентних переваг компанії, хоча інші загальні конкурентні стратегії, такі як стратегія лідерства у витратах та фокус, також підтримують технологічне підприємство та його конкурентоспроможність. Стратегії управління операціями та управління Samsung повинні узгоджуватись із загальною стратегією диференціації та стратегіями інтенсивного зростання для підтримки зростання бізнесу, конкуруючи проти Apple, Google, Sony та інших агресивних багатонаціональних компаній.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аналіз конкурентних стратегій провідних корпорацій світу [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу: https://knowledge.allbest.ru/management/3c0a65625b2ad79b4d53b89421216d26_0.html. – Назва з екрана.
2. Samsung's Generic Competitive Strategy & Intensive Growth Strategies [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу: <http://panmore.com/samsung-generic-strategy-intensive-growth-strategies-competitive-advantage>. – Назва з екрана.

3. Центр стратегій та інновацій Samsung [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу: <https://www.samsung.com/us/ssic/innovations/>. – Назва з екрана.

ЕФЕКТИВНА РЕКЛАМА ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Я. Б. Матюшко, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-11

Л. С. Франко, науковий керівник, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Реклама є невід’ємною частиною життя сучасного суспільства, адже нині неможливо уявити життя без реклами. Вона щодня безпосередньо чи опосередковано здійснює вплив на більшість населення через те, що поширена всюди: в Інтернеті, газетах, журналах, на телебаченні, радіо, рекламних щитах, у транспорті. Реклама ефективно працює в соціальних мережах, через системи масової розсилки, електронної пошти тощо [2].

Сучасний медіа простір заповнений різноманітною рекламою, але далеко не вся вона приносить очікуваний ефект, частина рекламних звернень просто залишаються непоміченими цільовою аудиторією. Головна мета будь-якої реклами – просування бренду і компанії в цілому. Реклама повинна привертати увагу, спонукати до придбання товару, зміцнювати позитивний імідж підприємства на ринку [3].

Вплив реклами – це безперервний, постійний і складний процес. Німецький психолог Т. Каніг, який проводив дослідження щодо повторного впливу реклами, зазначив: «У перший раз читач не помічає оголошення. Вдруге зауважує, але не прочитує. Втретє читає, але машинально. У четвертий раз обдумує прочитане. У п’ятий раз говорить про нього зі своїми друзями. В шостий раз у читача з’являється думка, а, може, піти дізнатися більше. У сьомий раз річ купується» [2].

Ефективна реклама – це наслідок поєднання дієвого креативу і оптимального розміщення, яке забезпечує охоплення найбільшої частини цільової аудиторії. За допомогою ефективної реклами інформація про товар доноситься до кінцевого споживача у формі, яка сприяє збільшенню обсягів продажу та зумовлює підвищення складової ціни цього товару.

Будь-які засоби просування бренду на ринку розмовляють зі своїми потенційними споживачами за допомогою образів і символів, спрямованих на створення асоціативних зв'язків з рекламним об'єктом. Як правило, класична реклама позбавлена можливості впливати на споживачів тривалий час. Таким чином, іноді інвестиції тільки в пряму рекламу не дають належного ефекту [1]. На допомогу приходить нетрадиційна реклама.

Нестандартна ідея транзитної реклами була придумана і розміщена в Гамбурзі. В автобусах на гумових ручках, за які тримаються пасажир під час поїздки, були зображені годинники певної марки. Повідомлення було записано: «Приміряйте прямо зараз». Під час поїздки пасажир хапається рукою за ручку, і, таким чином, на його руді виявляються годинник.



Рисунок 1. – Реклама годинників на гумових ручках в автобусах Гамбурга [1]

Отже, ефективною можна вважати рекламу, яка може привернути увагу споживача до торгової марки, зміцнити лояльність до неї, підвищити рівень продажу продукції підприємства і тим самим впливати на збільшення отриманих прибутків.

Список використаних інформаційних джерел

1. Види, значення та ефективність сучасної реклами / Хасан Алі Аль-Абабнех [Електронний ресурс] // Молодий вчений. – 2016. – № 4 (31). – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/4/52.pdf>. – Назва з екрана.
2. Ефективна реклама як дієвий метод залучення споживача [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://drukuy.com.ua/news/efektivna-reklama-yak-dviy-metod-zalu>. – Назва з екрана.

3. Яким повинен бути рекламний текст? [Електронний ресурс] // Агенція KOLORO. – Режим доступу: <https://koloro.ua/ua/tekstreklamy.htmlchennya-spozshivacha>. – Назва з екрана.

ЕКОНОМІЧНИЙ КЛІМАТ НІМЕЧЧИНИ ЯК СЕРЕДОВИЩЕ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ ГЛОБАЛЬНИХ БРЕНДІВ

К. Семенова, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕН МБ 6-51.

Л. С. Франко, науковий керівник, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Економічний клімат – це загальноприйнята характеристика всеохоплюючого настрою світової чи регіональної економіки, що фіксує статус фондового ринку, сприйняття економіки споживачами та доступність робочих місць та кредитів. Такі бізнес-рішення, як наймання робітників, запозичення, кредитування та інвестиції в нові ініціативи часто сильно впливають на загальний економічний клімат [3].

Глобальний бренд – це бренд, який продається на дуже великій кількості національних ринків на основі єдиного унікального імені бренду, що є однаковим для кожного окремого національного ринку. Такі світові бренди пропонують значну економію в масштабі маркетингової діяльності та виробництві [4].

Німеччина має досить гарну репутацію у сфері ведення бізнесу та його підтримки. Менталітет жителів ФРН також сприяє до розвитку виробництва та розвитку сфери послуг у країні, оскільки німецька пунктуальність та педантичність відомі на весь світ. Спираючись на ці факти, міжнародні інвестори надають перевагу німецьким транснаціональним корпораціям.

Останніми роками Федеративна Республіка Німеччина має стабільні економічні показники розвитку з огляду на посилений внутрішній попит, гарну соціальну віддачу та досить високі обсяги експорту, які забезпечуються продуктивним та інноваційним виробничим сектором, наприклад, автомобільна та хімічна промисловість. Рекордно низький рівень безробіття, зростання зайнятості та реальної заробітної плати підкріпили попит на продукцію приватних домогосподарств. Обсяги інвестицій у бізнес щороку зростають [2].

«Doing Business» – це індекс, що досліджує нормативні показники, які охоплюють 11 сфер життя, десять із яких включені в рейтинг 2019 року за легкістю ведення бізнесу: відкриття бізнесу, отримання дозволів на будівництво, отримання електроенергії, реєстрація власності, отримання кредитів, захист інвесторів з числа меншин, сплата податків, торгівля через кордони, забезпечення дотримання контрактів і врегулювання неплатоспроможності [5].

Загалом Німеччина займає 22 сходинку серед 190 країн у світовому рейтингу легкості ведення бізнесу, що є досить високим показником, враховуючи рівень бюрократії в країні. Саме тому ФРН посіла 114 сходинку зі 190 у показнику легкості відкритості бізнесу.

Таблиця 1 – Індекс легкості ведення бізнесу для ФРН за 2019 рік [5]

№	Назва сфери життя бізнесу	Позиція у світовому рейтингу	Оцінка за шкалою 1–100
1	Відкриття бізнесу	114	83,58
2	Отримання дозволів на будівництво	24	78,16
3	Електропостачання	5	98,79
4	Реєстрація власності	78	65,70
5	Отримання кредитів	44	70,00
6	Захист міноритарних інвесторів	72	58,38
7	Оподаткування	43	82,11
8	Торгівля через кордони	40	91,77
9	Забезпечення виконання контрактів	26	70,39
10	Вирішення проблеми неплатоспроможності	4	90,12

Це пояснює, чому майже 4 % світових прямих інвестицій спрямовуються в Німеччину [5]. Для залучення іноземних інвестицій урядом була впроваджена спеціальна програма, що дозволяє нерезидентам відкривати і вести свій бізнес у країні набагато простіше, ніж раніше. Якщо до 2012 року іноземці могли відкрити свій бізнес у Німеччині тільки за наявності, як мінімум, 25 тисяч євро, то зараз відкрити бізнес може будь-який іноземець за наявності коректно підготовленого бізнес-плану, який отримав схвалення від місцевої влади [5].

Список використаних інформаційних джерел

1. Відкриваємо бізнес в Німеччині [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://finevolution.com.ua/vidkrivayemo-biznes-v-nimechchini/> (дата звернення 02.04.2020). – Назва з екрана.
2. Better policies for better lives [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/economy/germany-economic-snapshot> (дата звернення 02.04.2020). – Назва з екрана.
3. Business Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.businessdictionary.com/definition/economic-climate.html> (дата звернення 02.04.2020). – Назва з екрана.
4. The free dictionary by farlex [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://financial-dictionary.thefreedictionary.com/global+brand> (дата звернення 02.04.2020). – Назва з екрана.
5. The World Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2019> (дата звернення 02.04.2020). – Назва з екрана.

ЗМІСТ

Частина 1

СЕКЦІЯ 1. ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОБЛЕМИ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

<i>Акулович А. Є., Мих В. С., Педченко Н. С.</i> Форми проведення навчальних занять в університеті як крок до успішного становлення професійної особистості студента	3
<i>Гупса А. В., Негода М. О., Педченко Н. С.</i> Англійська мова: примха чи потреба?.....	6
<i>Королюк Л. С., Лебедик Л. В.</i> Забезпечення якості підготовки майбутніх фахівців до міжкультурної комунікації.....	8
<i>Королюк Р. І., Лебедик Л. В.</i> Забезпечення якості підготовки викладача вищої школи на основі використання електронних освітніх ресурсів	10
<i>Негода М. О., Шара С. О.</i> Планування та здійснення виховної роботи у закладах вищої освіти	12
<i>Сойка В. Б., Лебедик Л. В.</i> Забезпечення якості формування професійної компетентності майбутніх фахівців у технічному коледжі.....	15
<i>Стародуб Ю., Шара С. О.</i> Виховна робота у ЗВО як чинник формування особистості майбутнього фахівця	17
<i>Ивашнёва М. А., Злотников А. Г.</i> Белорусская система образования глазами экспертов Болонского комитета	20
<i>Саленко Є. В., Кононенко Ж. А.</i> Якість освіти – економічна складова формування компетентної людини.....	22

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ

<i>Акінішина О. В., Гасій О. В.</i> Сучасний стан розвитку споживчого кредитування в Україні	24
<i>Борисенко І. О., Гудзь Т. П.</i> Кредитний портфель банків України: сучасний стан та перспективи розвитку	26

Герасимчук О. В., Кривошеева Л. Н. Особенности конкурентоспособности национальной экономики стран Евросоюза.....	28
Зінченко А. В., Сидоренко-Мельник Г. М. Проблеми управління діловою активністю підприємства	30
Кольвашенко К. М., Тимошенко О. В. Шляхи вдосконалення податкової політики держави.....	33
Копил А. В., Чижевська М. Б. Фінансова інклюзія: сутність та перспективи розвитку	35
Корольова О. Д., Тимошенко О. В. Підвищення пенсійного віку: реальна потреба чи владна забаганка?	37
Панченко К. В., Гудзь Т. П. Фінансова безпека домогосподарств – основа економічного добробуту населення	40
Панченко В. В., Гасій О. В. Сутність та класифікація грошових потоків підприємства.....	42
Перерва В. Ф., Гасій О. В. Криптовалюта: роль у сучасному світі	44
Погорєлов О. В., Гудзь Т. П. Сучасні тенденції розвитку банківського кредитування фізичних осіб в Україні	46
Проскуріна В. В., Гудзь Т. П. Роль фінансів домогосподарств у функціонуванні фінансової системи України	49
Пухало Т. О., Гудзь Т. П. Особливості фінансової поведінки вітчизняних домогосподарств.....	51
Пиріг Д. В., Карцева В. В. Обґрунтування необхідності забезпечення інформаційної безпеки банківської діяльності.....	53
Разумова І. О., Гасій О. В. Управління позиковим капіталом підприємства	56
Рубан В. В., Гасій О. В. Криптовалюта у сфері фінансів.....	58
Рудько В. О., Гасій О. В. Оцінка рівня фінансової безпеки підприємств	60

<i>Сербін В. В., Гасій О. В.</i> Державний борг та його соціально-економічні наслідки	62
<i>Шкарупа Є. О., Тимошенко О. В.</i> Механізм прямого оподаткування у забезпеченні економічного розвитку країни	64
<i>Kundai T. K., Karpenko O. V., Artiukh V. M.</i> Role of Accounting in Training of Bachelors in Business Administration in Republic of Zimbabwe.....	67
<i>Paresh L. S., Karpenko O. V., Artiukh V. M.</i> Reasons for Mining Companies of the Republic of Tanzania work at break-even point.....	69
<i>Quainoo B., Karpenko O. V., Artiukh V. M.</i> National human resources needs of Ghana for cost and management accounting.....	71
<i>Бойко Р. В., Мілька А. І.</i> Підходи до класифікації основних засобів бюджетних установ.....	73
<i>Короткевич А. А., Новикова И. Н.</i> Раскрытие дополнительной информации в примечаниях к отчетности	76
<i>Лисенко Т. А., Кулик В. А.</i> Міжнародний стандарт фінансової звітності для підприємств малого бізнесу: зміст та призначення	78
<i>Малюк Р. Р., Ночовна Ю. О.</i> Публічні закупівлі і тендери: дефініції та проблематика	80
<i>Манжуров М. В., Кулик В. А.</i> Організація тендерної діяльності в Україні	82

СЕКЦІЯ 3. ПРАВО Й СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

<i>Берданова О. Ю., Кульчий О. О.</i> Соціальні мережі в контексті розвитку сучасного суспільства.....	85
<i>Білокінь Ю. А., Гладкий С. О.</i> Унітарна та федеративна форма державного устрою: переваги та недоліки	89
<i>Бондаренко І. С., Гладкий С. О.</i> Проблеми трансформації сучасного законодавства України.....	91

<i>Бреус В. О., Кульчий О. О.</i> Права та обов'язки суб'єктів договору про надання освітніх послуг	93
<i>Голобородько Н. В., Гладкий С. О.</i> Проблеми утвердження принципу верховенства права в Україні та основні шляхи їх вирішення	96
<i>Діденко І. О., Іщенко Т. В.</i> Спеціальна конфіскація: загальні аспекти, сутність та актуальні проблеми застосування.....	98
<i>Лопашенко О. Ю., Гладкий С. О.</i> Проблеми розвитку українського правового менталітету	101
<i>Ніколаєва І. В., Терела Г. В.</i> Єдність та диференціація у правовому регулюванні робочого часу педагогічних, науково-педагогічних та наукових працівників	103
<i>Потеряйко В. В., Лаврик Г. В.</i> Правова природа заборон і обмежень як засобів запобігання корупційним правопорушенням та правопорушенням, пов'язаним з корупцією.....	106
<i>Рябченко В. В., Гладкий С. О.</i> Державний режим сучасної Української держави: проблема трансформації.....	108
<i>Самойленко О. Ю., Білокінь Р. М.</i> Недоторканість речових доказів як умова зберігання в кримінальному процесі.....	110
<i>Самойленко Т. Г., Білокінь Р. М.</i> Організаційні вимоги до процесу проведення слідчих (розшукових) дій	112

СЕКЦІЯ 4. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: МОВНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ

<i>Акулович А. Є., Кришталь А. М.</i> Professional English in the field of hotel and restaurant services	115
<i>Алексееук А. О., Кононенко О. А.</i> Different aspects of inequality between women and men: financial and professional sides	117
<i>Андрусенко Л. В., Кришталь А. М.</i> Current trends in the formation of English vocabulary in the field of tourist services.....	119

Білокіз М. Б., Іщенко В. Л. Features of doing business in Ukraine	121
Бублій А. С., Іщенко В. Л. How to prevent burning out at work.....	122
Bassirou Gaye, Руденко Н. С. Technological differences and personal development	124
Ісенко М. Г., Кришталь А. М. Formation of modern english as an international tourism language and its reason.....	126
Кожевніков Д. М., Іщенко В. Л. Stationery sales increase	127
Коробейник М. Ю., Кришталь А. М. Modern English vocabulary in the restaurant sector	129
Лихошерст С. А., Кришталь А. М. Foreign language in the professional training of hotel and restaurant business	130
Lobatsch O., Kobzar O. Simultandolmetschen als wichtige Kompetenz von Fachübersetzer	131
Остапенко Ю. В., Чабан В. В. Professional English vocabulary in using on international conferences and negotiations by hotel and restaurant workers.....	134
Polyvoda D. W., Dzekun Y. O. Bibliothekswesen in Deutschland.....	136
Tamba Rohey, Руденко Н. С. Gender Discrimination in Computer Science (Africa).....	137
Скрипник М. М., Царенко В. М. Professional speech competence of prospective experts in hotel and restaurant business	139
Шевченко Д. О., Кононенко О. А. Online Advertising versus Offline Advertising	141
Шмиголь Ю. Ю., Кришталь А. М. Ways of forming terminology in the field of service.....	143
Богнет Б., Артюх В. М. Nigerian national market of telecommunications: outline of current affairs	146
Mubeen Hassan, Kononenko O. Managers	148

<i>Ahmed Rabilu, Руденко Н. С.</i> Information technology in the social system	149
--	-----

СЕКЦІЯ 5. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ

<i>Dashko K. I., Korol T. H.</i> Peculiarities of Poetry Translation from English (Based on the Poems by Ocean Vuong).....	152
<i>Жолубак Г. В., Тупиця О. Ю.</i> Назви грошових одиниць як реалії: специфіка перекладу	154
<i>Zelenko D. V., Korol T. H.</i> Translation of proper Names in the Fantasy Novel «Hunger Games» by S. Collins.....	157
<i>Levoshko E. A., Korol T. H.</i> Ukrainian Translation of movie titles from English.....	159
<i>Nos Yu. O., Sukhachova N. S.</i> Etymology of English Idioms	161
<i>Олійник Є. К., Стеценко В. В.</i> Безеквівалентна лексика: проблеми відтворення.....	163
<i>Pelyak V. O., Sukhachova N. S.</i> Neologisms of Modern English in Mass media	165
<i>Prokhorenko T. O., Sukhachova N. S.</i> Diversity of Idioms in the English Language	168
<i>Шипік В. Г., Тупиця О. Ю.</i> Сучасні запозичення в лексиці німецької мови	170

СЕКЦІЯ 6. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА Й ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА УСТАНОВ

<i>Бурмака К. М., Макарова М. В.</i> Особливості документування управлінської діяльності в ПАТ «Нафтогазвидобування»	173
<i>Возняк О. О., Двірня О. А.</i> Бібліотеки України в мережі інтернет: на прикладі Полтавської обласної бібліотеки для юнацтва імені Олеся Гончара.....	175
<i>Галицька А. Р., Двірня О. А.</i> Віртуальні виставки як сучасна дистантна бібліотечна послуга.....	177

Глушкова К. О., Двірна О. А. Автоматизація діловодства закладів ресторанної індустрії: на прикладі ресторану японської кухні «Бонсай».....	179
Гоцева К. А., Денисенко Н. Г. Автоматизовані документальні інформаційні системи	181
Дивакова А. Н., Толкачѳва Е. Г. Состав и содержание учетной информации о товарах в целях управления	183
Козоріз Т. В., Двірна О. А. Інтернет-сервіси створення віртуальних виставок	186
Козоріз Т. В., Литвиненко Ю. О. Бази даних у проектуванні і реалізації інформаційних систем	188
Король С. В., Оніпко Т. В. Вебсайти органів виконавчої влади в Україні.....	190
Линник А. С., Оніпко Т. В. Інтернет-сайт у діяльності музею	192
Писаренко А. Р., Денисенко Н. Г. Історія становлення та розвитку соціокультурної діяльності бібліотек	195
Поливода Д. В., Оніпко Т. В. Музейні інновації та інтерактивність: дефініція понять.....	197
Стечак Т. Є., Колєчкіна Л. М., Литвиненко Ю. О. Напрями вдосконалення використання електронних документів у вищих навчальних закладах	199
Шкураток А. В., Стечак Т. Є., Білоусько Т. М. Технологічні рішення для автоматизації документообігу сучасних установ.....	201
Шкураток А. В., Двірна О. А. Особливості використання електронного майданчика «PROZORRO»	203
Малярєнко Т. Г., Шаповал Л. І. Експозиційна діяльність народного музею Остапа Вишні.....	205
Романенко В. В., Шаповал Л. І. Навчальні музеї у музейній мережі Полтавщини.....	209

СЕКЦІЯ 7. СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

<i>Атоако С., Пожар А. А.</i> Social and economic reasons of cooperatives' origin.....	213
<i>Goretti M., Пожар А. А.</i> Investment climate of Switzerland	215
<i>Кроку О., Пожар А. А.</i> Influence of globalization on the world food market	217
<i>Kwao S. T., Bazavluk N. G.</i> International marketing in sports industry	218
<i>Nyamekye R., Tul S. I.</i> The positive and negative influence of globalization on the activities of international business (based on Apple Inc.).....	222
<i>Князькін В. А., Туль С. І.</i> Ринковий сегмент транснаціональної корпорації «NIKE, INC.»: оцінка сучасного стану та змін у динаміці.....	224
<i>Кожевніков Д. М., Франко Л. С.</i> Вплив пандемії коронавірусу на малий та середній бізнес в Україні	227
<i>Коришун Е. С., Флегантова А. Л.</i> Загальна конкурентна стратегія «SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD.» та стратегії інтенсивного зростання	229
<i>Матюшко Я. Б., Франко Л. С.</i> Ефективна реклама як запорука успішного розвитку підприємства	232
<i>Семенова К., Франко Л. С.</i> Економічний клімат Німеччини як середовище створення ефективних глобальних брендів	234

Частина 2

СЕКЦІЯ 8. МЕНЕДЖМЕНТ І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Попова Є. І., Гусаковська Т. О.</i> Корпоративна культура компанії та її креативна складова (на прикладі TOYOTA MOTOR CORPORATION)	3
---	---

Tadeyo kundai Lionnel, Shymanovska-Dianyeh L. M. Communications in Management: importance and role	5
Gurbanov Nijat Rizvan ogli, Shymanovska-Dianyeh L. M. The Economic context of Azerbaijan	7
Тереховська Д. Ю., Бондар-Підгурська О. В. Кластер як територіально-просторове утворення та можливість вчасного задоволення життєво важливих інтересів населення України	9
Сербін В. О., Лозова О. В. П-менеджмент (менеджмент майбутнього)	15
Івчук В. В., Лозова О. В. Управління ризиками діяльності підприємства в умовах ринкових змін	16
Масляник І. А., Лозова О. В. Управління соціальним розвитком підприємства	18
Osun Oluwatobi Greatness, Chayka I. P. Theoretial priniples of Management of the ommerial activity of the enterprise	20
Чижевська С. В., Бондар-Підгурська О. В. Кластери як форма інноваційного розвитку економіки: міжнародний досвід	22
Павленко С. О., Білінська О. П. Підвищення ролі адаптації в системі управління організацією	27
Ізмайловська О. О., Білінська О. П. Вплив організаційної культури на ефективність діяльності підприємства	29
Мірошниченко Р. С., Білінська О. П. Особливості застосування функціонального підходу в процесі формування системи менеджменту підприємства.....	31
Черкас В. О., Білінська О. П. Професійний розвиток персоналу в системі менеджменту сучасного підприємства.....	33
Чижевська С. В., Гусаковська Т. О. Особливості управління фінансами підприємства в сучасних умовах	35
Харченко А. С., Гусаковська Т. О. Маркетингова діяльність підприємства як об'єкт управління	37
Саленко Є. В., Гусаковська Т. О. Методи підвищення продуктивності праці	38

Бабенко К. В., Кужель Н. Л. Організаційна культура як елемент внутрішнього середовища організації	40
Горошко О. Г., Кужель Н. Л. Конфлікт як механізм розвитку організації	42
Грибінчук В. В., Кужель Н. Л. Інформаційне забезпечення управлінської діяльності підприємства.....	44
Деркач А. Г., Кужель Н. Л. Процес відбору персоналу в організації: етапи та джерела	46
Іванніков Д. О., Кужель Н. Л. Характеристика системи ефективного контролю на підприємстві	48
Ковальчук Р. Б., Кужель Н. Л. Невербальні засоби в крос-культурній комунікації.....	50
Щербина Ю. В., Щербань М. С., Давиденко Є. О., Кужель Н. Л. Мотивація персоналу як фактор та необхідна умова розвитку підприємства	52
Іващенко А. В., Рибалко-Рак Л. А. Управління якістю продукції на підприємстві	54
Quainoo Bright, Goureeva Maya. Production system in enterprises	57
Mensah Ewuraesi, Goureeva Maya. Managing change & being flexible in life.....	60
Werteni Hamed, Goureeva Maya. Management innovation.....	61
Malek Sonuber, Goureeva Maya. Environmental Management	63
Lathia Sunny, Goureeva Maya. Lean manufacturing.....	66
Афанасьєва К. С., Новикова И. Н. Стимулирование развития малого предпринимательства в Республике Беларусь.....	69
Лашкевич В. А., Новикова И. Н. Контроль обоснованности переоценки товаров в розничной торговле	71
Temilola O. Oredugba, Shimanovska-Dianich L. M. Walks of life «Have you met me?» Management of human emotional responses	74

Волощенко В., Михайленко О. Виготовлення оригінальних керамічних виробів і креативних подарунків	76
Говтвяниця К. В., Юрко І. В. Виготовлення дизайнерських шопперів	78
Коваль Н., Юрко І. В. Організація розробки та пошиття дизайнерського одягу, обладнаного регулятивною smart-системою контролю	80
Корнева А. О., Юрко І. В. Розробка проєкту вирощування органічної малини в закритому ґрунті	82
Лебідь Ю. В., Юрко І. В. Розробка концепції майбутнього бізнесу. Консалтингова компанія «L&M CONSULT» («LAW&MARKETING CONSULT»)	84
Озуй Я., Юрко І. В. Повторне використання відходів для виробництва дерев'яної продукції	86
Пазенко І. М., Юрко І. В. Організація роздрібної торгівлі продуктами здорового харчування.....	88
Сапун С. В., Юрко І. В. Бренд одягу з ексклюзивними малюнками ручного розпису	91
Сира А., Михайленко О. Створення платформи для обслуговування виробників та споживачів предметів народного ремесла та художнього промислу	93
Тютюнник К., Юрко І. В. Концепція реалізації проєкту «Не винний»	94
Хоменко Б., Михайленко О. Виготовлення креативної відеореклами	97
Шалун К. М., Власенко Є. О., Юрко І. В. Розвиток проєктів креативних індустрій	98

СЕКЦІЯ 9. ЛІДЕРСТВО ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ХХІ ст.

Брачун О. О., Рудич Л. В. Формування ефективної команди в умовах кризи	102
---	-----

<i>Бойко Р. В., Рудич Л. В.</i> Формування ефективних лідерських комунікацій	104
--	-----

СЕКЦІЯ 10. ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Курбыко Д. В., Гасанова Т. В.</i> Глобальні проблеми розвитку мирової економіки	106
<i>Превар С. О., Вергал К. Ю.</i> Інноваційні технології в роздрібній торгівлі	108
<i>Резинко А. Г., Кузьменко О. К.</i> Прогнозована економетрична модель фінансової спроможності місцевих бюджетів.....	110

СЕКЦІЯ 11. МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА: АКТУАЛЬНІ НАПРЯМКИ ДОСЛІДЖЕНЬ

<i>Алексов С. В., Черненко О. О.</i> Тренажер з теми «Дерево розбору» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» та розробка його програмного забезпечення	115
<i>Белінська В. В., Парфьонова Т. О.</i> Алгоритмізація та програмування елементів тренажера з теми «Розподіли дискретних випадкових величин та їх числові характеристики» дистанційного навчального курсу «Теорія ймовірностей та математична статистика»	117
<i>Волосевич М. В., Черненко О. О.</i> Тренажер з теми «Марківські підстановки» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» та розробка його програмного забезпечення	119
<i>Гусак Ю. С., Олексійчук Ю. Ф.</i> Програмна реалізація елементів тренажера з теми «Моделювання булевих функцій за допомогою елементарного перцептрону» дисципліни «Нейронно-мережеві технології в інформатиці»	121
<i>Кривошей О. С., Олексійчук Ю. Ф.</i> Програмна реалізація елементів тренажера з теми «Виявлення аномальних спостережень за допомогою критерію Томпсона» дисципліни «Аналіз даних і прикладні пакети статистичної обробки».....	123

Мороз А. В., Ємець О. О. Оптимізація виробництва столів: програмна реалізація тренажера дистанційного курсу «Проектне навчання з курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій»	125
Спорнік С. С., Олексійчук Ю. Ф. Алгоритм тренажера з теми «Частинна кореляція» дисципліни «Аналіз даних і прикладні пакети статистичної обробки»	127
Фесенко Д. І., Олексійчук Ю. Ф. Розробка тренажера з теми «Аналіз алгоритму сортування злиттям» дисципліни «Аналіз алгоритмів»	129

СЕКЦІЯ 12. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ

Бабаєв Р. А., Карпенко Н. В. Маркетингові дослідження діяльності торговельних підприємств	132
Балюк Ю. В., Карпенко Н. В. Ефективність реклами	134
Давиденко Є. О., Яловега Н. І. Сучасні особливості побудови відносин з клієнтами у сфері рекламного бізнесу	136
Зезекало Є. О., Іваннікова М. М. Розвиток концепції маркетингу на українських підприємствах	138
Кажсан О. С., Іваннікова М. М. Класифікація людських потреб у контексті маркетингу	139
Калініна А. І., Яловега Н. І. Особливості розвитку вітчизняного ринку директ-маркетингу	141
Кісурін В. В., Іваннікова М. М. Партизанський маркетинг та його вплив на споживача.....	143
Коба Д. О., Карпенко Н. В. Конкурентоспроможність товару	145
Колотко А. І., Карпенко Н. В. Лізингові взаємовідносини між підприємствами в сучасних умовах.....	147
Лебідь Ю. В., Карпенко Н. В. Формування маркетингової стратегії і планування маркетингових програм	149
Левченко О. С., Трайно В. М. Маркетингові комунікації у сфері туризму	151

<i>Москаленко Т. О., Іваннікова М. М.</i> Сутність маркетингової діяльності підприємства.....	153
<i>Твердохліб М. О., Трайно В. М.</i> Онлайн маркетинг b2b.....	154
<i>Ульхова А. А., Карпенко Н. В.</i> Ефективність маркетингової діяльності підприємств у сучасних умовах підвищеної динамічності та ризикованості підприємництва.....	156
<i>Уразка О. В., Трайно В. М.</i> Міжкультурні комунікації в інноваційному суспільстві	158
<i>Федоша М. О., Яловега Н. І.</i> Формування та розвиток іміджу підприємства	160
<i>Хорольська А. С., Іваннікова М. М.</i> Комплекс «4 Р» у соціально-етичній концепції маркетингу	163
<i>Шарко Б. Р., Карпенко Н. В.</i> Маркетинговий інструментарій підприємства в сучасних умовах.....	165
<i>Ярьсько А. П., Яловега Н. І.</i> Роль лідогенерації у процесі вдосконалення комунікацій підприємства.....	166

СЕКЦІЯ 13. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

<i>Книш Я. А., Кириченко О. В.</i> Документальне забезпечення експертних досліджень виробів санітарно-гігієнічних.....	169
<i>Яценко А. О., Гнітій Н. В.</i> Еспертиза кисломолочного сиру за фізико-хімічними показниками	171
<i>Дмітрієва А., Бондар І., Гнітій Н. В.</i> Експертиза вершкового масла вітчизняних виробників за фізико-хімічними показниками	173
<i>Бондарець Т. Г., Гнітій Н. В.</i> Експертиза якості дитячого харчування на прикладі яблучного пюре за нутриціологічними та фізико-хімічними показниками	175
<i>Годунок А. Д., Гнітій Н. В.</i> Фізико-хімічна експертиза якості плавленого сиру.....	176
<i>Кравчук В. В., Гнітій Н. В.</i> Еспертиза якості сиру «Бринза» за нутриціологічним складом	178

СЕКЦІЯ 14. ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ БІОТЕХНОЛОГІЙ ТА УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ТОВАРІВ

Панайотова Т. Б., Губа Л. М. Стан ринку косметичної продукції в Україні	181
Брихачко І. І., Назаренко В. А. Сучасні аспекти виробництва кисломолочних напоїв	183
Костик Д. О., Назаренко В. А. Інновації у виробництві безалкогольних напоїв	186
Макаренко Д. М., Рачинська З. П. Дослідження показників якості тональної основи фірми «BOURJOIS» «HEALTHY MIX»	188
Шамрай В. П., Сахно Т. В. Дослідження поверхневих енергетичних характеристик тефлону	191
Панайотова Т. Б., Семенов А. О. Фотобіологічна безпечність ламп та лампових систем	193
Іващенко Д. О., Хмельницька Є. В. Вивчення мікробіологічних показників ферментованих овочів	196
Голуб О. В., Флока Л. В. Оцінка якості кавових напоїв на основі цикорію	198
Періста Л. М., Флока Л. В. Комплексна оцінка якості безглютенового печива	200
Рахматов А., Флока Л. В. Биотехнологии при производстве виноградных вин	202
Голубицька О. Р., Гнітій Н. В. Аналіз якості кави розчинної за фізико-хімічними показниками	204
Чопик К. В., Гнітій Н. В. Визначення фізико-хімічних показників якості чорного чаю	206
Benetti Wisper, Aelita Mseka Kachifubu, N. V. Gnitiy. Examination of the phisico-chemical qualiti of energy drinks	207
Влізько В. С., Горячова О. О. Дослідження особливостей хімічного складу та безпечність слабоалкогольних газованих напоїв	209

<i>Дмитренко А. С., Горячова О. О.</i> Сучасний асортимент кисломолочних напоїв	212
---	-----

СЕКЦІЯ 15. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

<i>Алізаде Ф. І., Капліна Т. В.</i> Інтеграція «MICHELIN RED GUIDE» у світовий ресторанний бізнес	214
<i>Білай А. В., Володько О. В.</i> Сучасні енергоефективні та ресурсозберігаючі технології для готельних підприємств	217
<i>Головченко Л. В., Капліна Т. В.</i> Упровадження інноваційних технологій у готелі категорії «***» на 164 місця в місті Чернігів	219
<i>Дика Є. Т., Рогова Н. В.</i> Формування конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії за рахунок інноваційних технологій	223
<i>Жувага А. О., Куш Л. І.</i> Професійна культура персоналу підприємства індустрії гостинності – один із факторів його конкурентоспроможності	226
<i>Львіна Є. Е., Кирніс Н. І.</i> Основні формати пропозицій бізнес-харчування в Полтавському регіоні	229
<i>Ситник В. В., Карпенко В. Д.</i> Впровадження інновацій у готелі «Оберіг» у м. Київ	231
<i>Турченко Д. Д., Карпенко В. Д.</i> Перспективи впровадження соціальних інновацій у підприємствах готельного господарства	233
<i>Фірсов К. С., Рибаків С. С.</i> Особливості складання меню для ресторану	235
<i>Чермеренкова М. Д., Куш Л. І.</i> Актуальні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Полтавському регіоні	237

СЕКЦІЯ 16. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

<i>Бондаренко К. О., Жушман І. В., Тараненко О. О.</i> Чинники розвитку туризму в регіоні	240
<i>Василевська А. О., Тараненко О. О.</i> Стан та перспективи розвитку круїзного туризму.....	242
<i>Виноградова А. М., Тараненко О. О.</i> Соціально-економічні чинники розвитку туризму у Волинській області	244
<i>Зубаха В. В., Карпенко Ю. В.</i> Аналіз інфраструктурної компоненти рекреаційно-туристичного потенціалу Запорізької області.....	247
<i>Коваль Н. О., Логвин М. М.</i> «Похмурий» туризм: сучасні реалії та перспективи розвитку	250
<i>Міхно К. А., Тараненко О. О.</i> Туристична привабливість Франції.....	252
<i>П'явка К., Шуканов П. В.</i> Архітектурно-історичні ресурси – візитівка туристичної Полтавщини	254
<i>Скрипник Я. В., Тараненко О. О.</i> Стан та перспективи розвитку космічного туризму	256
<i>Троценко А. В., Логвин М. М.</i> Сільський зелений туризм як перспективний напрям розвитку села	258
<i>Шматченко І. В., Тараненко О. О.</i> Розвиток лікувально-оздоровчого туризму у Львівській області	261
<i>Шокотько Ж. В., Тараненко О. О.</i> Сутність та структура рекреаційно-туристичного потенціалу регіону	263
<i>Юрчишина К. О., Тараненко О. О.</i> Інтернет як інструмент розвитку сфери туризму	266

СЕКЦІЯ 17. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

<i>Андрущенко Я. С., Рогова А. Л.</i> Теоретичні аспекти створення борошняних кондитерських виробів для хворих на цукровий діабет	269
---	-----

Колесник В. Г., Бублик І. В., Положишникова Л. О. Використання фруктової сировини у технологіях органічних соусів	271
Майба А. А., Олійник Н. В. Перспективи використання висівків у технології кексів	273
Мирончук І. С., Горобець О. М. Використання рослинної сировини в технології печива	276
Николаєва Д. С., Рогова А. Л. Доцільність використання кербу в технології борошняних кондитерських виробів	278
Рожновська К. О., Положишникова Л. О. Технологія напівфабрикатів кондитерських виробів з використанням концентрату сироваткових білків, отриманого методом ультрафільтрації	280
Рябоконт С. С., Горобець О. М. Використання вторинної сировини в технології солодких страв.....	283
Сіренко Р. Р., Тюрікова І. С. Дослідження біологічної цінності дині	285

СЕКЦІЯ 18. ПИТАННЯ ІНЖЕНЕРІЇ, ОБЛАДНАННЯ ТА МАТЕМАТИКИ

Бондар І. О., Миронов Д. А. Використання паростків пшениці та ячменю в технологіях безалкогольних напоїв	288
--	-----

СЕКЦІЯ 19. СУЧАСНЕ ОСМИСЛЕННЯ ІСТОРІЇ Й КУЛЬТУРИ: ПОДІЇ, ЯВИЩА, ПОСТАТІ

Білаш Т. С., Петренко І. М. Борис Миколайович Мартос (1879–1977) – видатний економіст, кооператор і громадський діяч	290
Вікторова В. О., Петренко І. М. Жінки в історії України	291
Попова Є. І., Петренко І. М. Роль жінки в історії України. Жіноче ім'я як епізод історії. Славетні жінки України	293
Гаврильєв С. С., Сарипин В. В. Олександр Довженко і Шипаччина: «Земля» на полтавській землі.....	295

<i>Прохоренко Т. О., Петренко І. М.</i> Наукова спадщина Бориса Мартоса (1879–1977) та її значення для ефективного розвитку кооперації.....	297
---	-----

СЕКЦІЯ 20. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІЛОСОФІЇ, ПСИХОЛОГІЇ ТА ПЕДАГОГІКИ

<i>Вікторова В. О., Мовчан М. М.</i> Стан стресу: причини та наслідки.....	300
<i>Гахраманова А. Р., Тодорова І. С.</i> Психологія діяльності менеджера щасття (Happiness Manager)	302
<i>Кісурін В. В., Мовчан М. М.</i> Значення темпераменту в діяльності людини.....	306
<i>Кожевніков Д. М., Мовчан М. М.</i> Самотність в юнацькому віці.....	308
<i>Костик Д. О., Мовчан М. М.</i> Дослідження сновидінь: тлумачення та методика	310
<i>Мельнічук Н. В., Тодорова І. С.</i> Компоненти антибулінгової компетентності викладача	312
<i>Огуй Я. В., Мовчан М. М.</i> Мотивація навчальної діяльності студентів.....	314
<i>Попова Є. І., Тодорова І. С.</i> Психологія стереотипів і упереджень	316
<i>Саленко Є. В., Мовчан М. М.</i> Вольова поведінка людини та проблеми її розвитку	319

СЕКЦІЯ 21. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

<i>Кириленко Ю. С., Ахтирська Н. М.</i> Екстремальні види спорту в Україні на 2018–2019 рр. Правила безпеки.....	321
<i>Настусевич І. Г., Маркевич О. П.</i> Роль физической культуры в профилактике грыжи позвоночника	322

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за
підсумками науково-дослідних робіт
студентів за 2019 рік

(м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року)

Частина 1

Головна редакторка *М. П. Гречук*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 14,8.
Тираж 100 пр. Зам. № 127/1672.

Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Ковалю, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.