

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

## **ТИЖДЕНЬ НАУКИ**

Збірник тез доповідей щорічної  
науково-практичної конференції серед студентів,  
викладачів, науковців, молодих учених і аспірантів

18–22 квітня 2016 року

Том 3

м. Запоріжжя

УДК 001  
ББК Ч 21  
Т39

Рекомендовано до видання Вченою радою  
Запорізького національного технічного університету  
(протокол № 12 від 23.05.2016)

Упорядник Висоцька Н. І.

Редакційна колегія:

*Внуков Ю. М.*, д-р техн. наук, професор (відпов. ред.)

*Зайцева В. М.*, канд. пед. наук, професор

*Іщенко Л. Й.*, д-р техн. наук, професор

*Луньов В. В.*, д-р техн. наук, професор

*Піза Д. М.*, д-р техн. наук, професор

*Прушківський В. Г.*, д-р екон. наук, професор

*Сажнев В. М.*, канд. техн. наук, доцент

*Висоцька Н. І.*, начальник патентно-інформаційного відділу

Тези доповідей друкуються методом прямого відтворення тексту, представленого авторами, які несуть відповідальність за його форму і зміст.

**Тиждень науки.** Тези доповідей науково-практичної конференції,  
Т39 Запоріжжя, 18–12 квітня 2016 р. / Редкол.: Ю. М. Внуков (відпов.  
ред.) та ін. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2016. – 568 с.  
ISBN 978-617-529-147-4. (повне зібрання)  
ISBN 978-617-529-149-8. (том 3)

Зібрані тези доповідей, заслуханих на щорічній науково-практичній конференції серед студентів, викладачів, науковців, молодих учених і аспірантів. Збірка відображає широкий спектр тематики наукових досліджень, які проводяться у Запорізькому національному технічному університеті. Збірка розрахована на широкий загал дослідників та науковців.

**УДК 001  
ББК Ч 21**

ISBN 978-617-529-147-4.  
ISBN 978-617-529-149-8.

© Запорізький національний  
технічний університет (ЗНТУ), 2016

## Зміст

<b>СЕКЦІЯ «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»..</b>	<b>24</b>
<i>Сарнацький О. П</i> МЮНХЕНСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ 1938 РОКУ ТА ЇЇ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІ НАСЛІДКИ .....	24
<i>Павлюк Т.С.</i> ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ .....	26
<i>Мелещенко А.І.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГАЗОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	27
<i>Лазнева І.О.</i> АНАЛІЗ КРИТИЧНИХ ЧИННИКІВ, ЩО ГАЛЬМУЮТЬ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ЧАСОВИХ ГОРИЗОНТАХ 2015–2020 РР. ....	29
<i>Ситников М.М.</i> ВІЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ЗОНИ І ЇХ ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ РЕГІОНУ ..	31
<i>Єгоров А.О.</i> ЕНЕРГЕТИЧНА ВАЛЮТА: АЛЬТЕРНАТИВНА ФОРМА ПРИВАТНИХ ГРОШЕЙ АБО СХЕМА ФІАТНОЇ ЕМІСІЇ? .....	33
<i>Копіченко А.А., Єгоров А.О.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ .....	35
<i>Алпатова Є.Є., Лазнева І.О.</i> ОСОБЛИВОСТІ СХІДНОЇ ДИПЛОМАТІЇ.....	37
<i>Коломоєць К.В., Павлюк Т.С.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ.....	39
<i>Мигловець Н.О., Сарнацький О. П.</i> БРЕТТОН-ВУДСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ 1944 Р. ТА ЇЇ МІЖНАРОДНІ НАСЛІДКИ..	40
<i>Дорошук Т.В., Єгоров А.О.</i> АНАЛІЗ ПРИЧИН ТА ЗАХОДІВ ПОДОЛАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ БОРГОВОЇ КРИЗИ .....	42
<i>Цимбал Ю.О., Мелещенко А.І.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ І ЇХ ВПЛИВ НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	44
<i>Панченко А.О., Лазнева І.О.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПРОТОКОЛЬНИХ ЗАХОДІВ В КРАЇНАХ ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ .....	46

<b>СЕКЦІЯ «ПЕРЕКЛАД».....</b>	<b>49</b>
<i>Куц Е.О.</i> КОГНІТИВНЕ ТЕРМІНОЗНАВСТВО ЯК НОВА ПАРАДИГМА ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНІВ І ТЕРМІНОСИСТЕМ.....	49
<i>Кузнецова М.О.</i> СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ ПЕРЕКЛАДУ.....	51
<i>Волошук В.І.</i> СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОЇ АРХІТЕКТУРНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ.....	53
<i>Лут К.А.</i> ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ОБРАЗНОСТІ В НАУКОВОМУ СТИЛІ.....	54
<i>Кузнєцова І.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ НАНОТЕХНОЛОГІЧНИХ ТЕРМІНІВ.....	56
<i>Тарасенко К.В.</i> ПОНЯТТЯ «БІЛІНГВАЛЬНИЙ ПЕРЕКЛАД»: ПРОБЛЕМА ДЕФІНІЦІЇ ТА ДОСЛІДНИЦЬКІ ПЕРСПЕКТИВИ.....	57
<i>Лазебна Н. В.</i> АНГЛОМОВНІ ТЕРМІНИ ГАЛУЗІ АДИТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА: СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА, ПЕРЕКЛАД.....	61
<i>Костенко Г.М.</i> СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛІЙСЬКОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ТЕКСТУ.....	63
<i>Серга Н.В.</i> СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАНЦУЗЬКИХ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ.....	65
<i>Хавкіна О.М.</i> СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ТЕРМІНООДИНИЦЬ ПІДМОВИ УРБАНІСТИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ.....	66
<i>Підгорна А.Б.</i> СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ ТЕПЛОЕНЕРГЕТИКИ.....	68

<i>Бережна О.О.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНІВ АНГЛІЙСЬКОЇ БІРЖОВОЇ ЛЕКСИКИ .....	70
<i>Правда Н.А.</i> ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОЗНАКИ ТЕРМІНІВ НАУКО-ТЕХНІЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ .....	71
<i>Голтвяниця Н.Ю.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ ФРАНЦУЗЬКИХ БАГАТОКОМПОНЕНТНИХ ТЕРМІНІВ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ .....	73
<i>Костенко Г.М., Якимчук О.О.</i> НАРАТИВНЕ ПАРОДІЮВАННЯ БІОГРАФІЧНОГО ЖАНРУ У РОМАНІ ВІРДЖИНІ ВУЛФ «ФЛАШ» ТА ЙОГО ЗБЕРЕЖЕННЯ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ .....	74
<i>Кузнецова М.О., Конончук В.Р.</i> ПОЛІКОДОВИЙ ХАРАКТЕР ІНТЕРНЕТ-САЙТУ КНУ ІМ. ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ВІДТВОРЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ .....	76
<i>Хавкіна О.М., Романець І.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕКСТІВ СПОРТИВНОЇ ТЕМАТИКИ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ) .....	78
<i>Тарасенко К.В., Михайліченко В.Р.</i> ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНОСИСТЕМИ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ .....	79
<i>Лещенко А.А., Швець К.О.</i> ПОЕТИЧНИЙ ПЕРЕКЛАД КРІЗ ПРИЗМУ КРОС-КУЛЬТУРНОЇ АДАПТАЦІЇ .....	81
<i>Підгорна А.Б., Гаврилюк Д. О.</i> СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПТОСФЕРИ РОМАНУ ЕДВАРДА РЕЗЕРФОРДА «ЛОНДОН» .....	83
<i>Лазебна Н.В., Киструль О.С.</i> СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ АДИТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА .....	85
<i>Костенко Г.М., Журенко А.А.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙ ЧАСУ Й ПРОСТОРУ В МОДЕРНІСТСЬКОМУ РОМАНІ- МІФІ ДЖ. ДЖОЙСА «УЛІСС» .....	87

<i>Кузнецова І.В., Чернова А.В.</i> МЕТАФОРА ЯК СПОСІБ ТВОРЕННЯ ВТОРИННОЇ НОМІНАЦІЇ В ТЕРМІНОСИСТЕМІ ВЕРСТАТОБУДУВАННЯ .....	89
<i>Хавкіна О.М., Абрамова А.А.</i> СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ КОНЦЕПТОМ «ПРАЦЯ» .....	90
<i>Лут К.А., Коваль Ж.С.</i> ПРАГМАТИЧНІ ФУНКЦІЇ ТЕКСТІВ АСТРОНОМІЧНОЇ ТЕМАТИКИ.....	92
<i>Костенко Г.М., Бурнашова А.В.</i> МІСТИФІКАЦІЙНІ ЕЛЕМЕНТИ РОМАНУ ДЖ. ФАУЛЗА «ВОЛХВ» ТА ЇХ ЛІТЕРАТУРНА АДАПТАЦІЯ .....	94
<i>Гура Н.П., Іваніків Л.І.</i> ГРА ЗІ «СМЕРТЮ» В РОМАНІ І. МАК'ЮЕНА «АМСТЕРДАМ» .....	95
<i>Серга Н.В., Бондаренко Я.І.</i> ФРАНЦУЗЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА, ПЕРЕКЛАД.....	97
<i>Волошук В.І., Кіщак А.С.</i> СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОНОМАСТИКОНУ НІМЕЦЬКИХ ЛІТЕРАТУРНИХ КАЗОК ТА ЇХ ЗБЕРЕЖЕННЯ В ПЕРЕКЛАДІ .....	99
<i>Куц Е.О., Скиба К.С.</i> ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ СУСПІЛЬНО- ПОЛІТИЧНИХ ТЕРМІНІВ .....	101
<b>СЕКЦІЯ «ДИЗАЙН» .....</b>	<b>103</b>
<i>Бобровський І.В.</i> КОРИСТЬ, МІЦНІСТЬ, КРАСА У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'СРУ .....	103
<i>Дуднік М.Г.</i> ГРА У ПРОСТОРІ ДИЗАЙНУ .....	104
<i>Єнишєва Т.В.</i> ПОНЯТТЯ ПРОЦЕСУ ПРОЕКТУВАННЯ. МЕТА ПРОЕКТУ .....	106
<i>Кругляк В.І.</i> РОЛЬ РИСУВАННЯ ЗА УЯВОЮ ПРИ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІНИ «РИСУНОК» .....	108
<i>Пантус Н.М.</i> РОЛЬ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ .....	110

<i>Пасічна Т.О.</i> ГАРМОНІЗАЦІЯ ОБРАЗНОЇ СТРУКТУРИ ОБ'ЄКТА ПРОЕКТУВАННЯ.....	111
<i>Поддубко К.В.</i> МИСТЕЦЬКА МЕТОДОЛОГІЯ У ДИЗАЙН- ОСВІТІ.....	113
<i>Потапенко Г.М.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ОБРАЗУ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ.....	114
<i>Рижова І.С.</i> СУТНІСТЬ І ЗМІСТ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ПРАКТИК.....	115
<i>Сухачева В.А., Дуднік М.Г.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ ВУЛИЧНОГО БАСЕЙНУ .....	118
<i>Ушенко А.А., Дуднік М.Г.</i> ДИЗАЙН-КОНЦЕПТ ВАННИ ....	119
<b>СЕКЦІЯ «УКРАЇНОЗНАВСТВО» .....</b>	<b>122</b>
<i>Бровко Б.А.</i> ГРОМАДСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ Я.П. НОВИЦЬКОГО .....	122
<i>Сигида Г.А.</i> ПОБУТОВА КУЛЬТУРА ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКОГО КУПЕЦТВА І ПОЛ. ХІХ СТ. ....	124
<i>Коянс А.А.</i> ФОНД «ДНІПРОБУД» ДЕРЖАВНОГО АРХІВУ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК ДЖЕРЕЛО У ВИВЧЕННІ ІСТОРІЇ ВОЛЗЬКО-ТАТАРСЬКОЇ ДІАСПОРИ У ЗАПОРІЖЖІ.....	125
<i>Мозуленко Д.І.</i> ПРОБЛЕМА СТАВЛЕННЯ НАСЕЛЕННЯ ПІВДНЯ УСРР ДО ПОЛІТИКИ КОРЕНІЗАЦІЇ 1920-Х РР. У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ІСТОРІОГРАФІЇ.....	127
<i>Чумаченко О. А.</i> РОЗВИТОК ГАЛУЗІ АВІАДВИГУНОБУДУВАННЯ В М. ЗАПОРІЖЖІ 1950–1980- Х РР.: ІСТОРІОГРАФІЯ ПРОБЛЕМИ.....	128
<b>СЕКЦІЯ «Загальне мовознавство».....</b>	<b>130</b>
<i>Онуфрієнко Г.С.,</i> СФЕРА ФІКСАЦІЇ СУЧАСНИХ ГАЛУЗЕВИХ ТЕРМІНОЛОГІЙ ЯК СФЕРА ЇХ СТАТИКИ	130
<i>Біленко Т.Г.</i> ТИПОЛОГІЯ НЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРУ .....	134

<i>Полежаєва Н.А.</i> ДИДАКТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СЛОВНИКІВ ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИХ ТЕРМІНІВ НА ЗАНЯТТЯХ З УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	136
<i>Катиш Т.В.</i> ПЕРЕКЛАДНІ ТЕРМІНОЛОГІЧНІ СЛОВНИКИ З РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ.....	138
<i>Миронюк Л.В.</i> ПЕРЕКЛАДНІ ТЕРМІНОЛОГІЧНІ СЛОВНИКИ З МАШИНОБУДУВАННЯ .....	139
<i>Бондарчук К.С.</i> ПЕРЕКЛАДНІ ТЕРМІНОЛОГІЧНІ СЛОВНИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ .....	141
<i>Єршова В.К.</i> ПЕРІОДИ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕРМІНОГРАФІЇ У ГАЛУЗІ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕХНІКИ .....	143
<i>Брацун О.І.</i> ПЕРЕКЛАДНІ ТЕРМІНОЛОГІЧНІ СЛОВНИКИ З ТРАНСПОРТНИХ ТЕХНОЛОГІЙ .....	144
<i>Сергієнко Г.О.</i> СУЧАСНІ ЛІНГВІСТИЧНІ СЛОВНИКИ: МАКРО- І МІКРОСТРУКТУРА НА МАТЕРІАЛІ РОСІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ .....	145
<i>Ільчук К.І.</i> ПРИЙОМИ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ З ТЛУМАЧНИМИ ТЕХНІЧНИМИ СЛОВНИКАМИ НА ЗАНЯТТЯХ З РОСІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ .....	147
<b>СЕКЦІЯ «Історія України» .....</b>	<b>149</b>
<i>Дєдков М.В., Максимовська А. Р.</i> РОЗВІДКА І КОНТРРОЗВІДКА БОГДАНА ВЕЛИКОГО .....	149
<i>Чумаченко О. А. , Костенко М. А.</i> ГОЛОДОМОР 1932–1933 РР. – ВІКОВА ТРАГЕДІЯ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІЇ.....	150
<i>Дєдков М.В., Оганесян К.І.</i> КОНЦТАБІР НОЄНГАММЕ (1938–1945 РР.) – НАЙКРУПНІШИЙ КОНЦТАБІР НА ПІВНІЧНОМУ ЗАХОДІ НАЦИСТСЬКОЇ НІМЕЧЧИНИ. ....	152
<i>Спудка І.М., Зубченко М.Р.</i> ВИБУХ ДНІПРОГЕСУ. ХВИЛИНИ ЧОРНОГО ЛІТА 1941 Р. ....	154
<i>Сигида Г.А., Крутько К.В.</i> ЖІНОЧЕ ОБЛИЧЧЯ ВІЙНИ .....	156
<i>Коянс А.А., Яцун Є.С.</i> ПРОЦЕС ДЕКОМУНІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ .....	157
<b>СЕКЦІЯ «КУЛЬТУРОЛОГІЯ».....</b>	<b>159</b>



<i>Сигида Г.А., Шиблова А.М.</i> ГРЕКО-СКІФСЬКА ПЕКТОРАЛЬ: КОСМОЛОГІЧНА СИМВОЛІКА ОБРАЗІВ І СТРУКТУРИ	159
<i>Сигида Г.А., Шлендер К.О.</i> ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ОБРАЗІВ ТА СЮЖЕТІВ ВІЛЬЯМА ШЕКСПІРА У СВІТОВОМУ МИСТЕЦТВІ	160
<i>Бровко Б.А., Рябінін С.А.</i> ХАРАКТЕРНИЦТВО В УКРАЇНІ В XVII–XVIII ст.	162
<i>Чумаченко О. А., Сотник В. В.</i> ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ДЕКОМУНІЗАЦІЇ: ПОМСТА ЧИ СПРАВЕДЛИВІСТЬ? ....	164
<b>СЕКЦІЯ «ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ» .....</b>	<b>167</b>
<i>Пшенична А.І., Онуфрієнко Г.С.</i> , НОМІНАЦІЯ КОЛЬОРУ В ТЕРМІНОЛОГІЇ СФЕРИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ .....	167
<i>Колупаєв Д.А., Ласкава Ю.В.</i> СУЧАСНА ТЕРМІНОЛОГІЧНА ЛЕКСИКОГРАФІЯ З ТОЧНИХ НАУК: ПЕРСОНАЛІЇ Й ЗДОБУТКИ.....	169
<i>Гладій О.Л., Гундорова Т.І.</i> СУЧАСНА НІМЕЦЬКОМОВНА УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА: ЗАГАЛЬНИЙ ОГЛЯД .....	171
<i>Бондарчук К.С. , Рябінін С.А.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ ЕЛЕКТРОННОГО ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО СЛОВНИКА POLY DIS .....	172
<i>Лейко А.О., Бондарчук К.С.</i> НАЦІОНАЛЬНА ІДЕЯ У ТВОРЧОСТІ І. Я. ФРАНКА .....	174
<i>Сидоренко Є.В., Бондарчук К.С.</i> І.Я. ФРАНКО – ГРОМАДСЬКИЙ ДІЯЧ .....	176
<i>Луців К.Й. , Бондарчук К.С.</i> НАУКОВА СПАДЩИНА І.Я. ФРАНКА.....	177
<i>Поліщук С.С., Бондарчук К.С.</i> НЕПОВТОРНІСТЬ СТИЛЮ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ І.Я. ФРАНКА .....	179
<i>Власенко А.І., Бондарчук К.С.</i> І. Я. ФРАНКО – ПОЕТ-ЛІРИК.....	180
<i>Наливайко К.В., Бондарчук К.С.</i> ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ ЛІНГВОПОЕТИКИ НОВЕЛИ І. Я. ФРАНКА «СОЙЧИНЕ КРИЛО» .....	182
<b>СЕКЦІЯ «КРАЇНОЗНАВСТВО».....</b>	<b>185</b>

<i>Дедков М.В., Виновець О.В.</i> ОСЛАБЛЕНА ЕКОНОМІКА КИТАЮ та ЇЇ ВПЛИВ НА ІНШІ КРАЇНИ .....	185
<i>Дедков М.В., Копоть І.С.</i> ФІНАНСИ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ .....	186
<i>Дедков М.В., Малов В.В.</i> СТРУКТУРА ЕКОНОМІКИ ФРН ПОЧАТКУ ХХІ СТ. ....	187
<i>Дедков М.В., Онищенко П.Г.</i> СУЧАСНА ІНДУСТРІЯ США .....	189
<i>Мозуленко Д.І., Гнатенко С.О.</i> ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ВНУТРІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ СУЧАСНОЇ НІМЕЧЧИНИ ....	191
<b>СЕКЦІЯ «ФІЛОСОФІЯ» .....</b>	<b>193</b>
<i>Аресентьєва Г.О.</i> НІЦШЕАНСЬКА КОНЦЕПЦІЯ ВОЛЯ ДО ВЛАДИ ЯК ВЛАДА НАД СОБОЮ ЯК СВОБОДА САМОВИРАЖЕННЯ .....	193
<i>Бондаренко О.В.</i> ПРО ФІЛОСОФІЮ ЯК СВІТОГЛЯДНЕ ЗНАННЯ У СУЧАСНОМУ СВІТІ .....	195
<i>Бондаревич І.М.</i> ДО ПИТАННЯ ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ НОВОЇ ПАРАДИГМИ ОСВІТИ .....	197
<i>Головко Л.В.</i> РЕЛІГІЙНА ПСИХОЛОГІЯ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЗРІЗ РЕЛІГІЙНОЇ СВІДОМОСТІ.....	199
<i>Девочкіна Н.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІЛОСОФІЇ ОСВІТИ .....	201
<i>Ємельяненко Є.О.</i> ТЕМПОРАЛЬНИЙ ХАРАКТЕР МАРГІНАЛЬНОСТІ ЯК ПАРАДОКСУ ЛЮДСЬКОГО БУТТЯ .....	203
<i>Лук'янова О.І.</i> ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КРЕДИТНО-МОДУЛЬНОГО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ТЕХНІЧНИХ ВНЗ.....	204
<i>Коваль В.М.</i> ОПТИМІЗАЦІЇ ПЕДАГОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ І ЗАСОБІВ .....	206
<i>Повзло О.М.</i> ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	208
<i>Тарадайко С.М.</i> ДАВНЬОГРЕЦЬКЕ ПОНЯТТЯ τέχνη Й ГУМАНІТАРНІ ВИТОКИ ТЕХНІКИ.....	209

<i>Волков М.А., Бондаренко О.В.</i> СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКА ПРОБЛЕМА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ .....	210
<i>Басанський М.С., Бондаренко О.В.</i> ГЕОМЕТРИЗАЦІЯ ФІЗИКИ: ФІЛОСОФСЬКІ АСПЕКТИ .....	212
<i>Сахно С.С., Бондаренко О.В.</i> ФІЛОСОФСЬКА КОНЦЕПЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА .....	214
<i>Концур О.А., Бондаренко О.В.</i> ФІЛОСОФІЯ СМЕХА .....	216
<i>Михайлюк В.В., Бондаренко О.В.</i> ФІЛОСОФІЯ ТЕХНІЧНОЇ АВТОМАТИЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА.....	217
<i>Лосєва А.А., Бондаренко О.В.</i> ФІЛОСОФІЯ ЧИСТОЇ МОДИ АБО ФІЛОСОФІЯ ЦНОТЛИВОГО ЖІНОЧОГО ОБРАЗУ ..	219
<i>Котов Р.О., Бондаренко О.В.</i> ВПЛИВ ФІЛЬТРІВ СПРІЙНЯТТЯ РЕАЛЬНОСТІ НА КОГНІТИВНІ МОЖЛИВОСТІ ІНДИВІДУУМУ .....	221
<i>Фомічова А.В., Бондаренко О.В.</i> ФІЛОСОФІЯ РИСКА ...	223
<i>Єськов К.О., Арсентьєва Г.О.</i> ІНСТІНКТ – ОДИН ІЗ НАПРЯМІВ ЖИТТЄВОГО ПОРИВУ .....	225
<i>Сіленко О.Є., Арсентьєва Г.О.</i> «НРАВСТВЕННОСТЬ ДОЛЖНА ЛЕЖАТЬ В ХАРАКТЕРЕ», – ПО КАНТУ .....	227
<i>Голованова А.С., Арсентьєва Г.О.</i> А. ШОПЕНГАУЭР. СЧАСТЬЕ КАК ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ БЫТИЯ.....	228
<i>Трубачова Є.А., Арсентьєва Г.О.</i> ІНТЕЛЛЕКТ – ОДНО ІЗ НАПРАВЛЕНІЙ «ЖИЗНЕННОГО ПОРЫВА» ФІЛОСОФІИ АНРИ БЕРГСОНА.....	230
<i>Мілосердова А.К., Арсентьєва Г.О.</i> ФІЛОСОФІЯ Ф. НИЦШЕ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ОТЧУЖДЕНИЯ.....	232
<i>Силивоненко Д.С., Коваль В.М.</i> СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ.....	234
<i>Біденко І.П., Арсентьєва Г.О.</i> ЧЕЛОВЕК МАССЫ – ОСТРАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОСТИ .....	236
<i>Ткаченко І.О., Лук'янова О.І.</i> ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЧОЇ УЯВИ ПІДЛІТКІВ .....	237

<i>Третьякова Я.О., Дєвочкіна Н.М. КОНЦЕПЦІЯ РІВНІВ ПСИХОЛОГІЇ ОБМЕЖЕНЬ</i> .....	239
<i>Захаров М.С., Дєвочкіна Н.М. КОНЦЕПЦІЯ СУЧАСНИХ РЕВОЛЮЦІЙ</i> .....	241
<i>Подопригора О.І., Дєвочкіна Н.М. ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ</i> .....	243
<i>Підковинська У.В., Дєвочкіна Н.М. ВПЛИВ ПІЗНАВАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ НА СУЧАСНИХ СТУДЕНТІВ</i> .....	245
<i>Бабков О.В. , Бондаревич І.М. ДОВІРА ЯК ІНДИКАТОР ЕФЕКТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ</i> .....	247
<i>Куляс А.О. , Бондаревич І.М. ЛАО-ЦЗИ І Ф.ФУКУЯМА: ДВА ПОЛЮСИ РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ «ДОВІРА»</i> .....	248
<i>Череута А.І. , Бондаревич І.М. СПЕЦИФІКА ФЕНОМЕНУ ДОВІРИ</i> .....	249
<i>Шевченко А.Д. , Бондаревич І.М. ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ СОЦІАЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ ДОВІРИ</i> .....	250
<i>Яновська А.Є., Бондаревич І.М. ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ДОВІРА»</i> .....	252
<i>Сахно Д.І., Лук'янова О.І. ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНІСТЬ</i> .....	253
<i>Коротич Ю.С., Дєвочкіна Н.М. НЕОХРИСТИЯНСЬКА РЕЛІГІЯ</i> .....	254
<i>Дирман К.О., Головка Л.В. ТЕНДЕНЦІЇ ПСИХОЛОГІЇ РЕЛІГІЇ В КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЇ РЕЛІГІЄЗНАВЧОЇ ДУМКИ</i> .....	256
<i>Бражко Л.В., Головка Л.В. ПСИХОЛОГІЯ РЕЛІГІЇ</i> .....	258
<i>Котенкова В.В., Повзло О.М. ЛОГІКА РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ</i> .....	261
<i>Рощина Д.С., Повзло О.М. ЛОГІЧНА ЕТИКА МЕНЕДЖМЕНТУ</i> .....	262
<i>Подакова Г.Ю., Повзло О.М. ЛОГІЧНА СУТЬ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ</i> .....	263
<i>Оболадзе А.Н., Повзло О.М. ЛОГИКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ</i> .....	264

<i>Лавріненко В.О., Повзло О.М.</i> ЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЁМЫ В СФЕРЕ МЕНЕДЖМЕНТА.....	266
<i>Мартиненко В.В., Повзло О.М.</i> ЛОГІЧНА КЛАСИФІКАЦІЯ ТОВАРУ .....	267
<i>Шило А.О., Повзло О.М.</i> ЛОГИЧЕСКИЙ ХАРАКТЕР И МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ .....	268
<i>Середа А.А., Коваль В.М.</i> ХРОНИКИ АКАШИ.....	269
<i>Ліпільна А.С., Коваль В.М.</i> БЕЗУСЛОВНАЯ ЛЮБОВЬ.....	271
<i>Кириченко В.М., Безрукова О.А.</i> КОНСТИТУЦІЙНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРАВА НА ОСВІТУ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИХ ДЕРЖАВАХ .....	273
<i>Кириченко Ю.В.</i> ПРОБЛЕМИ КОНСТИТУЦІЙНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРАВА НА ПРАЦЮ .....	274
<i>Резанова Н.О.</i> ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА В ПЕРІОД МОДЕРНІЗАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ.....	276
<i>Соколенко Ю.М.</i> РОЛЬ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ У РОЗВИТКУ ДЕМОКРАТІЇ .....	279
<i>Давлєтова Г.В.</i> ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ. 281	
<i>Кириченко В.М., Амелькіна А.О.</i> ЗАСТОСУВАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ЩОДО КОНСТИТУЦІЙНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРАВ НАЦІОНАЛЬНИХ МЕНШИН В УКРАЇНІ .....	283
<i>Кириченко Ю.В., Баранова Т.О.</i> ПОЗБАВЛЕННЯ ВОЛІ ЯК ВИД ПОКАРАННЯ ЗА НЕЗАКОННЕ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРИЧНОЇ АБО ТЕПЛОВОЇ ЕНЕРГІЇ .....	285
<i>Резанова Н.О., Фірсов А.В.</i> ДО ПРОБЛЕМИ ЮВЕНАЛЬНОЇ ЗЛОЧИННОСТІ: СТАН ТА ДОСВІД ВИРІШЕННЯ.....	287
<i>Давлєтова Г.В., Вельможко Л.Г.</i> КОНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ .....	289
<b>СЕКЦІЯ «МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ» .....</b>	<b>291</b>
<i>Зайцева В.М.</i> НАЦІОНАЛЬНА КУЛЬТУРА УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТВОРЧОЇ РЕКРЕАЦІЇ .....	291

<i>Віндюк А.В.</i> ІГРИ З ПАРАШУТОМ ЯК СКЛАДОВА АНІМАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ, НА ПРИКЛАДІ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОГО ЦЕНТРУ МЕНЛО ПАРК (САН-ФРАНЦИСКО, КАЛІФОРНІЯ, США) .....	293
<i>Гурова Д.Д.</i> АПІТУРИЗМ В УКРАЇНІ.....	295
<i>Кукліна Т.С.</i> ГАСТРОНОМІЯ ЯК ВИД МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ .....	296
<i>Патлах І.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	298
<i>Лозова О.А.</i> РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ УКРАЇНИ ТА ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО ЇХ ВИКОРИСТАННЯ.....	300
<i>Белікова М.В.</i> ЧИННИКИ В ДИЗАЙНІ МУЗЕЇВ .....	302
<i>Шевченко О.В.</i> МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ ТУРИСТІВ ЯК ЗАПОРУКА БЕЗПЕЧНОЇ ПОДОРОЖІ.....	303
<i>Мамотенко Д.Ю.</i> СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ .....	305
<i>Корнієнко О.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ .....	307
<i>Шелеметьєва Т.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	309
<i>Гресь-Євреїнова С.В.</i> МУЗЕЙНИЙ МАКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ .....	311
<i>Зацепіна Н.О.</i> РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ (SOCIAL MEDIA) В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ .....	313
<i>Безхлібна А.П.</i> ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ EVENT-МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ .....	315
<i>Журавльова С.М.</i> ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА .....	317
<i>Никоненко С.В.</i> РЕКЛАМА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ .....	319
<i>Прусс В.Л.</i> РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ .....	321

<i>Булатов С.В.</i> РОЗВИТОК ВОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ .....	322
<i>Бут Т.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЕКОТУРИЗМУ .....	324
<i>Каптюх Т.В.</i> УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ .....	326
<i>Бріцина Ю.В., Кукліна Т.С.</i> МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В ГАЛУЗІ ОСВІТИ .....	327
<i>Климова О.В, Никоненко С.В.</i> СТАЛІЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ .....	329
<i>Кабірова А.В., Зайцева В.М.</i> ДОСВІД РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ В ЄС .....	331
<i>Марченко О.О., Зайцева В.М.</i> ПЕРЕВАГИ КОМП'ЮТЕРНОЇ СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ AMADEUS .....	334
<i>Козут Р.С., Шелеметьєва Т.В.</i> СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ЯК ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ .....	335
<i>Тригубенко Ю.І., Журавльова С.М.</i> ФОРМУВАННЯ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ .....	337
<i>Асауленко Н.О., Журавльова С.М.</i> ГОЛОВНІ РИСИ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ .....	339
<i>Хан Х.Д., Журавльова С.М.</i> ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ЗА ПРОГРАМОЮ «ТАЄМНИЙ ГІСТЬ» .....	341
<i>Романько О.С., Кукліна Т.С.</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	342
<i>Ярошук К.Ю., Патлах І.М.</i> ДЕЛЕГУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ .....	344
<i>Баба О.М., Безхлібна А.П.</i> ПРОБЛЕМА ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	345
<i>Свістунова О.В., Безхлібна А.П.</i> ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ...	347

<i>Горлова К.Г., Безхлібна А.П. ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....</i>	<i>349</i>
<i>Сіра Т.В., Безхлібна А.П. ТЕХНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА .....</i>	<i>350</i>
<i>Ведмідь Т.К., Безхлібна А.П. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....</i>	<i>351</i>
<i>Рудковська І.О, Безхлібна А.П. ЗАСТОСУВАННЯ EVENT-МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ .....</i>	<i>353</i>
<i>Лукач Т.В., Корнієнко О.М. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....</i>	<i>354</i>
<i>Бевзелюк В.В., Шевченко О.В. ВИДИ СТРАХУВАННЯ ДЛЯ ВИЇЖАЮЧИХ ЗА КОРДОН .....</i>	<i>356</i>
<i>Тимощенко А.П., Булатов С.В ПРОБЛЕМА ТРАНСПОРТУ В ТУРИЗМІ .....</i>	<i>358</i>
<i>Рублевська Є.В., Белікова М.В. МУЗЕЙНИЙ СЕРВІС.....</i>	<i>360</i>
<i>Абрамян А.Г., Кукліна Т.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....</i>	<i>361</i>
<i>Пасічна Т.Ю., Віндюк А.В. ПОРТУГАЛІЯ – ЯК ОДИН З НАПРЯМКІВ ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....</i>	<i>363</i>
<i>Гуляєв В.О., Белікова М.В. СУЧАСНИЙ СТАН МУЗЕЇВ УКРАЇНИ.....</i>	<i>365</i>
<i>Курило Ю.А., Белікова М.В. ВІДВІДУВАНІСТЬ МУЗЕЇВ УКРАЇНИ ЗА ОБЛАСТЯМИ.....</i>	<i>366</i>
<i>Кітченко Л.М., Зайцева В.М. РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ .....</i>	<i>368</i>
<i>Ханіна Є.С., Лозова О.А. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ .....</i>	<i>370</i>
<i>Кошкалда А.О., Безхлібна А.П. ВАЖЛИВІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ .....</i>	<i>372</i>



<i>Соловійова. К.В , Гурова Д.Д. ОСОБЛИВОСТІ ГІРСЬКОЛИЖНИХ КУРОРТІВ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ</i>	374
<i>Собко В.А., Гурова Д.Д. ЛІКУВАЛЬНО- ОЗДОРОВЧІЙ ТУРИЗМ, КУРОРТОЛОГІЯ</i>	376
<i>Литвиненко А.В., Лозова О.А. ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК РИНКУ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ</i>	379
<i>Садчіков. С.М., Гурова Д.Д. МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ</i>	381
<i>Свириденко Д.Ю., Гурова Д.Д. СУЇЦИДАЛЬНИЙ ТУРИЗМ, ЯК НОВА ПАРАДИГМА СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ</i>	382
<i>Прихідько О.О., Гурова Д.Д. УРБАНІЗОВАНИЙ ТУРИЗМ У ПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ</i>	384
<i>Джага А.В., Гурова Д.Д. ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ СТОРОНИ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ</i>	387
<i>Кравченко Н.А., Гурова Д.Д. БЕЙСДЖАМПІНГ ЯК ТУРИЗМ</i>	389
<i>Римарчук В.Д., Гурова Д.Д. СПЕЛЕОТУРИЗМ В УКРАЇНІ</i>	391
<i>Остащенко О.С., Гурова Д.Д. ПОДІЄВИЙ ВИД ТУРИЗМУ</i>	393
<i>Лазуренко С.П., Кукліна Т.С. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ</i>	395
<i>Алексєєнко І.Е., Гурова Д.Д. РОЗВИТОК «ТЕМНОГО» ТУРИЗМУ В СВІТІ</i>	396
<i>Дегтярь Т.О, Гурова Д.Д. ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ</i>	398
<i>Самофалова Д.М., Прусс В.Л. КУЛЬТУРНО- ПІЗНАВАЛЬНИЙ (ЕКСКУРСІЙНИЙ) ТУРИЗМ В УКРАЇНІ</i>	400
<i>Крисько А.П., Беликова М.В. ПРОБЛЕМЫ И ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУЗЕЯ РЕТРО- АВТОМОБИЛЕЙ «ФАЭТОН»</i>	401
<b>СЕКЦІЯ «УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ І ЕКОНОМІКА ПРАЦІ»</b>	<b>403</b>

<i>Соколов А.В.</i> ТРУДОВІ РЕСУРСИ ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА СТІЙКИЙ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК.....	403
<i>Біленко О.В.</i> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	405
<i>Бойченко В.С.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «УПРАВЛІННЯ» .....	407
<i>Василичев Д.В.</i> ПЕРІОДИЧНА ОЦІНКА ЯК СКЛADOVA СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ .....	409
<i>Васильєва О.О.</i> ЗЕМЕЛЬНО-РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ .....	411
<i>Власенко Т.В.</i> ТОТОЖНІСТЬ ПОНЯТЬ ПРИБУТОК ТА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ .....	414
<i>Галан О.С.</i> МЕТОДИКА ОЦІНКИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	416
<i>Гіль Л.А.</i> ЩОДО ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В ТРУДОВОМУ КОЛЕКТИВІ.....	418
<i>Горбань С.Ф.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ ЗАЙНЯТОСТІ ТА БЕЗРОБІТТЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ .....	420
<i>Гудзь М.В.</i> РЕГУЛЯТОРНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ .....	422
<i>Карпенко А.В.</i> ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ НАУКОВИХ РОЗРОБОК В УКРАЇНІ.....	424
<i>Карпенко Н.М.</i> ПЕРЕДУМОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКРУТИНГОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....	427
<i>Коваленко М.О.</i> ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ .....	430
<i>Кригульська Т.Б.</i> МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ .....	432

<i>Мільчева А.О.</i> МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІО-ДЕМОГРАФІЧНОЇ СТРУКТУРИ БОЛГАРСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ ТАВРІЇ У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХІХ СТОЛІТТЯ.....	434
<i>Олененко А.Г.</i> ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В МІСЦЕВИХ ОРГАНАХ ВЛАДИ АЗОВСЬКОЇ ГУБЕРНІЇ (1775–1784).....	435
<i>Петрова К.А.</i> КАДРОВА ПОЛІТИКА ПОПЕЧИТЕЛЬСТВ ПРО НАРОДНУ ТВЕРЕЗІСТЬ НАПРИКІНЦІ ХІХ СТОЛІТТЯ.....	437
<i>Пругло О.В.</i> СПЕЦИФІКА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ЗВУЖЕННЯ ПОПИТУ НА РОБОЧУ СИЛУ .....	441
<i>Селіверстов В.В.</i> СПЕЦИФІКА ВПЛИВУ ЧАСОВИХ ЛАГІВ НА МОНЕТАРНУ ПОЛІТИКУ ОСНОВНИХ ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ СВІТУ .....	442
<i>Філас В.М.</i> СПРОБА ПІДГОТОВКИ ВЛАСНИХ КАДРІВ НА ЧОРНОМОРСЬКОМУ ФЛОТІ В КІНЦІ ХVІІІ СТ. ....	444
<i>Бабенко А.Г., Берлін Г.С.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ НАЙМУ ПЕРСОНАЛУ ПАТ «ВТБ БАНК» .....	448
<i>Біленко О.В., Калашиников К.А.</i> ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ НА РИНКУ ПРАЦІ.....	450
<i>Біленко О.В., Сурков Д.В.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ.....	452
<i>Біленко О.В., Тернова Н.С.</i> УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УСТАНОВАХ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ.....	454
<i>Бойченко В.С., Бараннік Н.В.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИРОДНОГО РУХУ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ .....	456
<i>Бойченко В.С., Бугайчук Ю.Г.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ПІДГОТОВКИ, ПЕРЕПІДГОТОВКИ ТА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ЗДП «РАДІОПРИЛАД» .....	457
<i>Бойченко В.С., Волошиновська А.О.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ НАСЕЛЕННЯ.....	459
<i>Бойченко В.С., Генін І.В.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ .....	461

<i>Бойченко В.С., Завгородня І.І.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПРОЦЕСУ НАЙМУ ТА АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	462
<i>Бойченко В.С., Кім В.Г.</i> АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО- ДЕМОГРАФІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	464
<i>Бойченко В.С., Куликова В.С.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ПЛАНУВАННЯ ДІЛОВОЇ КАР'ЄРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	466
<i>Бойченко В.С., Писарев С.М.</i> АНАЛІЗ НЕМАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ВАТ «ЗЗКМ» .....	467
<i>Васильєва О.О., Ліпак А.А.</i> ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЗРОСТАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ .....	469
<i>Галан О.Є., Левченко Д.С.</i> АНАЛІЗ СТАНУ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ .....	470
<i>Галан О.Є., Яресько О.А.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА .....	472
<i>Гіль Л.А., Манашевська І.В.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА З ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ .....	474
<i>Гіль Л.А., Науменко Г.В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ .....	477
<i>Гіль Л.А., Сєчина А.С.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ДОБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ДЕРЖАВНІЙ УСТАНОВІ .....	478
<i>Горбань С.Ф., Горпинич С.О.</i> АНАЛІЗ РІВНЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ .....	480
<i>Горбань С.Ф., Єфіменко Д.В.</i> УПРАВЛІННЯ СТИМУЛЮВАННЯМ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	482
<i>Горбань С.Ф., Соколов А.А.</i> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ КОМПАНІЇ .....	484

<i>Гудзь М.В., Попович Д.А.</i> ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО ЧАСУ ПЕРСОНАЛУ .....	486
<i>Гудзь М.В., Твердохліб М.О.</i> МОТИВАЦІЯ ІННОВАЦІЙНО АКТИВНОГО ПЕРСОНАЛУ .....	488
<i>Карпенко А.В., Бойко І.О.</i> ВАЖЛИВІСТЬ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ .....	489
<i>Карпенко А.В., Гіль А.С.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ПРОФЕСІЙНОГО ВІДБОРУ ОПЕРАТОРІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ .....	491
<i>Карпенко А.В., Ільїна А.С.</i> ЗАЙНЯТІСТЬ У СФЕРІ ОСВІТИ В УКРАЇНІ .....	494
<i>Карпенко А.В., Караулова Ю.О.</i> ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	496
<i>Карпенко А.В., Кононенко Ю.С.</i> КОНКУРЕНЦІЯ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ .....	498
<i>Карпенко А.В., Мирошниченко В.Г.</i> КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ .....	499
<i>Карпенко А.В., Юртаєв Д.М.</i> РОЗВИТОК ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	501
<i>Карпенко Н.М., Карепіна А.В.</i> СУЧАСНИЙ СТАН МОЛОДІЖНОГО СЕГМЕНТУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ .....	503
<i>Карпенко Н.М., Рубан К.А.</i> ВПЛИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НА СУЧАСНИЙ РИНОК ПРАЦІ УКРАЇНИ.....	505
<i>Плинокос Д.Д., Ліпак А.А.</i> КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	507
<i>Плинокос Д.Д., Чарисєв Ш.А.</i> АНАЛІЗ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ.....	509
<i>Соколов А.В., Ніколаєнко Л.О.</i> РІВЕНЬ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	511

<i>Соколов А.В., Приходько А.О. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ</i> .....	513
<i>Соколов А.В., Світличний С.С. ВПЛИВ ДЕМОГРАФІЧНОЇ СИТУАЦІЇ НА ТРУДОВІ РЕСУРСИ РЕГІОНУ</i> .....	515
<i>Соколов А.В., Федякова Ю.Ю. ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА СІМЕЙ З НИЗЬКИМИ ДОХОДАМИ</i> .....	517
<i>Василичев Д.В., Гречко С.В. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ В КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ</i> .....	519
<i>Василичев Д.В., Шаршукіна Я.К. ОРГАНІЗАЦІЯ ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩОЇ ПОСАДОВОЇ ОСОБИ ПІДПРИЄМСТВА</i> .....	521
<i>Василичев Д.В., Клушина Ю.С. ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА</i> .....	523
<i>Василичев Д.В., Корсун Г.М. АНАЛІЗ МЕТОДІВ ВНУТРІШНЬОГО ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ</i> .....	525
<i>Василичев Д.В., Самофал М.А. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ</i> .....	527
<i>Гудзь М.В., Куаталієва В.О. СТАН МОЛОДІЖНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ</i> .....	529
<b>СЕКЦІЯ «ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ»</b> .....	<b>532</b>
<i>Морозов Д.М. QGIS – ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ РОБОТИ З ПРОСТОРОВОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ</i> .....	532
<i>Домашенко С.В. ГЕОІНФОРМАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ</i> .....	534
<i>Гнездовський О.В. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ГІС В РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ</i> .....	536
<i>Юречко В.З. РОЗРОБКА ГЕОІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ СУСПІЛЬСТВА</i> .....	537
<i>Козлова С.С. ЗАСТОСУВАННЯ ГІС-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ</i> .....	539

<i>Домашенко С.В., Гринь А.В</i> ГІС-ТЕХНОЛОГІЇ У СИСТЕМАХ МОНІТОРИНГУ АГРОРЕСУРСІВ УКРАЇНИ .....	541
<i>Домашенко С.В., Маллакурбанова М.Є.</i> ГІС-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ .....	543
<b>СЕКЦІЯ «МІЖКУЛЬТУРНА ТА ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ІНОЗЕМНИМИ МОВАМИ».....</b>	<b>545</b>
<i>Новиков В.П.</i> ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННІСТЬ КОМУНІКАТИВНОГО АКТА ОЦЕНКИ .....	545
<i>Прохорова П.В.</i> ІНОЗЕМНА МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ В СФЕРІ ТУРИЗМУ: ЛІНГВІСТИЧНІ ПРОБЛЕМИ .....	546
<i>Василенко Г.В.</i> СЕНСОРИЗМИ В АНГЛОМОВНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ .....	549
<i>Кравченко А.Г.</i> КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ ЕКОРЕКЛАМИ США .....	551
<i>Волгіна І.О.</i> СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ТОПОНІМІЧНИХ СЛОГАНІВ НІМЕЧЧИНИ .....	552
<i>Омельченко О.В.</i> ЛЕКСИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СТАНУ ЗАКОХАННОСТІ В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ПОП- МУЗИЦІ .....	554
<i>Колебанова Л.В.</i> ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК ДІЄСЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЗІ ЗНАЧЕННЯМ ОСУДУ .....	556
<i>Курило Ю.О.</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА АДАПТАЦІЯ АНГЛІЦИЗМІВ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ .....	558
<i>Глотка О.М.</i> СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОПИСОВОГО ТЕКСТУ .....	561
<i>Медведєва Г.В.</i> КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РЕКЛАМИ В ЧОЛОВІЧИХ ЖУРНАЛАХ .....	563
<i>Бардах Ф.Ф.</i> THE REPRESENTATION OF «OTHERNESS» IN PRIDE MAGAZINE .....	565
<i>Бабин А.С.</i> ЛЕКСИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ ЖУРНАЛА «NATIONAL GEOGRAPHIC».....	566

## СЕКЦІЯ «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»

УДК 94 (472)

Сарнацький О. П.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> д-р іст. наук, проф. ЗНТУ

### МІОНХЕНСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ 1938 РОКУ ТА ЇЇ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІ НАСЛІДКИ

29–30 вересня 1938 р. відбулася Мюнхенська конференція Гітлера, Муссоліні, Чемберлена й Даладье з їхніми міністрами. Чехословацька делегація прибула до «коричневого будинку», де проходила конференція, але в зал засідань не допущена. Після безладного «обміну» думками і наклепницьких звинувачень на адресу Чехословаччини сторони підписали основну угоду

Мюнхенська угода про поділ Чехословаччини складалася з головної частини, додатка й трьох декларацій про «міжнародні комісії», які мали остаточно визначити кордони ЧСР. Основний зміст угоди: а) Судетська область відділяється від Чехословаччини й передається Німеччині з 1 по 10 жовтня; б) все майно, в тому числі зброя, укріплення, особисті речі, худоба, меблі громадян, має залишатися на місці; в) Чехословаччина повинна задовольнити територіальні претензії Польщі та Угорщини.

Чехословацьку делегацію запросили до зали тільки після закінчення конференції на зустріч із Чемберленом і Даладье. Перший читав газету, другий сухо повідомив про підписану угоду й необхідність прийняття її без усяких заперечень.

Чемберлен же, повернувшись з Мюнхена й стоячи в лондонському аеропорту зі своєю незмінною парасолькою, вигукнув: «Співвітчизники! Це мир на цілі покоління!» А через 11 місяців почалася II світова війна.

Безпосередні наслідки спричинілися Мюнхенської конференції:

1. Це була цинічна змова Англії та Франції з фашистськими державами за спиною Чехословаччини про її розчленування, «миротворчість» за чужий рахунок. Німеччина одержала 20 % Чехословаччини й близько 1/4 її населення, майже половину чеської важкої промисловості. Німецький кордон проходив тепер у долині в 40 км від Праги. Польща 2 жовтня ввела свої війська в Тешинську Сілезію й загарбала шматок чехословацької території з населенням 230 тис. чоловік. Через місяць Угорщина захопила територію з населенням близько 1 млн чоловік. У Словаччині фашистський ставленник Тісо сформував самостійний уряд, а в березні 1939 р. проголосив самостійність цієї частини Чехословаччини. Одночасно самостійність проголосила



Підкарпатська Русь, яку Гітлер передбачав використати при створенні «незалежної російської України під опікою Німеччини». Отже, Мюнхен «благословив» розчленування Чехословаччини.

2. Мюнхенська змова фактично означала поразку самої політики «невтручання» й «умиротворення» фашистських агресорів. Гітлер цинічно визнавав, що піде на будь-які угоди, щоб потім їх порушити заради своїх інтересів.

3. «Мюнхенський мир» за одну ніч перетворив Францію на жалюгідну другосортну країну, позбавивши її союзників й загальної поваги, Англії ж завдав такого нищівного удару, якого вона не знала в останні 200 років.

4. В Празі на центральній площі чехи-ветерани I світової війни, які одержали ордени й медалі від французького уряду, демонстративно кидали їх у ящик для сміття. Багатотисячні демонстрації й мітинги протесту проти змовників пройшли у Франції, Англії, США та інших країнах. Керівник французьких комуністів Моріс Торез у Парижі на мітингу сказав: «День 29 вересня ввійде в історію як день небаченої зради... Ті, хто зрадив Чехословаччину, завдали тим самим удару по Франції». В англійському парламенті говорили, що «Чемберлен рятував не Чехословаччину, а Гітлера».

5. З вини західних держав зазнала поразки й радянська політика щодо створення системи колективної безпеки в Європі. СРСР залишався єдиною державою, яка осудила Німеччину і послідовно виступала за колективне стримання агресорів. ТАРС 2 і 4 жовтня повідомляв, що радянський уряд не має ніякого відношення до Мюнхенської конференції й рішуче протестує проти її ухвал. Радянські газети писали, що мюнхенський акт французького й англійського урядів «за своїм безстыдством перевершив усе те, що мало місце після першої світової війни».

6. Мюнхенські рішення докорінно змінили стратегічне становище в Європі. Через 5 із половиною місяців Чехословацька держава перестала існувати.

7. В Мюнхені західні держави програли шанс відвернути світову війну. Томас Манн писав: «Мир можна було врятувати просто і з абсолютною надійністю, якби західні демократії, спираючись на підтримку Америки, рішуче встали разом з Росією на захист чехословацької держави».

Таким чином, в 1938 р. була втрачена реальна можливість запобігти світовій катастрофі. Мюнхенська змова західних держав не тільки стала прологом до другої світової війни, вона її наблизила.

## **ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Розвиток будь-якої держави в світі в наш час багато в чому залежить від ефективного та вдалого використання науково-технічного потенціалу країни. Інноваційні пріоритети для держави – це виважений перелік першорядних економічно обґрунтованих напрямів науково-технологічного розвитку на чітко визначений період часу, реалізація яких має гарантувати національну безпеку за рахунок задоволення таких національних потреб, як промислова конкурентоспроможність, національна оборона, енергетична безпека, високий рівень життя населення країни.

Концепція національної конкурентоспроможності заснована на ефективному використанні у світовому поділі праці порівняльних переваг національних економік для експорту продукції до країн, де таких переваг немає, і імпорту продукції з країн, які мають переваги в порівнянні з національною економікою країни-імпортера. Для країни, які лише завойовують нові для себе світові ринки збуту продукції, головною складовою конкурентоздатності їх товарів стає використання інноваційних розробок та технологічних нововведень.

Інновації перебувають, з одного боку, у протиріччі зі всім консервативним, спрямованим на збереження існуючого стану, а з іншого – спрямовані на значне підвищення техніко-економічної ефективності діяльності організації.

Загалом позитивний суспільний ефект інновацій полягає в тому, що вони:

- спрямовують економіку на інтенсивний шлях розвитку;
- забезпечують прискорення зростання продуктивності факторів виробництва;
- сприяють перерозподілу ресурсів на перспективні суспільно-економічні напрями;
- зміцнюють статус країни у глобальній економіці та національну конкурентоспроможність.

Інновації неоднозначно впливають на динаміку економічного зростання. З одного боку, відкривають нові можливості для розширення економіки, з іншого – унеможливають продовження цього розширення у традиційних напрямках. Інновації руйнують економічну рівновагу, створюють невизначеність в економічній динаміці. За Й. Шумпетером, інновація супроводжується творчим руйнуванням економічної системи, зумовлюючи її перехід з одного стану рівноваги в інший.

Таким чином, зазначимо, що реалізація інвестиційного процесу вимагає витрат реальних, фінансових та інтелектуальних ресурсів, інвестиційна сфера є невід'ємною частиною інноваційного ринку й основою його функціонування. Аналіз доступності інвестиційних ресурсів для забезпечення інноваційної діяльності показав, що підвищення ефективності методів їхнього залучення можливе за рахунок раціональної комбінації видів інвестицій упродовж усього інноваційного процесу. Отже, як можна узагальнити, зараз виникає реальна можливість створення необхідних умов як для активізації інноваційної діяльності, підтримки вітчизняних виробників, так і залучення інвестицій. Тільки за умов забезпечення принципів оптимального інвестування в інноваційні процеси Україна неодмінно найближчим часом вийде на рубежі економічного зростання.

Інноваційні процеси в економіці не набули вагомих масштабів, кількість підприємств, що впроваджують інновації, зменшується з кожним роком і становить зараз 12–14 %, що менше в 3–4 рази, ніж в інноваційно-розвинутих економіках. Наукоємність промислового виробництва знаходиться на рівні 0,3 %, що на порядок менше від світового рівня. При цьому майже третина коштів, що витрачаються на інноваційну діяльність, припадає на закупівлю обладнання, в той час як на придбання прав на нову інтелектуальну власність або на проведення НДДКР витрати на порядок менші. Майже половина з інноваційних підприємств взагалі не фінансують проведення в інтересах свого виробництва наукових досліджень.

Вирішення проблем науково-технічного розвитку прямо залежить від внесення до механізмів реалізації державної науково-технологічної політики законодавчо врегульованих змін, орієнтованих на перехід від ідеології забезпечення виживання науково-технологічного потенціалу до якісної перебудови системи регулювання розвитку наукової сфери у відповідності з вимогами ринкових перетворень та визнанням провідної ролі науково-технологічного та інноваційного факторів в економічному розвитку.

УДК 339.727.22

Мелешенко А.І.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> канд. філ. наук, доц. ЗНТУ

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГАЗОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Кон'юнктура на ринку енергоносіїв, зокрема на ринку нафти та газу, має надзвичайно важливе та довгострокове значення для розвитку світової економіки. Ситуація на світових нафтогазових ринках завжди привертала увагу провідних фахівців у галузях економіки, політології, міжнародних

відносин та інших дисциплін через той безпосередній вплив, що чинить кон'юнктура нафтогазового ринку на світові соціально-економічні процеси.

Якщо торкнуться сучасної системи ціноутворення на світових ринках нафти та газу, то тут можливо виявити деякі особливості. Слід відзначити, що сучасна система ціноутворення у найповнішій мірі відповідає особливостям світового ринку нафти та газу з урахуванням численних ризиків, існуючих на цих ринках. Біржові нафтові ціни, які віддзеркалюють кон'юнктуру ринку, є базовою основою у наш час для визначення ціни при підписанні будь-якого контракту на постачання нафти. Біржове ціноутворення на нафту надбало свого розвитку на основі таких строкових інструментів, як ф'ючерсні та форвардні контракти, нафтові свопи та опціони. В результаті сформувалася світова система торгівлі нафтою, а за нею і газом, яка обслуговується біржовими центрами у Нью-Йорку, Лондоні і Сінгапурі. Проте поряд із біржами на світовому нафтогазовому ринку існує також ОПЕК – потужний консолідований інститут, котрий відіграє важливу роль на ринку реальної нафти. Динаміка цін на природний газ має майже повне співпадіння з динамікою цін на нафту. Це визначається частковим співпадінням сфер використання наданих ресурсів і відповідно схожими факторами їх ціноутворення.

Існує кілька підходів до газового ціноутворення:

З прив'язкою до нафти, коли торгівля природним газом базується на довгострокових контрактах, а формула розрахунків за газ визначається, виходячи з ціни сирої нафти чи нафтопродуктів. Подібні контракти є вигідними для покупців та продавців, тому що зменшують цінові ризики, які вони беруть на себе, інвестуючи у великі проекти.

Регулююче ціноутворення, коли держава установлює ціни, які віддзеркалюють виробничі витрати. Такий механізм передбачає субсидії для споживачів природного газу.

Конкурентне ринкове ціноутворення за рахунок торгових майданчиків (hubs) у регіонах, де проводиться торгівля газом. Конкуренція між постачальниками та споживачами формує відповідні ціни.

Різноманітність механізмів ціноутворення пояснюється тим, природний газ є досить молодим видом палива, яке потребує великих інвестицій та інфраструктурних витрат. Тому значна частина міжнародної торгівлі проводиться на основі довгострокових контрактів. Проте по мірі розвитку інфраструктури можна очікувати змін контрактних умов та структури ринку і відповідно модифікації механізму ціноутворення. Оскільки глобального інтегрованого ринку газу ще не створено, на регіональних ринках працюють різні механізми ціноутворення. Проте перехід до більш конкурентних механізмів буде обов'язковим. Розглянемо діючі механізми на ключових регіональних ринках.

У Північній Америці приблизно до 1993 р. газова промисловість США була повністю нерегульована державою. Обсяги торгівлі стали зростати високими темпами. На території США та Канади сформувались численні торгові майданчики, ведучим серед яких став Непгу Хаб в Луїзіані. До 2005 року навіть за відсутністю прямого зв'язку між цінами на нафту та газ, вони, тим не менш, змінювались у одному і тому ж напрямку у сталому співвідношенні (7:1). Після 2008 року зростаючи обсяги видобування сланцевого газу привели до зниження ціни на газ. У результаті утворилося співвідношення вже 35:1. В Європі це співвідношення становило у 2005 р. 8:1 – 9:1, а у 2012 р. зросло до 10:1 – 10:2. За прогнозами розрив між цінами буде скорочуватися із-за подорожчання видобутку сланцевого газу.

У Європі торгівля природним газом історично була прив'язана до ціни на нафту. Газова промисловість була повністю нерегульована з 2000 р. у Великобританії, а потім і в усій континентальній Європі. У результаті утворилось кілька торгових майданчиків, домінуючим з яких є National Balancing Point (NBP) у Великобританії. Ціни ключових європейських хабів поступово посилюють свою кореляцію. Проте, на відміну від США та Канади, конкурентний механізм ціноутворення на газ ще не отримав повного розповсюдження у Європі.

УДК 338.24

Лазнева І.О.1

<sup>1</sup> канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

## **АНАЛІЗ КРИТИЧНИХ ЧИННИКІВ, ЩО ГАЛЬМУЮТЬ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ЧАСОВИХ ГОРИЗОНТАХ 2015–2020 РР.**

Після втрати з-під контролю України в 2013–2014 роках газових родовищ Чорноморського шельфу та туристичного сегменту Криму і значної частини гірничодобувної, металургійної та хімічної промисловості Донбасу очевидним став факт, що майбутня економіка країни вже не буде мати попереднього характеру розвитку та попередньої структури. Адже втрачені підприємства формували основу цілих галузей економіки.

Виходячи з сучасного стану економіки України експерти Світового центру даних з геінформатики та сталого розвитку визначили п'ять головних чинників (перепон), які в найбільшій мірі гальмують розвиток економіки України на часових горизонтах 2015–2020 років. Без усунення цих перепон через проведення системних реформ принципово неможливо говорити про підйом економіки країни і її прискорений розвиток.

Зниження негативного впливу цих перепон насамперед дозволить суттєво знизити видаткову частину бюджету України (знизити зайві витрати

при фінансуванні економіки України) без погіршення соціальних умов населення країни.

Першим чинником цієї групи є частка тіньового сектору в економіці країни, яка за оцінками експертів стабільно тримається на рівні 50 %, і навіть зросла до 52 % у 2015 році в результаті вкрай невдалої податкової реформи 2011–2012 років. Ця реформа практично паралізувала мале і середнє підприємництво в країні, що суттєво знизило надходження до бюджету та виштовхнуло значну частину обігових коштів у тіньову економіку.

Другим чинником, тісно пов'язаним з попереднім, є масштаб корупції в Україні. За висновками експертів (які щільно корелюють з висновками західних експертів) повний масштаб корупції у цей час досяг 14 % ВВП, або приблизно 30 млрд. дол. на рік. Політична та економічна нестабільність та надвисокий рівень корупції країни призвели до відтоку 12 млрд. дол. інвестицій лише за 2014 рік.

Третім важливим чинником зниження видатків державного бюджету є суттєве скорочення дефіциту Пенсійного фонду. Він коливається на рівні 4 % від ВВП і покривається з бюджету країни. У 2014 році дефіцит коштів Пенсійного фонду України склав 50,9 млрд. грн. (3,9 % від ВВП). Нині в Україні понад 14 млн. пенсіонерів, на 90 пенсіонерів припадає 100 осіб, що сплачують пенсійні внески. У 2025 році 1 працюючий утримуватиме 1 пенсіонера, а у 2050 році вже буде 125 пенсіонерів на 100 працюючих. У зв'язку з цим назріла необхідність радикальних змін у пенсійному законодавстві України з метою удосконалення солідарної системи (першого рівня пенсійної системи) та запровадження накопичувальної системи загальнообов'язкового державного пенсійного страхування (другого рівня пенсійної системи) з поступовим переважним переходом до другого рівня пенсійної системи.

Четвертим чинником зниження видатків бюджету країни є обслуговування державного боргу. Найбільші платежі перед МВФ та власниками державних облігацій України припадатимуть на 2015–2016 роки за позики, отримані ще у 2008–2010 роках. Для послаблення боргового тиску на бюджет та платіжний баланс, а також створення умов для економічного зростання, Україна буде поставлена в кабальні умови: необхідністю укладання з кредиторами договорів про зниження виплат та обміну боргових зобов'язань країни на її активи. Держава-боржник викуповує свій борг із дисконтом, а кредитор отримує матеріальні або фінансові ресурси, вартість яких є більшою за поточну ринкову вартість боргових зобов'язань.

І нарешті, п'ятим критичним чинником гальмування розвитку економіки України експерти вважають енергомісткість валового внутрішнього продукту. Цей показник характеризує рівень витрат паливно-енергетичних ресурсів на одиницю виробленого валового внутрішнього

продукту. Україна задовольняє свої потреби у природних енергоресурсах за рахунок власного їх видобутку приблизно на 45 %. При цьому енергомісткість ВВП в Україні у 3–5 разів вища, ніж в економічно розвинених країнах. Тому енергозбереження для України є не лише вирішальним, але й найдешевшим джерелом задоволення власних потреб в енергоносіях, адже питомі капітальні витрати на енергозбереження набагато нижчі від витрат на збільшення видобутку та виробництва енергоносіїв.

На часовому інтервалі 2015–2020 рр. в Україні відбуватиметься поступовий перехід від старих політиків до політиків нової генерації, які виховувалися й отримували освіту за нових соціально-політичних умов і мають нові демократичні цінності. Після драматичних подій «Революції гідності» 2013–2014 років, втрати Криму і затяжного військового конфлікту на Сході України ця генерація політиків буде менш схильною до компромісу зі своїми політичними опонентами і до консолідації з ними навколо загальнодержавних цінностей і пріоритетів. Цей перехідний період буде супроводжуватися гострою політичною боротьбою між фінансово-політичними групами старої та нової хвилі. Протягом цього періоду будуть спостерігатися високі ризики соціальних конфліктів, будуть терпіти крах старі політичні альянси, посилюватиметься соціальне розчарування, залишатиметься високою корупція, у зв'язку зі зношеністю енергетичних, транспортних та інженерних мереж зростатиме кількість техногенних катастроф.

Однак сприятливі умови для виробництва великої кількості продуктів харчування, хороші кліматичні умови, високоякісний людський капітал, острівці якісної освіти, науки та культури зберігатимуть відносну стійкість економіки і суспільства.

УДК 320.322

Ситников М.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> канд. техн. наук, доц. ЗНТУ

## **ВІЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ЗОНИ І ЇХ ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ РЕГІОНУ**

Сучасне економічне життя країни має нові проблеми, яких не було у минулому і котрі привертають загальну увагу, визивають дискусії, чим сприяють економічному розвитку.

У період соціалістичної України у складі Радянського Союзу пріоритети соціально-економічній політиці і господарської діяльності знаходились на боці важкої індустрії та оборони. Питання задоволення потреб і попиту

населення республіки і країни у цілому вирішувалися за остаточним принципом.

На сучасному стані розвитку України, коли лівова частка населення знаходиться на межі та поза межею бідності, виникає необхідність перевернення піраміди переваг, зміни структури економіки на кожному її рівні з метою зниження в суспільстві прошарку незаможного і бідного населення. Процес створення сучасних моделей реалізації регіональної соціальної політики повинен ґрунтуватися на оцінці середовища, яке буде сприяти створенню специфічних умов для відтворення соціальних відносин.

На наш погляд, одним з напрямків відтворення соціально-орієнтованої економічної політики є процес створення і розвитку діяльності вільних економічних зон (ВЕЗ), які відображають реально існуючі соціально-економічні відносини людей. В силу того, що ВЕЗ є частина території країни, яка має спеціальний правовий і економічний статус, передбачає ринкову форму управління з частково розподільною роллю держави, має систему пільг і стимулів для вітчизняних та іноземних підприємців, виробляє і розподіляє суспільний продукт для досягнення конкретної мети, поєднує виробництво й реалізацію продукції з метою розширеного відтворення, як регіону так і країни в цілому, вони можуть виступати як міцний фактор стабілізації розвитку соціальної сфери регіону.

Ефективна діяльність ВЕЗ сприяє економічному розвитку країни, розбудові соціальної сфери, в якій формуються відносини між суспільством і особистістю, розвиток і збереження людського потенціалу, соціального капіталу, норм і принципів фахової та моральної поведінки. Тому вивчення та дослідження проблем територіального розвитку соціальної сфери є складовою регіональної економіки і завданнями регіональної соціальної політики.

Головні завдання реформування соціальної сфери полягають як на рівні держави так і на рівні регіону.

Що стосується регіону то це: експертиза законодавчої бази з точки зору соціально-економічного розвитку регіону; забезпечення росту добробуту населення регіону шляхом розробки моделей реалізації соціальної політики на базі реформування економіки, розвитку самоврядування, ефективного використання місцевих ресурсів; розбудова мережі об'єктів соціальної інфраструктури; підтримка нових напрямків регіональної соціальної політики та розробка і реалізація цільових програм регіонального соціального розвитку.

На рівні держави з огляду потреб реформування соціальної сфери на наш погляд необхідно вирішити такі головні завдання: створення цілісної концепції регіональної соціальної політики в контексті розвитку України, як соціально спрямованої країни; розробка системи соціального забезпечення та



створення методології розвитку соціальної сфери; створення системи моніторингу і контролю за соціальними змінами в регіонах.

Таким чином, регіональна соціальна політика це діяльність органів державної влади, територіального управління, неурядових та громадських формувань, яка тісно пов'язана і залежить від діяльності господарсько-промислового комплексу, а однією із умов динамічного і ефективного функціонування цього комплексу є наявність в регіоні вільних економічних зон, які сприяють створенню багатокладної ринкової економіки, і тим самим розвитку соціальної сфери регіону.

УДК 336.747

Єгоров А.О.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> канд. техн. наук, доц. ЗНТУ

## **ЕНЕРГЕТИЧНА ВАЛЮТА: АЛЬТЕРНАТИВНА ФОРМА ПРИВАТНИХ ГРОШЕЙ АБО СХЕМА ФІАТНОЇ ЕМІСІЇ?**

Сучасний стан світових фінансів, перманентна кризова ситуація знову породили дискусії з приводу шляхів реформування світової фінансової системи. Один з аспектів цих суперечок – майбутнє світових валют. Деякі економісти пропонують повернутися до модифікованого золотого стандарту. Інші наполягають на можливій емісії наднаціональних грошей, які будуть базуватися на стандарті SDR. Реакцією суспільства і тієї частини підприємців, які не пов'язані із господарями фінансової системи, є дії, спрямовані на зниження залежності від офіційних грошей і, в тому числі, різноманітні проекти з випуску нових видів грошей. Такі гроші називають по-різному: приватні, альтернативні, нейтральні, паралельні, вільні, віртуальні, бартерні тощо. За оцінками Б. Ліетера, на сьогодні у світі налічується як мінімум 2500 альтернативних грошових систем.

В дискусії деякі фахівці зверталися до далеко не нової альтернативи забезпечення грошей основними сировинними товарами, або створення енергетичного еквіваленту грошей (енергетичного забезпечення валюти). Найбільш універсальним видом енергії для сучасної цивілізації є енергія електрична, витрати якої легко вимірюються. Витрати електроенергії, виражені в кіловат-годинах, можуть бути достатньо точним показником економічної активності. В роботі зроблена спроба, не вдаючись у всебічний аналіз цієї альтернативи з позиції існуючих теорій грошей, позначити та узагальнити деякі слабкі сторони концепції енергетичної валюти.

Сучасні гроші не мають внутрішньої вартості. Однак, треба зазначити, що єдиного критерію вартості (економічної цінності) немає. Вартість суб'єктивна. Вона постійно змінюється, коли змінюються умови, шкала

цінностей людей, у тому числі їх смаки. Кіловат-година не є показником економічної вартості. Вона є одиницею вимірювання кількості виробленої, або спожитої енергії, а також виконаної роботи, тобто фізичного явища. Використовується переважно для вимірювання споживання електроенергії в господарстві, побуті та для оцінки обсягів її генерації в електроенергетиці. Вимірювання таких фізичних явищ (робота електричного струму) напряду не відноситься до визначення ані трудової, ні, тим більше споживчої вартості, яку встановлює вільний ринок. В теперішній час капіталізації підлягає труд людей, тому що люди є головним елементом будь-якої економічної системи. І, якщо ми переходимо до грошової системи, в якій сплачують за електроенергію, генеровану машинами, то рухаємось до суспільства, де машини стають головними творцями капіталу, а люди виступають лише споживачами.

Кіловат-година – одиниця, яку можна легко виміряти та неможливо підробити. Оскільки кіловат-година електроенергії має однакове значення в усьому світі, сертифікат на певну кількість електроенергії виданий, наприклад в США, теоретично можна було би викупити в будь-якому місці. Але за даними ОЕСР (2008 р.) питоме споживання електроенергії в США перевищувало показники Китаю в 4,7 рази, Індії – в 13,9, а середньосвітові показники – у 4,1 рази. В такому підході енергетична грошова одиниця не є універсальною з позиції цінності для споживачів із різних країв та регіонів.

Попит на енергетичні гроші спричинить збільшення обсягів генерації, причому, перш за все, за рахунок найбільш простих і дешевих технологій, а саме, спалювання невідновлюваної сировини (на основі вуглецю та вуглеводнів). Викривлення економічної активності в бік виробництва енергії стане причиною екологічних проблем. Якщо у виробництві енергії будуть використані нові «проривні» технології, то вартість кіловат-години знизиться, в результаті чого виникне інфляція. Здешевлення енергії не буде стимулювати енергозбереження. Також виникає проблема виконання енергетичними грошима функції збереження вартості. Однак, ще С. Гезелль пояснював феномен циклічності грошової пропозиції і, відповідно, економічної активності тим, що, на відміну від інших товарів та послуг, гроші можна зберігати практично без витрат.

Енергетичний ринок (нафтовий, ринок генерації електроенергії) монополізований більше, ніж будь-який інший. Попит на головний сучасний енергоносіє – нафту – в короткостроковій перспективі має низьку еластичність, а ціни встановлюються на ринках деривативів, що надає широкі можливості для маніпулювання ними. Вся система обліку енергетики ґрунтується на даних статистики, якими також можна маніпулювати. Таким чином, енергетична валюта може набути рис фіатних грошей, номінальна вартість яких встановлюється та гарантується монополістом-емітентом.

У кінцевому підсумку, введення енергетичної валюти підриває базу сучасної системи кредитування (депозитних грошей), заснованої на механізмі часткового резервування, яка забезпечує економічну активність у масштабах світового господарства.

УДК 336.747

Копіченко А.А.<sup>1</sup>, Єгоров А.О.<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> студ. гр. ГФ-223 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. техн. наук, доц. ЗНТУ

## **ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ**

Перенесення окремих бізнес-процесів у віртуальний простір слід вважати закономірним наслідком розвитку інформаційного суспільства та основою формування економіки нового типу, яку досить часто називають інформаційною економікою. Результатом поступового розвитку електронної комерції та пов'язаних із нею нових інструментів оплати стало виникнення та запровадження електронної форми грошей.

Під «криптовалютою» розуміють вид цифрової валюти, облік якої можливий з допомогою криптографічних методів, а емісія ґрунтується на принципі доказу виконаної роботи комп'ютером (від англ. «proof-of-work»). Як правило, всі наявні нині криптовалюти мають «псевдонімний» характер, тобто всі транзакції проводяться публічно, при цьому зв'язок з конкретною людиною відсутній. Отримання кожної нової одиниці криптовалюти супроводжується певними витратами електроенергії і робочого часу комп'ютера. Тому прийнято вважати, що «занапад» криптовалюти настане тоді, коли на видобуток її одиниці витратиметься більше ресурсів, ніж її реальна вартість. Однією з найбільш відомих та розповсюджених криптовалют є біткойн (Bitcoin (BTC)).

На відміну від традиційних валют криптовалюти – виключно приватні гроші, вони не мають емітента в особі центрального банку як вищої монетарної влади. Емісією біткойнів може займатися будь-хто, готовий надати свій комп'ютер в оренду системі майнінг (від англ. mining – видобуток). Саме так програмісти називають емісію біткойнів.

Використання біткойнів має ряд особливостей:

- анонімність. Порівняно з національними валютами перекази криптовалют неможливо контролювати;
- швидкість переказу. Мінімальний час здійснення переказу становить кілька хвилин, в той час як банківський переказ може тривати кілька днів;
- невелика комісія. Мінімальна комісія переказу біткойнів становить 0.0001 btc, що робить її практично несуттєвою;

– операції з такими «альтернативними» грошима мають надійний інформаційний захист.

На тлі жорсткої політики грошової влади багатьох країн щодо використання альтернативних (приватних, вільних) грошей, відношення до криптовалюти можна оцінити як досить терпиме. Верховний суд Євросоюзу в жовтні 2015 р. визнав біткойн платіжною системою і наблизив його статус до статусу традиційних валют, заборонивши стягувати з операцій із біткойном податок на додану вартість. У США з вересня 2015 року біткойни були визнані біржовим товаром. Комісія з торгівлі товарними ф'ючерсами (CFTC), таким чином, зрівняла криптовалюту в правах з нафтою і золотом. Центробанки Канади і Австралії говорять про створення в майбутньому національної криптовалюти, яка стане програмованими грошима. Це потрібно, серед іншого, для обслуговування негативних процентних ставок, що стає реальністю в західних економіках, які страждають від дефляційних ризиків. Національний банк України заявив, що використання біткойнів може супроводжуватися високим ризиком. Він розглядає «віртуальну валюту/криптовалюту» біткойн як грошовий сурогат, який не має забезпечення реальною вартістю і не може використовуватися фізичними та юридичними особами на території України як засіб платежу, оскільки це суперечить нормам українського законодавства. Незважаючи на це, в Україні з біткойном вже працює Приватбанк, чії клієнти можуть платити і отримувати оплату біткойнами, які, в остаточному підсумку, конвертуються в гривню. Ощадбанк і Укрсиббанк вивчають можливість запустити біткойновий сервіс і в своїх відділеннях.

Основними особливостями використання криптовалюти біткойн є забезпечення конфіденційності користувачів та анонімності переказів, прискорення обігу капіталу, скорочення значних операційних витрат, які пов'язані з обігом паперових грошей, вдосконалення системи грошових переказів, мінімізація впливу інфляційних процесів, а також спрощення платіжної системи.

Однак, у цього явища є і потенційні загрози. Насамперед, слід звернути увагу на те, що криптовалюта через анонімний характер трансакцій потенційно є ідеальним інструментом для фінансування таємних, нелегальних операцій і тероризму. Викликає сумніви, щоб криптовалюта могла ефективно виконувати основні функції грошей (міра вартості, засоби обміну та платежу). На спеціалізованих біржах, які торгують біткойнами, курс цієї валюти протягом одного операційного дня може змінюватися в ту або іншу сторону на 20 і більше відсотків. Левова частка всіх операцій з використанням криптовалюти – обмін на інші валюти. Враховуючи різкі коливання курсу криптовалюти, можна впевнено сказати, що це операції виключно спекулятивного характеру.

## ОСОБЛИВОСТІ СХІДНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Принципом японських дипломатів є постійне поповнення своїх знань.

Одна цікава риса відрізняє кадри японської дипломатії – визнання позитивної ролі династії в дипломатії, що, на думку японців, сприяє професіоналізму дипломатів та їхній відданості державі. В японській дипломатії створена і підтримується атмосфера високої вимогливості до співробітників. Сильною стороною японської дипломатії є ретельне відпрацювання питань, фахова підготовка до бесід, контактів, переговорів. Говорячи про японський характер та зіштовхуючись із японцями, іноземці звертають увагу на «загадкову посмішку» та їхнє мистецтво приховувати свої думки. Делікатність цінується японцями найбільше. Можливо, ще більше, ніж у англійців, у японців цінується мовчання. Спілкуючись із японськими партнерами, ніколи не використовуйте рукостискання. А за традицією найважливішим елементом чемної поведінки є уклін. Японцям властива акуратність, їхній стиль – обов'язковість, пунктуальність у всьому.

Іноземні дипломати, що працювали в Китаї, поважають високий професіоналізм китайського керівництва. У зв'язку з тим, що остаточні рішення приймаються, як правило, китайськими керівниками країни, то без їхнього схвалення жодна зміна відносин неможлива. Разом з тим, керівники Китаю рахуються з думкою дипломатів, учених. У китайській делегації, як правило, багато експертів, наприклад, експерт із фінансових питань, технічних тощо. У результаті чисельність делегації виявляється досить великою. Самі китайці відстоюють свої позиції дуже суворо і роблять вчинки тільки тоді, коли переговори зайшли в глухий кут. Вони вміло використовують помилки, допущені партнерами.

Дипломати Індії близькі до англійської школи, багато хто з них закінчували англійські університети і стажувалися в англійському Форін Офісі. Деякі індійські дипломати до дипломатичної служби були чиновниками англійської колоніальної адміністрації. Індійські дипломати відрізнялися високим професіоналізмом, різнобічними зв'язками, вмілим відстоюванням інтересів своєї країни. Підтримуючи контакти з представниками Індії, варто пам'ятати про те, що в індійців високо розвинене почуття власної гідності. Імпонує ще одна риса індійських політиків і дипломатів – це їхні реалізм, практичність, підпорядкованість одній меті – інтересам країни.

Арабська дипломатія в післявоєнний період відрізняється прихильністю до ідеї арабської єдності. Однак незважаючи на спільні мову, давню культуру, ці країни настільки відрізняються одна від одної, що в присутності представників іншої країни можуть уникати обговорення питань, пов'язаних із проблемами Близького Сходу, суперечок. Усе це свідчить про те, що до кожної спроби встановити контакти і вести переговори варто готуватися уважно, з огляду на особливості кожної окремої країни та її політику. Необхідність ретельної підготовки бесід з арабськими політичними діячами і дипломатами диктується високим професіоналізмом арабських дипломатів. Практично всі арабські держави є мусульманськими, тому питання становища ісламських меншин, релігії, насамперед ісламу, є для них архітутєвими.

В арабських державах існують свої норми етикету, протоколу, звичаї, пов'язані із способом життя, релігією, ідеологією. В одних країнах вони ближчі до середньовічних, у інших – до сучасного цивілізованого світу. Їх, звичайно, треба знати, налагоджуючи контакти, при бесідах, переговорах, особливо якщо ви їдете в арабську країну. Насамперед – це відношення до Корану, до мусульманської релігії. Не варто допускати жодної критики Корану і, звичайно, треба виявляти повагу до нього.

Саудівці, маючи значні кошти у своєму розпорядженні, негласно провадять лінію на те, щоб тримати своїх послів, особливо в арабських країнах, якомога довше, всіляко прагнучи до того, щоб їхні представники були дуайєнами.

Арабські дипломати хороші полемісти й оратори, і це варто враховувати на переговорах і конференціях.

Коли араби не хочуть відповідати, вони посміхаються, запевняють, що не знають цього питання, відтягують час чи обмовляються «загальними фразами».

Посли арабських країн звичайно суворо дотримуються інструкцій.

Для арабів однією з важливих умов контактів, зв'язків, переговорів є встановлення довіри.

Типовими рисами єгипетської дипломатії є: почуття національної гідності, твердий стиль ведення переговорів, неухильне дотримання національної незалежності.

УДК 339.9(477)

Коломоєць К.В.<sup>1</sup>, Павлюк Т.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ГФ-223 ЗНТУ

<sup>2</sup> ст. викл. ЗНТУ

## **ПЕРСПЕКТИВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ**

Посилення глобалізаційних процесів у світі підвищує значення розвитку зовнішньоекономічних відносин України, її участі в міжнародному поділі праці, фінансах, науково-технічному співробітництві та зумовили необхідність створення й реалізації в державі нової зовнішньоекономічної політики (ЗЕП). Водночас ЗЕП є засобом подолання кризових явищ в економіці України, відкриваючи доступ вітчизняній продукції на світові ринки й забезпечуючи надходження відповідних товарів і послуг до економіки України з інших країн світу.

Розробка нової ЗЕП України потребує визначення цілей і пріоритетів національного розвитку з урахуванням особливостей трансформаційного етапу вітчизняної економіки та наслідків глибокої соціально-економічної кризи.

До основних цілей ЗЕП України щодо ЄС належать такі:

пошук засад взаємовигідного економічного, фінансового та науково-технічного співробітництва;

стимулювання розвитку торговельних відносин з країнами ЄС і залучення інвестицій;

використання фінансової й технічної допомоги країн – членів ЄС для проведення Україною ринкових реформ і створення соціально орієнтованого ринкового господарства;

зміцнення економічної безпеки України.

Для України, з урахуванням обмеженості ресурсів для розвитку власного фінансового режиму і гострої потреби в цьому найкраще буде самостійно створювати інтернаціоналізовані відтворювальні системи, розширюючи тим самим економічні границі держави й одержуючи можливість самостійного формування стратегії розвитку. Основа для його реалізації – транснаціоналізовані структури, яким повинні бути делеговані повноваження представляти національні інтереси в глобальному просторі.

Наша держава має всі можливості, що б використати глобалізацію на свою користь, але цьому заважають об'єктивних і суб'єктивні фактори, які гальмують процес інтеграції України до світового простору, а саме:

– певна політична нестабільність, відсутність чіткої економічної політики, непослідовність у проведенні реформ;

– велика корумпованість владних структур різних рівнів;

- обмеженість внутрішнього ринку, пов'язана з вкрай низькою купівельною спроможністю населення;
- скорочення виробничого споживання за рахунок різкого падіння виробництва;
- значний відтік капіталу, обумовлений, з одного боку, кримінальним його характером, а з іншого – невірою більшої частини вітчизняних бізнесменів у сталість економічних перетворень, а також нелегких умов легального ведення бізнесу (високі податки, корупція, рекет, нестабільність законодавства тощо);
- відокремленість від участі у найперспективніших програмах виробництва нових виробів на міждержавній основі;
- недостатній розвиток фінансової, технічної, інформаційної та іншої інфраструктури.

На шляху реформування фінансового режиму для України об'єктивна необхідність переходу від постачальницько-збутової до інвестиційно-виробничої моделі організації зовнішньоекономічних зв'язків. Для успішної реалізації завдань зовнішньоекономічної, інтеграції України необхідне поступове впровадження на практиці національної інтеграційної програми, спрямованої на консолідацію ресурсів нації і вихід національних відтворювальних циклів на міжнародний рівень, у тому числі через поетапну реалізацію ефективної державної інформаційної політики.

УДК 339

Мигловець Н.О.<sup>1</sup>, Сарнацький О. П.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ГФ-213 ЗНТУ

<sup>2</sup> д-р іст. наук, проф. ЗНТУ

## **БРЕТТОН-ВУДСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ 1944 Р. ТА ЇЇ МІЖНАРОДНІ НАСЛІДКИ**

Споконвіку і до кінця 19 століття головною світовою валютою було золото, а національні грошові одиниці лише відбивали вміст дорогоцінного металу. Проте на початку 20 століття видобуток золота припинив покривати потреби індустріального розвитку, колоніальної системи, політичні зміни, і, нарешті, Перша Світова війна остаточно підірвала «золотий стандарт» валют більшості розвинених країн світу. Згодом відсутність якогось іншого стандарту чи мірила спричинила безлад у світовій торгівлі, що, разом із кризою виробництва і споживання, стало однією із головних причин Великої депресії 30-х років.

Друга світова війна призвела до поглиблення кризи Генуезької валютної системи (золотодевізний стандарт, заснований на золоті і провідних валютах,



що конвертуються в золото), і ще до завершення війни США були готові розповісти світові про новий післявоєнний порядок, оскільки американську промисловість було відроджено завдяки величезним військовим замовленням, інфраструктура країни, на відміну від усіх європейських держав, не була ушкоджена, а сховища Форт Ноксу та сейфи американських банків були заповнені європейським золотом, тоді як сама Європа була вщент зруйнована і знекровлена.

З 1944-07-01 по 1944-07-22 у американському місті Бреттон-Вудс була проведена конференція, на якій визначили повоєнну економічну систему. Офіційно цю зустріч, у якій взяли участь 730 делегатів із 44 країн світу, називалася Конференцією Об'єднаних націй з монетарних та фінансових питань.

Саме у Бреттон-Вудсі було вирішено прив'язати всі національні валюти світу до долара, а вже сам долар – до золота. Унція золота коштувала 35 доларів. Почалася ера долара як світової валюти. Цьому сприяла поява двох потужних міжнародних інституцій – Міжнародного валютного фонду, який мав забезпечувати стабільність світового валютного ринку, та Міжнародного банку реконструкції та Розвитку, згодом Світового банку, про заснування яких також було домовлено у Бреттон-Вудсі.

Підсумки Бреттон-Вудської конференції:

Прийнята Бреттон-Вудська валютна система (золотодевизний стандарт, заснований на золоті і двох резервних валютах – долар США і фунт стерлінгів). Бреттон-Вудська угода передбачала:

- збереження золотого паритету валют і фіксація їх у МВФ;
- золото – як міжнародний платіжний і резервний засіб;
- прирівнювання долара до золота (35 доларів за 1 тройську унцію, рівну 31,1035 г) і закріплення за ним статусу головної резервної валюти;
- введення взаємної оборотності валют;
- встановлення режиму фіксованих валютних курсів та інше.

Створено Міжнародний валютний фонд (МВФ) для надання кредитів в іноземній валюті для покриття дефіциту платіжних балансів з метою підтримки нестабільних валют, контролю над дотриманням принципів світової валютної системи, а також для забезпечення валютного співробітництва країн.

Створений Міжнародний банк реконструкції та розвитку (МБРР) – міждержавний інвестиційний інститут.

Підписана Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ).

Встановлені правила організації світової торгівлі, валютних, кредитних і фінансових відносин.

Бреттон-Вудська валютна система повинна була забезпечити стабільність валютних відносин у світі, стабільність валютних курсів і

міжнародне валютне співробітництво. Фактично ж вона створила односторонні переваги і вигоди для США, бо забезпечила за доларом США статус загального платіжного засобу та резервної валюти. Долар став базою валютних пріоритетів, переважаючим засобом міжнародних розрахунків, валютних інтервенцій і резервних активів.

Щойно індустриальні країни відновили зруйнований війною потенціал і Західна Європа і Японія перетворилися у конкурентів США, вибухнула криза цієї системи, що призвела до її поступового розвалу в 1971–1976 роках. У результаті припинився розмін доларів на золото, була відмінена офіційна ціна золота, на зміну фіксованим валютним курсам прийшли плаваючі курси, стався розпад валютних зон.

Бреттон-Вудська валютна система припинила своє існування в 1971 році, а в 1976 році угодою країн-членів МВФ була оформлена Ямайська світова валютна система, що прийшла на зміну Бреттон-Вудської.

УДК339.738

Дорошук Т.В.<sup>1</sup>, Єгоров А.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ГФ-211 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. техн. наук, доц. ЗНТУ

## **АНАЛІЗ ПРИЧИН ТА ЗАХОДІВ ПОДОЛАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ БОРГОВОЇ КРИЗИ**

Успішне функціонування Єврозони протягом майже 10 років після її створення можна пояснити глобальним бумом, який забезпечував фінансування, в тому числі, не надто кредитоспроможних позичальників. Це забезпечило добробут навіть таким неконкурентоспроможним південним країнам зони євро, як Греція, Португалія, Іспанія та Італія, оскільки вони могли без зусиль і обмежень запозичати у своїх північних сусідів під низький відсоток, який забезпечувався єдиною монетарною політикою і валютою. Чисто технічно грошова політика в єдиному валютному просторі функціонувала задовільно. Європейський центральний банк (ЄЦБ) контролював ситуацію з грошовою масою. Трансмісійні механізми грошової політики залишаються ефективними. Середня цінова стабільність в Єврозоні забезпечувалася задовільно. Але очікуваного суттєвого поглиблення економічних відносин внаслідок введення єдиної валюти не сталося. Відносна вага товарообміну між країнами зони євро дещо знизилася.

З точки зору реальної економіки в зоні євро склалася ще більша нерівновага між північними і південними країнами. Конкурентоспроможність останніх явно постраждала через єдину валюту, до того ж витрати на оплату праці виросли вище середнього рівня. Наслідком стали зростаючі дефіцити

бюджету та платіжного балансу і гальмування економічного зростання в південних країнах. Становище ускладнилося ще в результаті незадовільного управління державними фінансами та зростаючого державного боргу. Втративши внаслідок створення Єврозони такий інструмент, як девальвація, і не в силах встояти перед можливістю запозичень в євро за низькою процентною ставкою, країни південної Єврозони, особливо Греція та Іспанія, різко збільшили споживання і соціальні витрати. Вони широко запозичували у північних країн, про що свідчить 750 млрд. євро накопичених кредитів в кліринговій системі ЄЦБ (TARGET 2). Після прийняття єдиної валюти в країнах південної Єврозони питомі витрати на робочу силу росли набагато швидше, ніж в північних країнах. До 2008 р., за даними ОЕСР, питомі витрати на робочу силу в Греції, Іспанії та Португалії були на 30–40 % вище, ніж у Німеччині. Базовий висхідний тренд змінився лише в результаті фінансової кризи. Для північної Єврозони завжди були характерні високі норми заощадження та низький рівень інфляції. Надмірне споживання було спільною рисою Греції і Португалії з 2003 р.

Перед обличчям хронічної кризи євро країни північної Єврозони за участі Єврокомісії та МВФ започаткували політику підтримки, що йде прямо або побічно з коштів ЄЦБ. Ця політика стала особливо очевидною після травня 2011 р., коли європейська фінансова влада звернулася до ЄЦБ з проханням запустити «друкарський верстат» для фінансування стійкого бюджетного дефіциту країн південної Єврозони до тих пір, поки прямі грошові операції не забезпечать стабільність. В очікуванні подальших структурних змін ЄЦБ фактично відкинув всі обмеження Маастрихтського договору. Однак станом на початок 2016 р. напруженість в Євразоні не зникла. Багато базових суперечностей залишаються невирішеними. По-перше, проект зі створення фінансового союзу, який економісти вважають обов'язковою умовою формування працездатного валютного союзу, не завершений. Відсутній федеральний бюджет Євразони, немає спільно підтримуваних облігацій, що дозволяють вирівняти вартість запозичення, відсутня великомасштабна гармонізація національних економічних політик. А такі країни, як Греція, Ірландія, Італія та Португалія, сильно обтяжені боргами.

З 2013 року всі повноваження і зобов'язання Європейського фонду фінансової стабільності переходять до Європейського Стабілізаційного механізму (ЕСМ) – деякого аналога Міжнародного валютного фонду, який має явні ознаки наднаціональної структури. Все більшу роль в управлінні суверенними боргами країн-членів ЄС починає грати ЄЦБ, який в даний час має намір проводити необмежену скупку боргових казначейських паперів країн, що входять в Євразону. Фактично це означає включення «друкарського верстата»: ЄЦБ буде проводити політику, схожу на «кількісні

пом'якшення», здійснювані ФРС США. Така політика буде фактично означати участь ЄЦБ в роздуванні бюджетних дефіцитів, стимулювати зростання суверенних боргів, жити інфляцію в європейській економіці.

Забезпечення довгострокового балансу Єврозони, безперечно, вимагає повернення балансу ЄЦБ і кредитування в рамках TARGET 2 до рівнів, які передували сучасній кризі. Для скорочення дефіциту і вирішення проблеми суверенних боргів потрібно, щоб деякі суверенні позичальники Єврозони перейшли до режиму настільки суворої економії, яка може бути несумісною з їх культурами та ментальністю.

УДК 339.727.22

Цимбал Ю.О.<sup>1</sup>, Мелешенко А.І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ГФ-212 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філ. наук, доц. ЗНТУ

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ І ЇХ ВПЛИВ НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Транснаціоналізація господарського життя стала невід'ємною частиною сучасного світу. На транснаціональні корпорації (ТНК) припадає основна частина вивозу капіталу у вигляді прямих іноземних інвестицій і переважна частина капіталовкладень в розробку новітніх технологій. Актуальність цієї роботи підтверджується всеохоплюючою діяльністю ТНК, посиленням взаємозв'язку і взаємозалежності національних економік та необхідністю аналізу наслідків переміщення прямих іноземних інвестицій з метою вироблення ефективної моделі поведінки для взаємодії з міжнародними корпораціями.

Теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій, науково-технічна діяльність ТНК, фінансові механізми інноваційної діяльності ТНК та їх вплив на конкурентне середовище національної економіки знайшли своє відображення в наукових публікаціях як вітчизняних дослідників – І. Павленка, А. Філіпенка, О. Рогача, О. Михайловської, Н. Фіц, Є. Вакуленко, Г. Бака, І. Хоменко, В. Гейця, так і в працях зарубіжних фахівців – С. Шагуріна, А. Кіреєва, П. Баклі, Р. Ентоні, К. Фрімена, Дж. Даннінга, М. Портера, Й. Шумпетера та ін.

Мета роботи – дослідити масштаби транснаціоналізації і глобальні інвестиційні тенденції останніх років, проаналізувати наслідки діяльності транснаціональних корпорацій, визначити характер відносин між національними державами та ТНК, а також сформулювати перспективи зростання могутності та впливу ТНК на світову економіку.

На початок ХХІ століття у світі налічувалося приблизно 70 тис. ТНК і 850 тис. їх філій. Більшість материнських компаній розташовано в розвинених країнах. На ці країни припадає 2/3 сукупного вивозу прямих іноземних інвестицій. У промислово розвинутих країнах розміщено близько 46 % усіх філій ТНК, у той час у країнах, що розвиваються, – 42 %. ТНК контролюють більше половини світового промислового виробництва, близько 2/3 світової торгівлі, 4/5 кількості патентів і ліцензій на нову техніку, технології та ноу-хау.

Згідно даних журналу Global Fortune 500 в 2015 році 500 найбільших ТНК отримали дохід у розмірі 12,5 трлн. дол. і прибуток – 945 млрд. дол. Ринкова вартість активів склала 17 трлн. дол., а кількість працівників зросла до 26,8 млн.

За даними Доповіді про світові інвестиції, представленої ЮНКТАД, глобальні потоки ПІІ у 2015 р. склали 1,7 трлн. доларів – цей показник вище показника 2014 року на 36 %. Головна причина здійснення ПІІ – прагнення розмістити капітал у тій країні і в тій галузі, де він буде приносити максимальний прибуток, скоротити рівень оподаткування і диверсифікувати ризик.

Позитивна динаміка на міжнародному інвестиційному ринку пов'язана з транскордонними злиттями й поглинаннями (ЗіП). Зафіксовано 61 % зростання кількості угод з передачі контролю з управління бізнесом. Основна причина реструктуризації компаній у формі злиттів і поглинань криється в прагненні отримати синергетичний ефект, досягти або посилити монопольне становище, знизити податки або отримати податкові пільги, диверсифікувати сферу економічної діяльності.

Країнам, що розвиваються вдалося залучити інвестицій на 5 % більше ніж за результатами 2014 р., а обсяги прямих інвестицій в країни з перехідною економікою скоротилися вдвічі. Країни-лідери за обсягом залучення ПІІ в 2015 р.: США (384 млрд. дол.), Гонконг (163 млрд. дол.) і Китай (136 млрд. дол.).

У світі існує конкуренція між країнами з залучення прямих закордонних інвестицій, у процесі якої транснаціональні корпорації отримують податкові знижки та інші пільги. Але існує і ряд проблем, пов'язаних з діяльністю транснаціональних корпорацій в приймаючій країні (експлуатація природно-географічних, економічних, трудових ресурсів, політичний тиск, спроби монополізації ринку, використання системи трансфертного ціноутворення).

Дослідження впливу ПІІ на економіку країн-реципієнтів, проведені провідними вченими ЮНКТАД та ОЕСР, призвели до висновку, що дії приймаючої сторони щодо стимулювання або стримування конкуренції, а також вироблення чіткої програми співробітництва з ТНК є найважливішими

чинниками, що визначають чи буде ефект від присутності в економіці країни ПП позитивним чи негативним.

В наступних роках очікується посилення впливу ТНК на світову економіку, головним чином через глобальні потоки прямих іноземних інвестицій. Частка транснаціональних підприємств, що планують протягом 2016–2017 років збільшити витрати на ПП, зросла з 24 % до 32 %. Операції в сфері транскордонних ЗіП також виявляють тенденцію до зростання в 2016 році. Однак, очікуваному поживавленню може зашкодити невизначеність, що зберігається в євразоні, можливі наслідки геополітичної напруженості і хронічна нестійкість в країнах з перехідною економікою.

Отже, резюмуючи зазначимо, що незважаючи на об'єктивну критику діяльності ТНК, все ж, вони є невід'ємною частиною сучасного світу та головною рушійною силою економічного прогресу і зростання, є найбільшими продуцентами інноваційного і науково-технічного розвитку.

УДК 341.75

Панченко А.О.<sup>1</sup>, Лазнева І.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ГФ-214 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОТОКОЛЬНИХ ЗАХОДІВ В КРАЇНАХ ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ**

Найсильнішою рисою англійської дипломатії є бездоганне знання предмета, проблем, що підлягають вирішенню, знання країн, енциклопедичні дані, які передаються з покоління в покоління. Англійська дипломатія дуже вміло захищає інтереси своєї країни та її громадян. Англійський прем'єр-міністр і міністр закордонних справ ще в середині ХІХ ст. так сформулювали її завдання: «В Англії немає постійних ворогів і постійних друзів. У неї є тільки постійні інтереси».

Англія ще в роки Першої світової війни оголосила слідом за президентом США В. Вільсоном політику «відкритих договорів, відкрито обговорених», але це був пропагандистський захід. Насправді вона завжди виступала за таємну дипломатію, і, відповідно, на відміну від Америки, в її дипломатичній практиці так званих витоків інформації практично не було.

Англієць винятково ввічливий і вимагає такого ж відношення до себе; мовчазний, із незнайомими людьми не буде розмовляти й обговорювати якісь питання; він може бути замкнутим і його треба «розговорити». У той же час англієць дуже чутливий до натяків, добре розуміє гумор, але не любить «брудних» жартів і тому іноді їх засуджує. Усе це відображається й у дипломатії.

У Великобританії дуже суворі вимоги до пунктуальності. Перед початком ділової зустрічі запитайте в партнера, на скільки часу він розраховує. Це свідчення того, що ви цінуєте його час.

Французька дипломатія – одна з основоположників сучасної світової дипломатії. «Французька дипломатія, – зауважує Кларк, – ще більш специфічна, ніж англійська. Її можна як ненавидіти, так і захоплюватися нею». Один посол сказав про неї так: «Це дипломатична дипломатія», а англійський дипломат додав: «Навіть коли де Голь зробив екстраординарну заяву про оборону Франції (йдеться про вихід Франції з військової організації НАТО), майстерність французької дипломатії була настільки великою, що змогла знайти переконливі аргументи в обґрунтування цієї думки».

Посольський корпус Франції винятково сильний – це професіонали найвищого класу. Серед французьких дипломатів було багато відомих письменників. От чому документи французької дипломатії відрізняються добірністю, тонкістю і разом з тим змістовністю.

З національних рис французької дипломатії варто відзначити таку: вони приділяють велику увагу попереднім домовленостям. Французькі дипломати воліють заздалегідь обговорити ті чи інші питання, щоб потім вирішити їх остаточно. Вони дуже чемні, ввічливі, доброзичливі, схильні до жартів, але при серйозному обговоренні не уникають конфронтаційного стилю.

Німецькі дипломати вирізняються пунктуальністю. У складних ситуаціях, особливо молоді співробітники посольства, іноді нервують. На переговорах поведуться суворо, наполегливо. Недарма Г. Нікольсон вважав німецьких учасників переговорів «воїнами», відзначаючи їхню агресивну манеру ведення переговорів.

Німецьких дипломатів вирізняє гарна юридична підготовка, глибоке знання юридичних питань. На переговорах вони систематичні, обговорюють питання послідовно одне за одним. Німці дуже спритні, вміють налагоджувати контакти і високо цінують їх. Вони вміють закріплювати контакти, виявляючи турботу про тих, із ким встановили зв'язок, запрошуючи їх додому, проводжаючи на вокзал, передаючи привіти своїм знайомим із інших країн, не забуваючи вітати зі святом, днем народження. Німецька точність і акуратність виявляється і тут.

Дипломати Німеччини вільно володіють двома-трьома іноземними мовами. Це, як правило, фахівці з тієї чи іншої проблеми, країни чи регіону.

Італійська дипломатія нараховує кілька тисячоліть, має величезний досвід і традиції. Міжнародне право багато в чому зобов'язане італійським юристам. Латинська мова була до XVII–XVIII ст. світовою дипломатичною мовою, і дотепер латинські вислови вживають у дипломатії, дипломатичних документах, у виступах на конференціях

Італійські дипломати відзначаються витонченістю, але до їхніх позитивних якостей не належать акуратність, пунктуальність, вони можуть спізнитися на обід, вечерю, затримати зустріч і навіть не помітити цього. Вони вільно розпоряджаються часом.

Знавці Італії, які працювали в цій країні, відзначають, що італійці дружньо налаштовані до іноземців. У них немає такого расистського настрою, як у французів щодо арабів.



## СЕКЦІЯ «ПЕРЕКЛАД»

УДК 811.111:81'272

Куш Е.О.

канд. філол.наук, доц. ЗНТУ

### КОГНІТИВНЕ ТЕРМІНОЗНАВСТВО ЯК НОВА ПАРАДИГМА ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНІВ І ТЕРМІНОСИСТЕМ

Когнітивно-дискурсивна парадигма лінгвістичної парадигми знань дала поштовх розвитку когнітивного (когнітивно-дискурсивного) чи гносеологічного термінознавства. Терміни «когнітивно-дискурсивне», «гносеологічне» використовуються у науковому обігу як синоніми до терміна «когнітивне термінознавство». На відміну від класичного (терміноцентричного чи класифікаційно-структурного) термінознавства, що не виходило за межі аналізу термінів і терміносистем і тих понять, які стоять за ними, когнітивне термінознавство значно розширює ракурс своїх досліджень та займається не тільки розробкою когнітивних теорій дослідження термінів і терміносистем, але вивчає також такі нові поняття, як когнітивна карта, когніотип, професійна мовна особистість і т.і.

Когнітивне термінознавство є закономірним етапом розвитку термінознавчої науки. На думку Л.О. Манерко, уже давно існує «нагальна потреба говорити про когнітивне термінознавство, що з'явилося у зв'язку з розповсюдженням ідей когнітивізму, становленням когнітивно-дискурсивної парадигми, накопиченням значного за обсягом масиву фактичних даних у сфері термінології, що почали вимагати адекватних методів дослідження, новітніх концепцій і теорій інтерпретації та пояснення» [3, с. 642].

Якщо традиційне термінознавство не виходило за межі аналізу терміна й тієї системи понять, яку він відображає, то когнітивне термінознавство є «відкритим» для широких міждисциплінарних програм дослідження, для вивчення термінів і терміносистем у широкому культурному контексті. З одного боку, когнітивне термінознавство продовжує традиції лінгвоцентричного (терміноцентричного, або класифікаційно-структурного) термінознавства, спрямованого на аналіз термінів, терміносистем, особливостей їх творення, функціонування, упорядкування тощо; з іншого – воно набуває рис, притаманних сучасному етапові наукового лінгвістичного знання: стає антропоцентричним, міждисциплінарним, поліпарадигмальним, передбачає профілювання того самого термінологічного об'єкта дослідження різними дослідницькими парадигмами, звертає увагу й на асистемні явища, синтезує позиції різних шкіл і напрямів. Постулюючи принцип антропоцентризму, когнітивне термінознавство розглядає терміни як

компоненти динамічної підсистеми мови, кореляти ментальних операцій, що відбуваються в свідомості дослідників.

Із позицій когнітивного термінознавства терміни народжуються в дискурсі та формують свій зміст у процесі когніції й лише пізніше закріплюються або не закріплюються в текстах, у словниках, у тезаурусах або термінологічних банках даних, якщо в цьому є практична необхідність [2, с. 246]. Основні завдання когнітивного термінознавства полягають у залученні до аналізу більшого корпусу терміноодиниць, з'ясуванні процесів формування міжгалузевих термінів, метатермінів і систем їх упорядкування. Найважливішим моментом у когнітивному вивченні термінів і терміносистем є визнання центральної ролі людини в процесах пізнання та комунікативної діяльності.

Когнітивні дослідження терміносистем дають змогу зрозуміти й описати ті концептуальні структури, що визначають особливості організації терміносистем на основі одиниць, які їх становлять; указати на ті когнітивні та комунікативні фактори, що зумовлюють формування цих терміносистем, їхнього змістового простору, показати динаміку змін і розвитку цих терміносистем залежно від загального фонду людських знань і досвіду на певному етапі їх розвитку. Водночас вони надають можливість представити концептуальну організацію терміносистеми на основі пропозиційного аналізу виокремлених у її межах термінологічних одиниць і їхніх класів. Це все сприяє розширенню уявлення про співвідношення ментальних структур збереження наукових і професійних знань із засобами їх вербалізації [1, с. 24].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Володина М.Н. Когнитивно-информационная природа терми- на (на материале терминологии средств массовой информации)/ М.Н. Володина. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та им. М.В. Ломоносова, 2000. – 128 с.
2. Козловская О.Г. Когнитивный подход к исследованию термина как инструмента познания / О.Г. Козловская // Язык как средство коммуникации: теория, практика, методика преподавания. – М. : Изд- во Моск. гос. ун-та им. М.В. Ломоносова, 2007. – С. 245–247.
3. Манерко Л.А. Терминоведческая наука XX столетия Л.А. Манерко // Горизонты современной лингвистики : Традиции и новатор- ство : сб. в честь Е.С. Кубряковой. – М. : Языки славянских культур, 2009. – С. 641–650.

## **СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ ПЕРЕКЛАДУ**

Оскільки у сучасному світі спостерігається активна співпраця та міжнародний обмін досвідом у сфері медицини та охорони здоров'я, то особливої актуальності набуває здійснення якісного перекладу медичної документації. Такий переклад повинен містити ретельно вивірену медичну термінологію, щоб не стати причиною неточної діагностики, неправильної інтерпретації досягнень науки, і, як наслідок, грубої помилки у професійній діяльності.

Безперечно медична тематика є однією з найскладніших. Симптоми хвороби, схеми лікування та реабілітаційні заходи, супровідні документи на ліки та медичне обладнання складають таку галузь, де приблизність формулювань і неточність термінів є неприпустимою. Кожен медичний термін характеризується такими особливостями як наявність дефініції, співвіднесеність зі спеціальними поняттями, моносемічність, відсутність експресії та емоційного забарвлення, стилістична нейтральність і суворі логічність, наприклад: *exsipients* – допоміжна речовина (в фармакології), *micronucleustest* – мікроядерний тест (на мутагенність речовини), *tubellaimmunization* – щеплення від краснухи. Кожен термін є елементом певної підсистеми, наприклад, травматологічної, терапевтичної, хірургічної, анатомічної, гінекологічної, генетичної, психіатричної, біохімічної, ендокринологічної тощо. За останні десятиліття помітно збільшилися кількість вузькоспеціалізованих субтерміносистем, які виражають поняття, пов'язані з діагностикою, лікуванням і профілактикою хвороб, і, як наслідок, значних розмірів досягли вузькоспеціальні словники.

План змісту медичної термінології є різноманітним: це і хвороби та патологічні стани людини; і форми їх перебігу та ознаки (симптоми, синдроми); і фактори навколишнього середовища, що позитивно чи негативно впливають на організм людини; і показники гігієнічного нормування та оцінки; і методи діагностики, профілактики та терапевтичного лікування хвороб; і оперативні доступи і хірургічні операції; і організаційні форми надання лікувально-профілактичної допомоги населенню та санітарно-епідеміологічної служби; апарати, прилади, інструменти та інші технічні засоби, устаткування тощо.

Існують різні класифікації терміноодиниць. Так, Т.Р. Кияк, А.М. Науменко і О.Д. Огуй пропонують наступну класифікацію: терміни-кореневі слова: власна непохідна лексика (moan, meal, nail) та запозичена непохідна лексика (object, acid, acne); похідна лексика: терміни, утворені шляхом префіксації (constriction, antidote, hemisphere, hemorrhage); терміни-складні слова (roentgenography, afterpotential); терміни-словосполучення (boneage, retinaldetachment); терміни-аббревіатури (AIDS – acquired immuno deficiency syndrome); буквенні умовні позначення (T-cellsurface); символи (знаки) – наприклад, математичні, хімічні та інші (Au- Gold, Ag- Silber); номенклатура – («jumping» determinant – детермінанта, що мігрує, епітон, який не має статичної локалізації).

Переклад медичних термінів здійснюється різними способами. Найпоширеніший з них – це пошук словникових відповідників для термінів мови оригіналу (disease – хвороба, renal– нирковий, multipurpose application – багатостороннє застосування). Він використовується у всіх, чи майже у всіх, випадках їх появи в тексті оригіналу. Але через деякі розбіжності у граматичних, синтаксичних та морфологічних будовах української та англійської мов дуже часто доводиться при перекладі використовувати різного роду трансформації, зокрема: транскрибування (dentrin – дентрин), транслітерування (organ – орган, toxicology – токсикологія), калькування (molecular level – молекулярний рівень, lymphatic system – лімфатична система), описовий переклад (protein vesicles release structures – білкові структури, що беруть участь у звільненні везикул), контекстуальну заміну (anatomical – анатомічний, або структурний), а також конкретизацію, генералізацію, прийом лексичних додавань.

Від розуміння семантики, властивостей терміну окреслювати те чи інше явище та правильності його вживання у фахових текстах, може залежати життя людини, тому дослідження термінів медичної галузі є важливим не тільки для розвитку науки, терміносистеми, а й для запобігання нещасних випадків, зменшення ризику, швидкій допомозі хворій людині. Переклад медичних термінів вимагає від перекладача достатнього рівня обізнаності у відповідній галузі знань і чіткого дотримання норм мови перекладу. При перекладі не варто нехтувати консультаціями з фахівцями в тій чи іншій галузі медицини, оскільки без спеціальної освіти завжди можна допустити помилку і надати неточний або неправильний переклад терміну.

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОЇ АРХІТЕКТУРНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

Архітектурна термінологія являє собою окремий лексичний прошарок мови, що розвивається з плином часу. Говорячи про архітектурну терміносистему, маємо на увазі, що до неї входять терміни на позначення будівель, частин споруд, конструкцій, матеріалів тощо, які формують просторове середовище для життя і діяльності людей. Функціональний аспект у вивченні термінології має важливе і самостійне дослідницьке значення, оскільки істинні властивості та якості терміна проявляються тільки при функціонуванні його в спеціальних текстах або в усних формах професійного мовлення. Більшість термінів з галузі архітектури виникло шляхом словоскладання. Такі терміни складають приблизно 60 % загальної кількості. З них, двокомпонентні складають 47,8 %, трикомпонентні – 11,3 %, та незначна кількість чотириккомпонентних – 0,9 %. Як показує проведений аналіз, у галузі архітектури досить розповсюджені двокомпонентні словосполучення (бінарні). З погляду вираження їхніх компонентів частинами мови можна виокремити такі моделі: іменник + іменник; прикметник + іменник; іменник + прикметник. Найбільшою функційною активністю відзначається модель іменник + іменник (S + S): Adlerdach (n) – античний двосхилий дах. На другому місці модель (A+S=S) з першим компонентом прикметником: Flachdach (n) – плоский дах; Hochraster (m) – висока модульна система; Passivhaus (n) – енергозберігаючий будинок з нульовим балансом витрати і виробництва електроенергії. Третьою продуктивною моделлю двочленних термінів є модель іменник + прикметник (S+A=S): facettenreich (adj) – багатогранний; kontrastreich (adj) – контрастний; lichtvoll (adj) – добре освітлений; schallsicher (adj) – звукоізолюючий, звуконепроникний. Наступну групу створюють терміни, які утворені суфіксальним шляхом, їх нараховується 16 %. Наприклад, для побудови загальних та збіральних назв служать продуктивні суфікси іменників жіночого роду -ung, -keit. Суфіксальний спосіб словотвору притаманний також і прикметникам. Суфікс -ig традиційно вважається одним з найпродуктивніших засобів утворення похідних прикметників. Способом префіксації утворено 8,7 %. Найбільш продуктивними при утворенні проаналізованих німецьких архітектурних термінів є префікси: be-, ver-; із напівпрефіксів, що часто використовуються в іменниковому архітектурному терміноутворенні, можна виокремити такі як haupt, hoch, neben. Префіксально-суфіксальним способом утворюються – 4,3 % термінів. Решту складають

словосполучення та прості безафіксні терміни. Більшість термінів виражена іменниками жіночого, рідше – чоловічого та середнього роду, дієсловами та прикметниками. Отже, можна сказати, що найпродуктивнішим шляхом утворення термінів німецької архітектури постає спосіб словоскладання.

Дослідивши лексичні значення терміносистеми німецької архітектури були виділені наступні тематичні групи: 1) Види споруд (Verwaltungsgebäude (n) – адміністративна будівля); 2) Будівлі різноманітної форми (gestrecktes Gebäude (n) – прямолінійна будівля); 3) Частини будівель (Dachbodenraum (m) – горищне приміщення); 4) Структурні елементи будівель (Barriere (f) – поручні, решітка, огорожа, бар'єр; Bogen (m) – арка); 5) Види матеріалів (Baukeramik (f) – будівельна кераміка); 6) Типи конструкцій (Skelettbau (m) – каркасна конструкція); 7) Види дахів (einhängiges Dach (n) – односхилий дах); 8) Види сходів (Hintertreppe (f) – чорні сходи); 9) Різні типи вікон (Rundfenster (n) – кругле вікно); 10) Назви процесів (Anblendung (f) – облицювання, обшивка); 11) Види декору споруд (Skulpturschmuck (m) – скульптурна прикраса); 12) Назви ліній та виділених частин креслення (Längsachse (f) – продовжня вісь).

При перекладі досліджуваної терміносистеми використовуються чотири основні прийоми. Головним прийомом передачі німецьких архітектурних термінів українською мовою є переклад за допомогою лексичного еквіваленту. Одним із найпростіших прийомів перекладу німецьких термінів архітектури є прийом транс кодування. Терміни також підлягають іншому прийому перекладу – калькуванню – передачі комбінаторного складу слова, коли складові частини слова (морфеми) чи фрази (лексеми) перекладаються відповідними елементами мови перекладу. Цей прийом застосовується при перекладі складних за структурою термінів, і є найуживанішим при перекладі досліджуваної терміносистеми німецької мови. Метод описового перекладу – це лексико-граматична трансформація, коли лексична одиниця мови оригіналу замінюється словосполученням, яке описує (експлікує) її значення мовою перекладу. В основному, цей метод застосовується при перекладах реалій, коли короткі словникові відповідники в українській мові відсутні.

УДК 811.111'33

Лут К.А.

канд. філол.наук, доц. ЗНТУ

## **ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ОБРАЗНОСТІ В НАУКОВОМУ СТИЛІ**

Серед властивостей наукового стилю зазвичай виділяють точність, логічність, об'єктивність, ясність, аргументативність тощо, зауважуючи, що

наукові тексти майже позбавлені експресивності, оцінності та образності. Однак, образне осмислення навколишньої дійсності є одним із способів формування наукової картини світу, а також надзвичайно ефективним способом пізнання, тому дослідження актуалізації образності в науковому стилі є актуальним питанням у сучасній лінгвістиці.

Дослідженням окремих аспектів образності наукових текстів на прикладах різних мов займалися такі вчені, як Л.В. Олександрова, В.П. Буличева, К.А. Долінін, Г.М. Дядюра, К.О. Меламедова, Т.О. Філоненко та ін., але й досі особливості функціонування образності в наукових текстах залишається лакунарним питанням.

Варто зауважити, що образність специфічно актуалізується у науковому стилі, оскільки покликана виконувати дещо відмінні функції, наприклад, прояснити складні для розуміння поняття або переконати читачів у достовірності тези, що стверджується.

У науково-дидактичних текстах, основною спрямованістю яких є доступно повідомити інформацію, образність надзвичайно корисна, оскільки опанування нового досвіду відбувається на основі асоціацій, утворених у попередньому досвіді. Оскільки основною метою навчальних текстів є повноцінне розуміння читачем складних понять, то образні засоби виконують допоміжну роль – пояснення наукових понять шляхом їхнього зіставлення із звичайними, буденними, а тому і зрозумілими.

У науково-популярному підстилі поєднується експресія та стандарт, що уподібнює науково-популярні тексти публіцистичним. У цьому стилі образність покликана не тільки привертати, а й максимально утримувати увагу під час сприймання складних для розуміння наукових понять. Через те, що основною метою науково-популярних текстів є популяризація науки, автори повідомлень використовують найрізноманітніші виражальні засоби, прагнучи зацікавити предметом, наблизитися до читача, встановити довірливі стосунки та переконати у прийнятності тези, аргументуючи та доводячи наукові факти.

Науково-академічні та науково-довідкові тексти також не позбавлені образності, але через те, що її спрямованість дещо відрізняється від тих прагматичних цілей, що ставлять перед собою автори дидактичних та науково-популярних текстів, вона може проявлятися через полегшення сприймання інформації або економію лексичних засобів.

Найбільш поширеними засобами виразності, що вживаються в наукових текстах є метафори, епітети, порівняння тощо. Через них простежується авторська індивідуальність, створюється певний емотивний фон наукового-тексту та формується евалюативне ставлення до інформації. Варто зауважити, що англомовні тексти характеризуються більшою образністю у

порівнянні з україномовними, що необхідно враховувати при перекладі та нейтралізувати у разі необхідності.

Отже, у наукових текстах використовуються образні засоби, які, як вважалося раніше, були характерними лише для художнього мовлення. Вони покликані сприяти доказовості та переконливості наукових текстів, а інколи ясності та зрозумілості. Це стимулює активне сприймання інформації реципієнтом і сприяє створенню свого особистого ставлення до написаного та до формування певних висновків і, навіть, переконань.

УДК 811.111'255.2:621.002

Кузнєцова І.В.

канд. філол.наук, доц. ЗНТУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ НАНОТЕХНОЛОГІЧНИХ ТЕРМІНІВ**

Переклад англійської нанотехнологічної термінології має певні труднощі, це зумовлено різними структурними та семантичними особливостями, а також тим, що порушення семантичної наповненості слова при перекладі призводить до спотворення змісту всього повідомлення загалом та, як наслідок, до порушення технології та навіть до юридичних помилок і матеріальних збитків. Саме тому важливо визначити основні прийоми та особливості перекладу термінів галузі нанотехнологій, що дозволить стандартизувати та уніфікувати терміносистему нанотехнологій.

Проаналізувавши способи перекладу речень нанотехнологічної галузі, було виявлено, що найбільш частотними з них є: опущення (24 % усіх проаналізованих термінологічних одиниць), перефразування (21 % усіх проаналізованих терміноодиниць). За допомогою прийомів додавання та конкретизації було перекладено по 17 % від усіх проаналізованих нами нанотехнологічних термінів. Прийомом заміни частини мови було перекладено 15 % проаналізованих нами термінів. Такі прийоми перекладу, як контекстуальна заміна та антонімічний переклад є найменш частотними за їх допомогою було перекладено лише 7 % термінологічних одиниць. Всі ці способи перекладу дозволяють досягти максимальної якості перекладу. Переклад термінологічних одиниць потребує від перекладача надзвичайної точності та уважності. Особливу складність при перекладі термінології нанотехнологій представляє зміна семантики термінів, запозичених із суміжних дисциплін, за причини відсутності двомовних та тлумачних словників. Саме тому, крім відмінного знання вихідної мови та мови перекладу, перекладач має розуміти специфіку тексту, орієнтуватися в термінології та правильно її використовувати.



Міжмовне зіставлення терміносистем дозволяє виявити, які саме мовні одиниці можуть бути використані для забезпечення еквівалентності перекладу тимчасово безеквівалентних термінів, виходячи з ресурсів загальноновживаної та спеціальної лексики мови перекладу. Розглянемо способи перекладу безеквівалентних термінів. При перекладі безеквівалентних одиниць використовують: а) добір українського терміну та загальноновживаного слова (рідше – словосполучення) з близьким значенням; б) транскрипція, транслітерація. Прийом транскрипції (транслітерації) при перекладі може використовуватись обмежено: з одного боку, він потребує від терміну наявності певної звукової будови та закінчення, що сприяє наступному утворенню відмінникових форм іменника; з іншого боку, необхідно органічне включення запозичень у систему понять відповідної галузі. в) описовий переклад. Описовий переклад дозволяє передати значення терміну достатньо точно, проте багатокomпонентне словосполучення ускладнює синтаксичну структуру відповідного речення тексту мови перекладу. Хоча цей спосіб не є економним з точки зору залучення мовних одиниць, проте він допоможе розкрити сутність безеквівалентного терміну та вирішити перекладацьку задачу.

УДК: 81'25

Тарасенко К.В.

канд. філол.наук, доц. ЗНТУ

## **ПОНЯТТЯ «БІЛІНГВАЛЬНИЙ ПЕРЕКЛАД»: ПРОБЛЕМА ДЕФІНІЦІЇ ТА ДОСЛІДНИЦЬКІ ПЕРСПЕКТИВИ**

Поняття «білінгвальний переклад», на жаль, ще не є концептуалізованим в сучасному вітчизняному перекладознавстві, хоча сам термін «білінгва» та процеси із ним пов'язані поступово розпочинають відрефлектовуватися на сторінках досліджень. Так, український літературознавець І. Сатига оперує поняттям «білінгвальна ментальність», коли йдеться про творчість сенегальського франкомовного письменника ХХ ст. Леопольда Сенгора, дослідниця О. Валігура обґрунтовує когнітивну модель породження мовлення «білінгва». Утім, принаймні у сучасному шекспірознавстві, власне поняття «білінгвальний переклад» згадується, коли йдеться про переклад сонетів В. Шекспіра з англійської на українську та російську мови, здійснений талановитим перекладачем Георгієм Пилипенком у 2004 році.

Відомий російський та американський лінгвіст та літературознавець, один із корифеїв філологічної науки Роман Якобсон у роботі «On linguistic aspects of translation» (1959) виокремлює такі види перекладу як:

внутрішньомовний (intralingual (rewording)), міжмовний (interlingual (translation proper)) та міжсеміотичний (intersemiotic (transmutation)). Внутрішньомовний переклад – це переклад вербальних знаків іншими знаками в межах однієї мови, міжмовний – це переклад вербальних знаків засобами іншої мови, а міжсеміотичний – переклад вербальних знаків засобами невербальних знакових систем. Прикладом внутрішньомовного перекладу можна вважати коли в рамках однієї і тієї ж мови одне слово замінює інше з різним ступенем синонімічності, щоправда, в такому випадку варто пам'ятати, що «every bachelor is an unmarried man, and every unmarried man is a bachelor». Приклад міжмовного перекладу – це класичний переклад з однієї мови на іншу, а міжсеміотичний – це переклад засобами інших видів мистецтва (кіно, театр, балет). Думається, що одним із видів міжмовного перекладу можна вважати білінгвальний переклад, охарактеризувавши його як «подвійний міжмовний переклад», оскільки йдеться про переклад з мови оригіналу на дві мови перекладу.

Український перекладознавець В. Радчук виокремлює такі критерії класифікації міжмовного перекладу як переклад за ознакою близькості мов та культур (близькоспоріднені, далеко споріднені та ін.), за ознакою функціонального стилю (художній, публіцистичний, інформаційний та ін.), за ступенем модифікації стилістичної, галузевої чи іншої мовної підсистеми (переклад з однієї підсистеми мов на іншу однотипну цієї ж мови, переклад з підсистеми мови на типологічно відмінну тієї ж самої мови), за формою мовлення (усний, письмовий, міжчасовий). Дослідник зазначає, що «запропоновані поняття можуть сполучатися, перехрещуватися, утворювати мішані типи й розгалужуватися далі». Ймовірно, до цієї класифікації можна додати і «переклад з однієї, далекої за будовою та культурним складником мови на мови однієї мовної групи, тобто, споріднені мови». Думається, що такий вид перекладу суттєво доповнює вже наявний перелік видів перекладу та відтворює сутність перекладу білінгвального. Переклад сонетів Шекспіра Г. Пилипенком на російську та українську мови і є яскравою ілюстрацією подібного виду перекладу.

В енциклопедії «Routledge Encyclopedia of Translation Studies» (2001) білінгвальний переклад визначається як «auto translation» або «self translation». Цей вид перекладу є доволі поширеним серед літературознавців. Втім, перекладознавці взагалі не звертали уваги на цей вид перекладу, тому що вони вважали це проявом білінгвізму, аніж об'єктом перекладацької студії. Тож, про автопереклад («auto translation») йдеться, коли літературознавець пише двома або більше мовами.

У випадку з перекладами сонетів Г. Пилипенка можна говорити, що власне автор використовує мовний апарат як української, так і російської мов, тобто гіпотетично можна говорити про автопереклад здійснений цим

відомим перекладачем. Власне в цьому випадку, ймовірно, можна застосувати й термін «білінгвальне мислення» (термін І.Сатиги), яке є одним із потужних факторів розвитку білінгвального перекладу як доволі цікавого й маловивченого перекладацького явища.

Таким чином, білінгвальний переклад можна визначити по-перше, як подвійний міжмовний переклад, по-друге, як переклад з однієї, далекої за будовою та культурним складником мови на мови однієї мовної групи, тобто, споріднені мови, по-третє, як автопереклад. Думається, що ці запропоновані визначення білінгвального перекладу принаймні концептуалізують його на рівні робочого поняття, втім, безперечно, потребують осмислення ширшого ряду фахівців та заслуговують на подальше вивчення.

УДК 811.112.2:004

Гура Н.П.

канд. філол.наук, доц. ЗНТУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СКЛАДНИХ НІМЕЦЬКИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕРМІНІВ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ**

У німецькій мові найпродуктивнішим способом словотворення є словоскладання, саме тому нові терміни у своїй переважній більшості створюються за рахунок утворення композитів. Це пояснюється тим, що нові слова створені за допомогою засобів, які вже є в мові та найбільш оптимальні для передачі інформації, оскільки вони дозволяють висловити максимальну кількість відомостей в стислій та місткій формі. Однак ситуація ускладнюється тим, що поруч із загальновживаними складними словами, які зафіксовані у словниках, у технічній фаховій літературі є велика кількість термінів та оказіональних утворень, які створюються автором у відповідності до його задуму.

Продуктивність різних частин мови у творенні термінів-композитів не однакова. Найбільшою функціональною активністю володіють основи іменників, тому можна стверджувати, що термінологія комп'ютерної галузі має субстантивний характер. Німецькі складні іменники відрізняються від українських більшою морфологічною різноманітністю. Тому інтерпретація та переклад композитів потребує комплексного підходу: врахування як значення словотворчої моделі, так і значення конститuentів композита, встановлення їхнього взаємозв'язку із контекстом, знання позначуваного предмета чи явища дійсності, тобто його референта чи денотата, та осмислення репрезентованої композитом концептуальної структури.

Аналіз вибірки (800 складних термінів з професійних журналів та комп'ютерних сайтів) переконливо довів, що еквівалентна лексика складає

всього 15 % (155 терміноодиниць), решта 85 % (645 терміноодиниць) належать до безеквівалентної, що ускладнює роботу перекладача.

Проаналізувавши переклад отриманої вибірки складних німецьких термінів інформаційної сфери, було виділено наступні продуктивні способи:

а) складним іменником або іменником зі складним прикметником: das Bildtelefon – відеотелефон, das Breitbildformat – широкоекранний формат.

б) словосполученням прикметника та іменника. Характерною особливістю української мови порівняно з німецькою є широкий вжиток відносних прикметників. Переважна більшість німецьких складних термінів становлять визначальні складні іменники з субстантивним першим компонентом, де перший компонент визначає другий: der Flattersatz – флаговий набір, der Grenzwert – критичне значення;

в) двома іменниками, один з яких в родовому відмінку. Конструкція з родовим безприйменниковим іменником є основним способом перекладу німецьких складних слів, компоненти яких пов'язані відносинами належності або володіння: die Funkfrequenz – частота використання, der Gerätetreiber – драйвер пристрою, die Hauptbedienoberfläche – основний інтерфейс користувача, die Hardwarereparatur – ремонт апаратного забезпечення);

г) простим іменником, який відповідає німецькому складному терміну. У цьому випадку використовується прийом опущення – відмова від передачі в перекладі семантично надлишкових слів: die Abtasteinrichtung – датчик, die Ablaufverfolgung – трасування, das Anzeigegerät – дисплей.

д) транскодуванням, для передачі відсутнього відповідного поняття в мові перекладу: der Multi-Touch – мультитач, die Turingmaschine – Машина Т'юрінга, das Terabyte – терабайт.

е) калькуванням для передачі комбінаторного складу слова, коли складові частини слова (морфеми) чи фрази (лексеми) перекладаються відповідними елементами мови перекладу: die Spielkonsole – ігрова консоль, der Prozessorchip – чіп процесора.

є) експлікацією, яка є надзвичайно продуктивним засобом перекладу комп'ютерних термінів, оскільки бурхливий розвиток сфери інформаційних технологій не дозволяє багатьом термінам своєчасно знайти свої еквіваленти й закріпитися у мові перекладу. За допомогою експлікації передаються найчастіше трьох-, чотирьохкомпонентні термінологічні одиниці: das Echtzeitsteuerelement – елемент управління в режимі реального часу, das Handshakesignal – сигнал підтвердження встановлення зв'язку, die Bildschärfeeinstellung – установка чіткості зображення.

Отже, наявність великої кількості безеквівалентних терміноодиниць кожен раз ставить перекладача перед проблемою вибору способу їхньої передачі. У свою чергу, вибір шляху залежить від характеру тексту та характеру самої лексики, її місця в лексичних системах мови перекладу і

вихідної мови; від самих мов – їх словотворчих можливостей, літературної та мовної традиції. Тому переклад безеквівалентних термінологічних одиниць інформаційної сфери вимагає ґрунтовних знань перекладацьких трансформацій та базових принципів словоскладання композитів в німецькій мові, а також творчого підходу при передачі фахової інформації на іншу мову.

УДК 811. 111'276.6 : 004. 738. 5

Лазебна Н. В.

канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

### **АНГЛОМОВНІ ТЕРМІНИ ГАЛУЗІ АДИТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА: СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА, ПЕРЕКЛАД**

Стрімкий розвиток адитивних технологій спричинив активізацію номінативних процесів, у результаті яких утворилася і продовжує утворюватися велика кількість лексичних одиниць термінологічного характеру. Основна складність перекладу досліджуваних термінологічних одиниць полягає у розкритті їх структурно-семантичних особливостей та адекватної передачі засобами української мови. В англійській мові для утворення термінів галузі адитивного виробництва широко використовується (наведено перелік за продуктивністю): слово-/основоскладання, словосполучення (End-Use Part, Function Prototype), а також скорочення (аббревіації, акроніми, літерно-цифрова аббревіація) (FDM, Arcam S400, LENS) та афіксація (re-tooling, pre-process).

За своєю семантичною мотивованістю складні терміни пов'язані зі словосполученнями, на базі яких вони створені. Такий спосіб словотворення є традиційним для визначення наукового поняття. Найчастіше спостерігаємо функціонування двокомпонентних термінів галузі адитивного виробництва в англійській мові.

Мотиватори термінів цієї галузі класифікуємо наступним чином: 1) суб'єкт (Extruder – екструдер – апарат для формування матеріалу методом продавлювання); 2) об'єкт (Build Platform – робоча платформа – установка, на якій відбувається процес формування деталей за допомогою 3D-принтеру); 3) якісні характеристики об'єкту (Layer thickness – товщина шару – величина шару в поперечнику); 4) дія (спосіб дії) (Multijet modeling – «технологія мультиструминного моделювання» або пошарове січення CAD файлу на горизонтальні шари); 5) темпоратив (Set-up time – час підготовки для перевірки приладу).

Адекватний переклад англломовних досліджуваних термінів українською мовою можливий лише за аналізу структурно-семантичних особливостей.

Наприклад, лексема *children* у загальнонавчальній англійській мові позначає «діти». Однак, ця лексична одиниця у галузі адитивного виробництва позначає: «компоненти зразку дизайну в структурі дерева». Розглянемо цей приклад у контексті: *If the parent features are changed drastically, the children can become «orphans», or unassociated.* – Якщо «батьківські» (основні) характеристики докорінно змінено, «дочірні» (допоміжні) риси вже не асоціюються із ними.

З'ясовано, що бажано підбирати семантичні еквіваленти, наводити лексичний коментар якщо відсутній перекладний еквівалент. В порівнянні з транскодуванням, цей спосіб перекладу дозволяє досягти розуміння перекладеного терміну будь-яким носієм української мови. У перекладах складених термінів також слід вибирати елементи з українськомовними, а не запозиченими основами. Також, транскодування є поширеним способом перекладу англійських термінів галузі адитивного виробництва. У порівнянні з транскодуванням, описовий переклад має ту перевагу, що завдяки ньому досягається більша прозорість змісту поняття, позначеного відповідником неологізму та вдається навести адекватний переклад вихідного терміну. Разом з тим, при застосуванні такого способу перекладу можливе неточне або нечітке тлумачення змісту поняття. Також описовий переклад може зробити текст перекладу занадто об'ємним.

За допомогою калькування перекладачеві вдається віднайти еквівалентні відповідники англійських термінів у мові перекладу, які допомагають досягти перекладацької адекватності. Калькування можна застосовувати тільки тоді, коли утворений таким чином перекладний відповідник не порушує норми вживання і сполучуваності слів в українській мові.

На відміну від способів перекладу термінів інших галузей, при передачі термінів адитивного виробництва широко використовується експлікація або описовий переклад. Це можна пояснити відсутністю перекладацьких відповідників в українській мові. Тому перекладачі намагаються описати сутність процесу або явища, який називає англійський термін галузі адитивного виробництва.

Отже, через відсутність словникових відповідників інноваційних термінів досліджуваної галузі, необхідно звертатися до фіксованих баз лексичних новотворів, форумів перекладачів, глосаріїв та словників галузі адитивного виробництва, а також коментарів, двомовних періодичних видань та інших допоміжних довідникових матеріалів.

## **СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛІЙСЬКОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ТЕКСТУ**

В основі стилю сучасної англійської наукової і технічної літератури лежать норми англійської письмової мови з певними специфічними характеристиками, а саме:

1) Лексика. Споживається велика кількість спеціальних термінів і слів не англосаксонського походження. Слова відбираються з великою ретельністю для максимально точної передачі думки. Велика питома вага мають службові (функціональні) слова (прийменники та сполучники) і слова, що забезпечують логічні зв'язки між окремими елементами висловлювань (прислівники).

2) Граматика. Використовуються тільки твердо встановлені в письмовій мові граматичні норми. Широко поширені пасивні, безособові і невизначено-особові конструкції. Здебільшого вживаються складносурядні та складнопідрядні речення, в яких переважають іменники, прикметники та неособові форми дієслова. Логічне виділення часто досягається шляхом відступу від твердого порядку слів (інверсії).

3) Спосіб викладу матеріалу. Основне завдання наукової і технічної літератури – гранично ясно і точно довести певну інформацію до читачів. Це досягається логічно обґрунтованим викладенням фактичного матеріалу, без застосування емоційно забарвлених слів, висловів і граматичних конструкцій. Такий спосіб викладу можна назвати формально-логічним.

Наукова та технічна література, у свою чергу, має кілька градацій. Наукові та технічні тексти відрізняються один від одного не тільки по області науки або техніки, до якої вони належать, але і за ступенем їх спеціалізації. Наведені вище характеристики повністю стосуються наукових монографій і статей, рефератів та підручників. Однак текст технічних довідників, описів поставок, технічних звітів, специфікацій та інструкцій може іноді містити речення, в яких відсутній присудок (при перерахуванні технічних даних тощо) або підмет (якщо він зрозумілий за контекстом). У технічних довідниках зустрічаються цілі відрізки, що складаються з перерахувань. Описи поставок, специфікацій, технічні звіти і каталоги складаються звичайно за твердим шаблоном і навантажені спеціальною термінологією. Лексико-граматичний шаблон притаманний також мові патентної літератури.

Перед початком роботи перекладач за допомогою аналізу тексту повинен встановити, який із видів тексту йому належить перекладати. Точно також і при оцінці перекладу, перш за все, необхідно отримати чітке уявлення про те, до якого типу текстів належить оригінал, щоб уникнути небезпеки оцінки перекладу за невірними критеріями. Типологія текстів, що відповідає вимогам процесу перекладу та поширюється на всі типи текстів, що зустрічаються в практиці, є непорушною передумовою об'єктивної оцінки перекладів.

У дослідженнях проблем перекладу враховуються особливості прагматичного перекладу. У прагматичних текстах мова, насамперед, є засобом комунікації, засобом передачі інформації, коли треба враховувати, чи здійснюється переклад і оцінка перекладу специфікації товарів, юридичного документа або філософського дослідження.

У залежності від області застосування виділяють три типи текстів: 1) технічні тексти і тексти природничих наук, характеризуються тим, що в них знання предмету є більш важливим, ніж знання мови, яке, у свою чергу, насамперед, повинне поширюватися на знання спеціальних термінів; 2) філософські тексти, в яких, крім знання спеціальної термінології, від перекладача вимагають слідувати за ходом думок автора; 3) літературні тексти, в яких, крім змісту, підлягає аналізу і художня форма, яка повинна бути відтворена в мові перекладу.

В основі класифікації також лежать відмінності в характері перекладного матеріалу: 1) інформаційні тексти, документальні тексти (торгового і ділового характеру) та наукові тексти; 2) суспільно-політичні тексти; 3) (художньо) літературні тексти.

Загальною характеристикою першої групи текстів вважається наявність спеціальних термінів і спеціальної фразеології. Найважливішим вимогою адекватності перекладу є вимога вибору перекладачем найбільш непомітних, які не відволікають від змісту, синтаксичних конструкцій писемного мовлення. Загальною характеристикою другої групи текстів є змішання елементів наукового (використання термінології) і художньої мови (використання риторичних фігур, метафор тощо). Суспільно-політичні тексти можуть бути віднесені або до прагматичних (у тих випадках, коли на першому плані стоїть передача інформації), або до літературно-художніх текстів, коли за допомогою художніх засобів мови досягається певний естетичний вплив, який, природно, має бути збереженим в перекладі.



## **СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАНЦУЗЬКИХ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ**

З метою запобігання масовому використанню іноземних термінів державна влада Франції, вже впродовж 30 років, спонукає до створення, розповсюдження та використання нових французьких науково-технічних термінів. Декретом від 3 липня 1996 року було засновано регулювальний механізм збагачення французької мови, який має за мету створювати нові терміни для заповнення лакун у словниковому складі та позначення на французькій мові концептів та реалій, які з'являються під іноземними назвами, найчастіше, англо-американськими, особливо у економічній та науково-технічній сферах. Це мережа інституційних партнерів, до складу яких входять: Академія Франції, Генеральна комісія з термінології та неології, підпорядкована Прем'єр-міністру, 18 спеціальних комісій з термінології та неології та установ, які відповідають за мовну політику у франкомовних країнах. Терміни, рекомендовані Генеральною комісією, публікуються у Офіційному журналі Французької Республіки та являються обов'язковими для використання тільки у Адміністраціях та державних установах, але ж можуть слугувати еталоном, особливо для перекладачів, термінологів та технічних редакторів.

Отже, скоординовано працювати над розробкою нової термінології відповідно до правил словотворення у французькій мові, надати її у розпорядження фахівців та зробити нові науково-технічні поняття доступними для широкого загалу – це цілі механізму збагачення французької мови. Усі списки та навіть словники нових термінів представлені у вільному доступі на спеціальному сайті уряду Франції.

Серед досліджених французьких термінів корпусу автомобілебудування представлені: 1-прості терміни: терміни-деривати суфіксальні; терміни-деривати префіксальні; терміни-деривати парасинтетичні; 2-складені терміни або композити; 3-скорочені терміни; 4-терміни – абrevіатури являються скороченнями багатокomпонентних складних термінів та домінують серед термінів-новотворів. Найбільша група у французькому термінологічному корпусі автомбілебудування представлена складними термінами. Більшість проаналізованих складних термінів це двокомпонентні терміни, структурна типологія яких представлена моделями:

N+A, N+P.P.( *participepassé* ), N1+pr+N2, N1+N2N+à+Vinf.

Чимало є й багатокомпонентних термінів з різноманітними структурами:

$$N+P.P.+A/N+P.P.1+P.P.2/N+P.P.1+P.P.2+A,$$
$$N+A1+A2/N+A+P.P./N+P.P.+prép+N/N1+P.P.+A+prép+N2N1+prép+N2+prép+N3:N1+A+prép+N2+prép+N3:N1+A1+prép+N2+A2$$

Проаналізувавши структурно-семантичні особливості французьких термінів автомобілебудування та способи їх перекладу українською мовою, можна зробити такі висновки.

1. Представлені усі структурні типи термінів: прості, деривати, складені, аббревіатури, складні.

2. Найбільшу групу серед них представляють складні терміни (складні з аббревіатурами).

3. Найуживанішими способами термінотворення є морфологічний (за рахунок використання греко-латинських формантів) та синтаксичний (за рахунок аналітичного типу французької мови).

4. Основними способами перекладу французьких термінів автомобілебудування являються: використання семантичних еквівалентів, калькування (морфемне або лексичне), транс кодування (транскрипція і транслітерація), смисловий розвиток, з трансформаційними прийомами: конкретизації, додаванням та відніманням слів.

УДК 811.111'25

Хавкіна О.М.

канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

### **СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ТЕРМІНООДИНИЦЬ ПІДМОВИ УРБАНІСТИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**

Населення планети зростає з кожним роком. Міграційні та глобалізаційні процеси, приплив сільського населення у міста, значне зростання міст, ускладнення їхньої інфраструктури, інноваційні процеси та сучасні технології, зміна стандартів життя – ці та інші численні фактори були причиною появи та розвитку урбаністики, нової комплексної науки.

Термін «урбаністика» має неоднозначні тлумачення серед спеціалістів, пов'язаних із різними аспектами функціонування міст. Проте більшість фахівців сходяться на таких її головних завданнях: комплексний аналіз і вивчення проблем, пов'язаних із функціонуванням і зростанням міських центрів; дослідження принципів розвитку і організації міст; оптимальна

організація життя у місті як для окремого індивіда, так і для міської спільноти, що проживає на певній території.

Для західного світу урбаністика бере свій початок з книги Макса Вебера «Міста» (1922 р.). Серед спеціалістів сьогодення, що займаються різними аспектами упорядкування простору у сучасних мегаполісах, можна назвати О. Барабанова, В. Глазичева, О. Трубіну, вітчизняних науковців В. Семенова, Н. Штомпель та ін.

Сам термін «урбаністика» відповідає англійському терміну «urban studies». На жаль, те, що українськими спеціалістами сприймається, як щось нове, за кордоном подекуди вважається вже застарілим. Проте знання передових технологій у цій сфері сприятиме розумінню фахівцями одне одного, передачі досвіду тощо. Перед сучасною Україною постає актуальне питання відбудови зруйнованих війною міст, містечок, селищ. Сьогодні вона, як ніколи, потребує спеціалістів з урбаністики, перед якими найближчими роками стоятиме відповідальне завдання розумної, оптимальної і зручної розбудови українських міст XXI століття.

Оскільки урбаністика є комплексною наукою, серед англomовних термінів, якими вона послуговується, переважну більшість складають багатокomпонентні. Приклади термінологічних одиниць підмови урбаністики: 1) однокомпонентні: conurbation, infrastructure, metroplex; 2) двокомпонентні: dormitory town, intelligent building, smart growth; 3) трикомпонентні: strategic urban planning, suburban life style. Подекуди трапляються терміноодиниці, утворені шляхом абрeвіації: FAR (floor-area ratio), FSI (floor space index); інколи з використанням числівників: PPP (public-private partnership) → P3/ P3.

Значна кількість полікомпонентних термінів можуть бути об'єднані у групи через наявність спільного компонента: green building – greenfield area – greenfield development – green transport – green wall; compact city – monocity – pedestrian city – shrinking city; strategic urban planning – urban climate – urban intensification – urbanization – urban sprawl.

Певна група аналізованих мовних одиниць вступає у синонімічні відношення: bedroom community – bedroom suburb – commuter town – dormitory town; digital home – intelligent building – smart home – smart house; megalopolis – metropolitan area – metroplex – metroregion.

До найголовніших семантичних груп урбаністичних термінів відносимо наступні: 1) назви міст, поселень, їх об'єднань: conurbation, megalopolis, megaregion, metroplex, monotown, shrinking cities; 2) фінанси та управління: bottom-up planning, public-private partnership, top-down planning, white elephant; 3) інфраструктура: commuting, , interconnected streets; 4) індивідуальність та маркетинг: destination branding, place branding; 5) технології: energy recovery, green transport, smart house; 6) планування та

житлове будівництво: bedroom community, brownfield, floor-area ratio, intelligent building, public space.

Основні способи, що використовуються при перекладі англomовних термінів підмови урбаністики: 1) добір словникового відповідника: dormitory town – спальний район, public space – територія загального користування; 2) транскодування: boosterism – бустеризм, conurbation – конурбація (велике місто з передмістями), gentrification – джентрифікація, 3) калькування: green transport – зелений транспорт, pedestrian city – пішохідне місто, smart growth – розумне зростання, 4) описовий переклад (особливо при перекладі неологізмів на позначення нових концептів, напрямків, технологій тощо): brownfield – (про земельну ділянку) із занедбаними об'єктами промислової забудови, location efficiency – ефективність використання певної місцевості, ділянки, walkable neighborhood – місцевість, доступна пішоходам, зручна для пішоходів.

Вважаємо подальші дослідження у цьому напрямку перспективними, як такі, що можуть допомогти нашій державі розбудовуватися, відбудовувати зруйноване та занедбане, використовуючи інноваційні технології та досвід світових провідних спеціалістів з урбаністики, будувати нові, сучасні міста, гідні українців.

УДК 811.111:621.1

Підгорна А.Б.

канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

## **СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ ТЕПЛОЕНЕРГЕТИКИ**

Мова як система має достатньо законів та засобів утворення нових понять, які з'являються у спеціальній лексиці та потребують номінації. Питому вагу в науковій термінології мають слова, побудовані на базі греко-латинських елементів. Крім того, для всіх сучасних термінологічних систем характерним є прагнення до створення розчленованих, семантично прозорих і вмотивованих найменувань. Так, науково-технічна термінологія не тільки запозичує слова загальнонаціональної лексики, але й впливає на неї і збагачує її.

За будовою терміни поділяються на такі структурні типи: 1) прості («steam» – «пара», «actuator» – «привід», «pipe» – «труба», «pump» – «насос», «valve» – «клапан»); 2) похідні суфіксальні («cooler» – «охолодник», «boiler» – «казан», «separator» – «сепаратор», «strainer» – фільтр, «sensor» – сенсор»); 3) похідні префіксальні («overheat» – «перегрівати», «bimetallic» – «біметалічний»); 4) похідні суфіксально-префіксальні («reprocessing» –

«повторна обробка», «recycling» – «рециркуляція»); 5) складні («feedpump» – «живильна помпа», «pipework» – «трубопровід», «waterhammer» – «гідравлічний удар»); 6) терміни-словосполучення («blowdown valve» – «клапан продувки», «branch pipe» – «відвід»).

Просте слово-термін є непохідним. Його основа залишається незмінною та включає в себе головне значення слова. Похідні слова-терміни складаються лише з однієї кореневої морфеми, до якої можуть приєднуватися морфологічні флексії. Відповідно до морфологічних флексій, розрізняють суфіксальні, префіксальні та суфіксально-префіксальні похідні терміни. Складні терміни – це слова, які складаються не менш, ніж з двох кореневих морфем (компонентів) і характеризуються графічною та семантичною цілісністю. З точки зору структури складових розрізняються такі типи складних слів: складні слова, що складаються з простих основ; складні слова, в яких принаймні один компонент є похідною основою; складні слова, в яких один з компонентів є скороченням; складні слова, в яких один з компонентів є складним словом.

В системі терміносистемі галузі теплоенергетики також активно функціонують термінологічні словосполучення, що називають конкретні поняття предметної галузі. Їх також доцільно диференціювати за структурою: 1) прості словосполучення, що складаються, як правило з двох слів, одне з яких є головним, а інше залежним: boiler fuel, coil heating, heat energy; 2) складні словосполучення, в яких залежні слова визначають різні аспекти значення стрижневого слова: smoke tube shell boiler, steam plate heat exchanger.

Можна також класифікувати терміни-словосполучення галузі теплоенергетики за морфологічною ознакою основного слова: 1) модель N1+N2 є найбільш вживаною: boiler house, boiler fuel, heat energy, sensor chamber; 2) модель Adj.+N можна поставити на друге місце за частотністю використання: direct injection, inadequate drainage; 3) Part. II+N: centralized boiler plant, compressed air, saturated steam, suspended solid; 4) Part. I+N: circulating pump; 5) N + Gerund: space heating.

Таке структурне різноманіття термінів галузі теплоенергетики говорить про активне словотворення в межах цієї терміносистеми, що викликане стрімким розвитком галузі на сучасному етапі, а отже і збільшенням необхідності нових найменувань.

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНІВ АНГЛІЙСЬКОЇ БІРЖОВОЇ ЛЕКСИКИ**

Питання про специфіку термінів та способи їх перекладу завжди займало особливе місце в порівняльному мовознавстві. Його розглядали в своїх працях з теорії перекладу В.М. Комісаров, Я.Й. Рецкер, І.В. Арнольд та інші мовознавці; терміни біржової тематики також викликають неабиякий інтерес у сучасному світі, а їх переклад має деякі специфічні особливості.

Основним прийомом перекладу термінів є переклад за допомогою лексичного еквіваленту. Еквівалент – постійна лексична відповідність, яка точно співпадає із значенням слова. Але оскільки терміни біржової тематики – це переважно складні терміни або терміни-словосполучення, то вони й являють собою основну проблему перекладу. Складні терміни являють собою сталі словосполучення, за якими закріплене певне термінологічне значення. Наприклад: *annual report* – річний звіт; *ascending tops* – вершини, що підвищуються (в технічному аналізі: графік руху цін, де кожна наступна верхня відмітка ціни вища за попередню).

Метод опису – передача слова за допомогою поширеного пояснення значення англійського слова. Цей прийом вживається як у випадку відсутності відповідного значення слова в рідній мові, так і при поясненні слова у словнику. Наприклад: *capital appreciation fund* – фонд прирощення капіталу, або інвестиційний фонд, який прагне забезпечити максимальний приріст капіталу; *cash market* – готівковий ринок, або ринок готівкового товару. За допомогою описового перекладу перекладаються в основному багатокomпонентні термінологічні словосполучення.

Метод калькування – переклад англійського слова и словосполучення за його частинами з наступним складанням цих частин. Такий переклад відтворює англійське слово дослівно, наприклад: *central bank* – центральний банк; *commercial paper* – комерційний папір, *pooled investment products* – колективні інвестиційні продукти, *regular coupon payments* – регулярні купонні виплати, *free market system* – система вільного підприємництва, *secondary market* – вторинний ринок, *banking system* – банківська система.

Також у текстах біржової тематики при перекладі термінів часто використовується такий прийом перекладу як транскрибування. Метод транскрибування – передача літерами рідної мови звучання англійського слова, наприклад: *divergence* – дивергенція; *diversification* – диверсифікація.

Одним з найпоширеніших прийомів перекладу терміна є прийом транскодування. Транскодування – це побуквенна чи пофонемна передача

вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу. При перекладі транскодування звичайно супроводжується описовим перекладом, що подається в дужках: warrant – варрант (цінний папір, що дає його власникові право на купівлю деякої кількості акцій на певну майбутню дату за певною ціною). Особливої уваги вимагає переклад скорочених термінів, абrevіатур та акронімів, які також часто перекладаються за допомогою транскодування. Якоїсь певної закономірності щодо вибору між транскодуванням та перекладом повних форм відповідних скорочень, вочевидь, немає, однак слід зауважити, що існує тенденція до транскодування англійських широко вживаних скорочень, що позначають великі організації, агентства, об'єднання, організації тощо. Наприклад: DJIA – Dow Jones Industrial Average – Доу Джонс Індустріальний Середній; NYSE – New York Stock Exchange – Нью-Йоркська Фондова Біржа.

До прийомів, за допомогою яких здійснюється переклад термінологічних одиниць, можна також віднести такі міжмовні трансформації як: лексичні, лексико-семантичні та лексико-граматичні трансформації: 1) Диференціація значення. 2) Конкретизація значення. 3) Генералізація значення. 4) Смисловий розвиток. 5) Антонімічний переклад. 6) Цілісне перетворення. 7) Компенсація втрат в процесі перекладу. До граматичних трансформацій при перекладі відносять наступні: 1) Зміна порядку слів. 2) Зміна структури речення; 3) Додавання; 4) Опущення.

Проаналізувавши все вищезазначене можна зробити висновок, що загалом терміни біржової тематики мають такі самі шляхи передачі з англійської мови на українську як і всі інші терміни. Головною проблемою перекладу цих термінів та термінів-словосполучень є їхня однозначність не тільки серед різних галузей науки але й всередині самого тексту. Точне значення терміну в даному випадку можна виявити лише за допомогою контексту та інших термінів, що пов'язані між собою у терміні-словосполученні.

УДК 811.111'25:34

Правда Н.А.

старш. викл. ЗНТУ

## **ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОЗНАКИ ТЕРМІНІВ НАУКО-ТЕХНІЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ**

Бурхливий розвиток сучасної науки та техніки зумовив підвищення значимості науково-технічного перекладу. У словниковому складі мови велике місце належить термінологічній лексиці, кількість якої весь час помітно зростає.

Термін, як і будь-яка інша лексична одиниця, виконує певні функції в науково-технічному тексті. В.М. Лейчик запропонував розглядати термін як тришарову лексичну одиницю певної терміносистеми. Базою для терміна слугує лексична одиниця мови, з якої він походить, та є так званим мовним субстратом терміна. Співвіднесеність його з професійним (спеціальним) поняттям утворює логічний суперстрат терміна. А між ними розташовуються змістові та формальні ознаки, що й утворюють термінологічну сутність терміна.

Репрезентативна чи, як її ще називають, номінативна функція лексичних одиниць полягає в номінації певних понять, предметів, явищ тощо. Будь-яке слово мови називає (позначає) щось. Специфіка реалізації цієї функції у терміна полягає в тому, що він позначає спеціальне поняття певної сфери людської діяльності: науки, техніки, виробництва.

Другою згадується сигніфікативна чи семасіологічна функція – здатність виражати відмінні риси певного класу предметів. Виходячи з того, що тільки термін може як називати так і виражати поняття, була сформульована його дефінітивність чи дефінітивна функція. Інакше кажучи, лише термін може брати участь у формуванні дефініцій та, більш того, замінювати собою дефініцію та навпаки.

Наступна функція - комунікативна, суть якої полягає в передачі між суб'єктами певної змістовної інформації за допомогою слів із встановленням зворотного зв'язку. Комунікативну функцію ще називають інформаційною, навчаючою, інформативно-пізнавальною тощо. Ця функція взагалі притаманна всім лексичним одиницям. Однак, у випадку з термінами, ситуація набагато ускладнюється. Якщо пересічні учасники комунікативного процесу в побутовому спілкуванні цілком розуміють один одного, то фахівці нерідко змушені уточнювати певний термін чи навіть сперечатися з приводу його точного визначення. Це пояснюється наявністю в терміносистемах термінів-синонімів, термінів з неусталеною дефініцією.

Сучасна наука виділяє ще одну головну функцію – когнітивну чи гносеологічну. Ця функція визначається як властивість лексичних одиниць «встановлювати зв'язок мисленнєвих процесів з процесами вивчення дійсності, передавання знань, або як «використання мови в процесах мислення та обміну думками, в процесі пізнання дійсності».

Окремо виділяють ще класифікаційну чи систематизуючу функцію, бо людина в процесі наукового пізнання навколишнього світу класифікує ті чи інші предмети та явища, згруповуючи їх за певними спільними ознаками. Особливо ця функція проявляється у термінах, бо термін є невід'ємним елементом певної системи та займає в ній своє чітке місце.

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що термінам притаманні всі функції, що їх виконують лексичні одиниці загальнонавчальної мови, але ці



функції мають деякі додаткові відтінки та особливості. Деякі функції, як наприклад гносеологічна та класифікаційна, більш притаманні саме термінам, ніж іншим лексичним одиницям. Це пояснюється більш свідомим та глибоким процесом пізнання навколишнього світу науковцями та фахівцями, а властивість термінів концентрувати знання про предмети та явища професійної діяльності та їх відповідне систематизування сприяють оптимізації та успішності комунікації в спеціальних сферах.

При перекладі науково-технічного тексту виникає ряд труднощів, які здебільшого пов'язані з вузькою спеціалізацією текстів та наявністю термінів, які потребують уваги та обережності при перекладі. Контекст є дуже важливим для вибору правильних словникових відповідників термінів мови оригіналу. Також треба обов'язково користуватися перекладацькими трансформаціями, щоб не порушити норми мови перекладу.

При перекладі слід звертати увагу на префікси та суфікси термінів, бо вони також мають лексичне значення і є важливою частиною терміну.

Певні труднощі викликає також переклад складних або багатокomпонентних термінів. Вони являють собою стале словосполучення, за яким закріплене певне термінологічне значення. Переклад складних термінів складається з двох основних процедур – аналітичної та синтетичної. Велику роль при перекладі словосполучень відіграє саме аналітичний етап – переклад окремих його компонентів. Важливо також встановити, в яких семантичних відносинах перебувають компоненти між собою та з головним компонентом терміна-словосполучення, який, як правило стоїть в кінці.

Отже, термінологічні проблеми перекладу, попри тривалі дослідження, продовжують привертати увагу мовознавців.

УДК 811.133.1'255.2:669

Голтвяниця Н.Ю.

канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ ФРАНЦУЗЬКИХ БАГАТОКОМПОНЕНТНИХ ТЕРМІНІВ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ**

Багатокomпонентні терміни складають значну частину термінології металургійної галузі. Серед них переважають трикомпонентні терміни.

Проте, проста, на перший погляд, класифікація терміноодиниць А.В. Суперанської практично унеможливується наявністю у французькій мові явища елізії – випадання голосного у прийменника *de* та артиклів *le, la* перед іменниками, що починаються з голосного або *h* «без придихання». Так, терміни *couche d'arrêt* – бар'єрний шар та *couche de coordination* – координатійна сфера утворено за однією моделлю іменник + *de* + іменник.

Традиційно французи рахують слова «між пробілами», а отже перший термін складається з двох слів і є двокомпонентним, а другий – з трьох, є трикомпонентним. З боку граматичної семантики подібний поділ не є коректним, оскільки конструкція *de* + іменник в обох випадках виконує функцію атрибута та перекладається українською мовою прикметником.

Подібна проблема постає і при розмежуванні 3-, 4-, 5- та більше компонентних термінів.

Терміни за моделлю іменник + *de* + іменник, де іменником виступає власне ім'я, українською перекладаються за моделлю іменник + власне ім'я у родовому відмінку: *vecteur de Burgers* – вектор Бюргерса.

Модель іменник + прийменник + іменник найчастіше перекладається двокомпонентним іменним словосполученням прикметник + іменник: *usure par abrasion* – абразивне зношування, *ceramique sans oxides* – безоксидна кераміка.

Ще однією поширеною моделлю є іменник + прислівник + прикметник/дієприслівник, яка також перекладається українською мовою двокомпонентним іменним словосполученням прикметник + іменник: *fonte fortement alliée* – високолегований чавун у випадку, коли є можливим утворити складений прикметник, інакше – трикомпонентним словосполученням *poudre rapidement solidifiée* – порошок швидкого твердіння.

Більшість 4-компонентних термінів утворено за моделями іменник + прийменник + іменник + прикметник та іменник + прикметник + прийменник + іменник, які перекладаються двокомпонентними словосполученнями прикметник + іменник: *soulevage par projection gazothermique* – газотермічне напилювання, *fonte à résistance élevée* – високоміцний чавун, *fonte riche en phosphore* – високофосфористий чавун, *compression isostatique de gaz* – газостатичне пресування.

5-компонентні терміни складають незначний відсоток від загальної кількості, серед них найчастіше зустрічається модель іменник + прийменник + іменник + прийменник + іменник: *transformation de phase sans diffusion* – бездифузійне фазове перетворення.

УДК 821.161.2

Костенко Г.М.<sup>1</sup>, Якимчук О.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-311 ЗНТУ

## **НАРАТИВНЕ ПАРОДІЮВАННЯ БІОГРАФІЧНОГО ЖАНРУ У РОМАНІ ВІРДЖІНІЇ ВУЛФ «ФЛАШ» ТА ЙОГО ЗБЕРЕЖЕННЯ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ**

Роман Вірджинії Вулф «Флаш» відображає новаторські елементи жанру «нової біографії», зокрема, застосування жанрових модифікацій, в результаті

яких біографічний жанр набуває елементів пародії з акцентом на наративний характер.

Більшість творів та романів письменниці були ретельно вивчені та проаналізовані з точки зору окремих лінгвістичних аспектів, на чому й було створено чимало наукових робіт, але комплексного аналізу ще не було здійснено. Тому вивчення творчості Вірджинії Вульф та її окремих робіт в поєднанні декількох лінгвістичних елементів й лягло в основу актуальності нашого дослідження.

Функціонально-стильовий аналіз тестів оригіналу та перекладу відображає більш повне уявлення про елементи наративного біографічного жанру та особливості й складності їх передачі при перекладі. В результаті порівняльного аналізу було відмічено наступні особливості передачі жанрово-стилістичних характеристик роману: групи лексичних засобів, які відрізняються вищим ступенем спеціальної інформації, пов'язаної з біографією героя, в мові перекладу передаються, у більшості випадків, у загальному розумінні реципієнта. Наприклад, речення *His head must be smooth, rising without a too-decided stoop from the muzzle* в мові перекладу було передано наступним чином – Голова повинна бути круглою, з плавною лінією переходу від лоба до носа. При перекладі збереглися жанрові характеристики, а структурні – були дещо змінені, але смисл залишився незмінним. Наступною характеристикою текстів біографічного жанру є складне поєднання слів для детального відображення певних свідчень, наприклад, наявність таких колокацій, як «go so far as to...» або «like many another man», викликає труднощі для перекладу та потребує врахування контексту.

Слід також відзначити суттєву різницю на структурному рівні. В той час, як жанрова відповідність текстів оригіналу та перекладу є прийнятною, то структурна відповідність зберігається лише в небагатьох випадках. Така структурна різниця найчастіше спостерігається на рівні цілого речення. Наприклад, при перекладі речення «Nothing it is true, could exceed the apparent solidity and security of Wimpole Street itself» було дещо змінено його структурний порядок – «Правда, ніде, здається, ви не почували себе в такій безпеці, як на солідній, позитивній Вімполстріт». Це пояснюється прийнятним розумінням з точки зору структурних особливостей мови реципієнта.

Таким чином, роман В. Вульф «Флаш» є цікавим не лише з точки зору літературних досліджень, а й лінгвістичних. Він перекладений на багато мов світу. Отже, особливу увагу, зважаючи на мовні особливості, становить передача елементів наративного біографічного жанру з мови оригіналу на мову перекладу з огляду на функціонально-структурні особливості англійської та української мов. Як результат, виникають певні труднощі

збереження та відтворення цих елементів на структурно-семантичному та лексико-граматичному рівнях. Для досягнення адекватності та еквівалентності тексту перекладу необхідно враховувати певні мовні особливості та установи.

УДК 004.45.111

Кузнецова М.О.<sup>1</sup>, Конончук В.Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, ст. викл. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-311 ЗНТУ

## **ПОЛІКОДОВИЙ ХАРАКТЕР ІНТЕРНЕТ-САЙТУ КНУ ІМ. ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ВІДТВОРЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ**

Людська комунікація на сучасному етапі набуває полікодового характеру, адже суспільство ХХІ століття влаштовано таким чином, що жоден з його інститутів не може існувати без використання сучасних інформаційних технологій. Так, яскравим прикладом є вищі навчальні заклади, які дедалі частіше звертаються до мультимедійних технологій і окремих засобів аранжування своїх веб-сайтів, а, отже, беззаперечним видається полікодовий характер їх рекламного дискурсу в глобальному комунікативному просторі.

Дослідженню організації веб-сайту як окремого виду тексту присвятили свої праці А.А. Атабекова, О.М. Галичкіна, О.І. Горошко, О.В. Дєдова, Л.Ф. Компанцева, Л.Ю. Щипіцина, D. Crystal, S.C. Herring, H. Miller, C. Thurlow, M. Shepard, C.R. Watters, J. Yates, W.J. Orlikowski, K. Okamura та інші. Поряд із терміном «веб-сайт» у дослідженнях вітчизняних науковців функціонують і такі його абсолютні синоніми, як: «веб-сайт», «Інтернет-сайт», «веб-сторінка» або просто «сайт», що дозволяє використовувати зазначені терміни як поняттєві аналоги.

Феномен полікодовості в рекламному Інтернет-дискурсі вищих навчальних закладів (далі – ВНЗ) слід розглядати як закономірне явище, як невід'ємний атрибут розвитку системи освіти ХХІ століття, оскільки породжено воно в першу чергу сучасною епохою візуалізації, а також активним впровадженням у діяльність академічних закладів нових інформаційних технологій при створенні продукту у сфері освітніх послуг. На часі вже майже кожен університет має свій сайт у глобальній комунікативній мережі, що сприяє більш широкому використанню різноманітних засобів візуалізації. Веб-сайт став актуальним інструментом освітньої, наукової й економічної діяльності у вищій школі.

Основною метою веб-сайту університету є надання інформації про цей заклад, тобто його вербальна та візуальна репрезентація, а також залучення абітурієнтів, студентів, інвесторів тощо – іншими словами реклама. Веб-сайти українських ВНЗ містять загальну інформацію, інформацію для абітурієнтів, студентів, про вчений склад, факультети, інститути та інше. Ці тексти застосовують всі ті вербальні та невербальні засоби, які роблять можливими усвідомлення й сприйняття рекламного тексту адресатом. На веб-сайтах вербалізується, візуалізується і кодується інформація про університет як про рекламний об'єкт.

Інтернет-сайт Київського національного університету ім. Тараса Шевченка (далі – КНУ ім. Т. Шевченка) не є виключенням, оскільки – це об'єднана під однією електронною адресою сукупність документів, які розміщуються цим університетом в мережі Інтернет. Як полікодове утворення сайт КНУ ім. Т. Шевченка складається з вербальних та невербальних компонентів, оскільки побудовано воно на поєднанні текстів різної семіотичної природи. Якщо під вербальною складовою мається на увазі власне текст, то до невербальної відносимо набірні (шрифт, поля, декоративні елементи) та зображальні засоби (логотип, діаграми, рисунки, фотографії тощо), а також мультимедійні компоненти, тобто аудіо- та відеоряд.

Крім того, веб-сайт КНУ ім. Т. Шевченка характеризується гіпертекстовим поданням інформації. На веб-сайті спостерігається гіпертекст двох моделей: гіпертекст із лінійною структурою та гіпертекст із нелінійною структурою подання інформації. Невід'ємною частиною сайтів ВНЗ є також форуми, чати та соціальні мережі, за допомогою яких студенти та абітурієнти мають змогу отримати певну інформацію, прочитати відгуки випускників ВНЗ, а також поради викладачів щодо вступу до вищого навчального закладу. Отже, можливість двостороннього обміну інформацією на веб-сайті університету забезпечується форматами інтерактивного спілкування (за допомогою електронної пошти, чатів, віртуальних спільнот тощо), до яких можна перейти за допомогою відповідних гіперпосилань, що містяться на сайті університету.

Задля залучення більшої кількості студентів Інтернет-сайт КНУ ім. Т. Шевченка в повному обсязі відтворюється як українською, так і англійською мовами. Англійська версія сайту стане в нагоді іноземним абітурієнтам та допоможе їм швидше зорієнтуватися і знайти потрібну інформацію. Таким чином, вербальні та невербальні компоненти, які аранжують рекламний дискурс КНУ ім. Т. Шевченка в Інтернет-просторі, є взаємопов'язаними, оскільки візуальна складова реклами так само, як і вербальний текст, відіграє виняткову роль і має більше можливостей привернути увагу споживача, ніж власне текст. Взаємодія вербальних й іконічних засобів сприяє підтриманню

сміслових зв'язків рекламного тексту і забезпечує найбільш адекватне його сприйняття, успішно здійснюючи механізм цілеспрямованого впливу.

УДК 811.111'25:796

Хавкіна О.М.<sup>1</sup>, Романець І.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол.наук,доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-311 ЗНТУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕКСТІВ СПОРТИВНОЇ ТЕМАТИКИ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ)**

При перекладі спортивної публіцистики як окремого підвиду перекладу треба враховувати такі основні фактори:

1) приналежність оригіналу до спортивно-публіцистичного стилю, що може впливати на характер перекладацького процесу і вимагати від перекладача застосування особливих методів і прийомів;

2) стилістичні особливості тексту перекладу і, як результат, необхідність вибору таких мовних засобів, що характеризують спортивно-публіцистичний стиль вже в мові перекладу;

3) у результаті взаємодії цих двох факторів можуть виявлятися власне перекладацькі особливості, пов'язані як із загальними рисами і розходженнями між мовними ознаками спортивно-публіцистичних стилів в англійській і українській мовах, так і з особливими умовами і задачами перекладацького процесу цього типу.

При перекладі спортивних публіцистичних статей було виявлено певні перекладацькі труднощі. Перекладачеві слід звернути увагу на те, що процес перекладу складається з трьох основних етапів, а саме:

- етап сприйняття і розуміння тексту оригіналу;
- власне процес перекладу;
- етап редагування.

В англійській спортивній публіцистиці є дуже популярним замість імені спортсмена або назви клубу використовувати прізвище, через це неангломовному читачу (і навіть англомовному, якщо він не обізнаний в спортивній темі) важко зрозуміти, про кого йдеться. Порівняєм.: Zizu – Зінедін Зідан, Ronni – Криштіану Рональдо, Messiah – Леонель Мессі, DD – Дідьє Дрогба. Серед українських спортсменів також є скорочені або перекручені прізвиська від імен: Шева – Андрій Шевченко, Ворона – Андрій Воронін.

В українських статтях, присвячених результатам футбольних зустрічей, на початку знаходиться найчастіше статистика щодо матчу, наприклад:

Голи: Кузь Тарас '40 – Ключко Дмитро '20, Мінаєв Олександр '21, Зинченко Сергій '29, Федорченко Дмитро '38.

Попередження: Віталій Колісник ('12).

Що стосується англійської спортивної публіцистики, то така статистична інформація найчастіше знаходиться не на початку статті, а в кінці, і статистичні дані, що наводяться в ній, дещо інші за структурою подання, наприклад:

Star man: Andre Bikey (Burnley)

Yellow cards: Aston Villa: Dunne, Sidwell, Cuellar

Цей фактор також необхідно враховувати при оформленні вихідного тексту перекладу.

При перекладі на українську мову англійських текстів, що належать до спортивно-публіцистичного стилю, переважає членування речення при перекладі, коли одному вихідному реченню відповідають два або більше у тексті перекладу.

The goal came when the home side were down to nine men, William Gallas and Andriy Arshavin being treated on the sidelines after a nasty clash of heads and both players must be slight doubts for Sunday's crucial Premier League showdown with Chelsea.

Гол був забитий, коли команда господарів грала вдев'ятьох. Вільям Галлас і Андрій Аршавін вибули з гри після неприємного зіткнення головами. Участь цих двох гравців у ключовому поєдинку Прем'єр Ліги з Челсі у неділю поставлена під сумнів.

Розбіжності в мовних особливостях англійських і українських спортивно-публіцистичних текстів викликають необхідність стилістичної адаптації. Оскільки для англійських заголовків характерне вживання дієслівних форм, а для українських – іменних, то при перекладі інколи доводиться робити відповідну перебудову.

Football in brief: Gary Megson attacks unhappy players.

Про футбол коротко: Напад Гері Мейсона на нещасних гравців.

УДК 81'374:629.73

Тарасенко К.В.<sup>1</sup>, Михайліченко В.Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-322 ЗНТУ

## ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНОСИСТЕМИ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ

Терміносистема авіації – упорядкована, структурована та динамічна сукупність термінів для позначення понять авіаційної галузі, що являють

собою певну динамічну єдність та пов'язані між собою логічними, семантичними і іншими типами відносин.

Для визначення особливостей терміносистем дослідниця М. Купріянова визначає 5 критеріїв: 1) критерій цілісності, повноти та розміру терміносистем; 2) критерій структурної будови терміну; 3) критерій вмотивованості термінів (у семантичному аспекті), тощо [1, с. 67].

Параметр «цілісність», «повнота» та «розмір» в англійській авіаційній терміносистемі потребує додаткового аналізу після певного проміжку часу через динамічність термінологічних одиниць. Розвиток терміносистеми авіації проявляється, у першу чергу, в тому, що авіаційна галузь націлена на вирішення задач поставлених світовим ринком серед, яких можна назвати: зменшення витрат палива, уніфікація виробничих процесів та ресурсів, скорочення строків розробки продукту та доставки його споживачу тощо. Спрямованість ринку авіабудування на глобалізацію, приводить до тенденції на забезпечення максимальної стандартизації термінів. Параметр цілісності також проявляється у обмеженості термінологічного каркасу авіаційної галузі. Так, у ньому наявні як одиниці, що позначають ключові поняття (design changes [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 46], digital map [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 102], efficiency [2, с. 102]) так і вузькоспеціалізовані поняття (automatic Wing Level system [2, с. 102], elevator hinge controls [3, с. 45], ventral wing fence [3, с. 44]).

За іншим критерієм «структурний склад термінів» можна зазначити, що термінологія англійської мови схильна до тенденції економії мовних засобів. Так, для вираження одного і того ж поняття в англійській і українській авіаційних терміносистемах використовується різна кількість лексичних засобів: starboard elevator – праве горизонтальне кермо [3, с. 45], tailplane trim jack – силовий циліндр перестановки керованого стабілізатора [3, с. 46], situation awareness – комплексне сприйняття різномірної інформації в єдиному просторово-часовому об'ємі [2, с. 102]. До того ж в англійській терміносистемі авіації переважають дво- та трьохкомпонентні терміни.

Щодо критерію вмотивованості, то в англійській терміносистемі авіації кількість однозначних слів значно перевищує багатозначні, це пов'язано, в першу чергу, з тим, що в багатоконпонентні терміни переважають над однокомпонентними. Так, в англійській терміносистемі авіації можна знайти полісемічні терміни, приміром, handling – 1) оформлення (перевезень); 2) наземна обробка вантажу в аеропорту; 3) управління (повітряним судном); 4) пілотажні характеристики; 5) керованість [2, с. 103], але це, скоріше, виключення, правилом же є переважання однозначних слів, наприклад, extended-range – розширена дальність польоту [3, с. 40], fin extension – форкіль [3, с. 46], flap vane – хвостова ланка [3, с. 45]. Перевага вмотивованих



термінів над немотивованими свідчить про усталену будову англійської термінологічної системи.

Серед інших особливостей терміносистеми авіації не виділені у критерії, вже згадані нами М. Купріянової, можна назвати, приміром, відкритість, яка проявляється у тому, що межі периферії розмиті, а також, у тому, що у терміносистемі авіації функціонують терміни із інших галузей наук.

Динамічність, як характерна риса англійської терміносистеми авіації, проявляється у тому, що зміна зовнішньої середовища відзначається постійною появою лексичних одиниць, що спочатку функціонують у мовленні, а потім з'являються і в якості одиниць мови, пройшовши процес термінологізації.

Отже, англійська авіаційна терміносистема має ряд особливостей, серед яких: цілісність, повнота розмір терміноодиниць; прагнення до економічності терміноодиниць; перевага однозначних термінів над багатозначними (вмотивованих над невмотивованими); відкритість; динамічність.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Куприянова М. Е. Становление и функционирование терминосистемы высшего образования в условиях глобализации (на материале русского и английского языков) : дис. канд. филол. наук : 10.02.20 / Куприянова Милана Евгеньевна. – Москва, 2014. – 259 с.
2. Mirto F. M. Sicilian foxes on guard / F. M. Mirto // Air International. – 2015. – № 4. – P. 100–103.
3. Sweet G. The Douglas mad dog / G. Sweet // Airliner world. – 2015. – № 10. – P. 40–48.

УДК 539

Лещенко А.А.<sup>1</sup>, Швець К.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. ГФ-311 ЗНТУ

## ПОЕТИЧНИЙ ПЕРЕКЛАД КРІЗ ПРИЗМУ КРОС-КУЛЬТУРНОЇ АДАПТАЦІЇ

У наш час все вагомішою стає взаємодія культур різних народів, що збільшує значення перекладу для забезпечення ефективної міжкультурної та міжмовної комунікації. Шукаючи комунікативну так і прагматичну рівноцінність, перекладач змушений використовувати крос-культурну адаптацію, щоб прилаштувати вихідне повідомлення до умов вторинної комунікації.

До нечисленних, але переконливих праць з вивчення адаптації можна зарахувати статтю мовознавців О.А. Кальниченка й В.О. Подміногіна, а також дослідження І.В. Войнич і численні праці з вивчення крос-культурної адаптації В.В. Демецької. Серед зарубіжних досліджень можна назвати праці Дж. Сандерса, Л. Венуті та Л. Ро.

Проте, на сьогодні у перекладознавстві не існує системного теоретичного обґрунтування адаптації. Актуальність дослідження, таким чином, обумовлена відсутністю достатньої кількості знань зі сфери крос-культурної адаптації як одного з ключових понять перекладознавства.

Зазвичай, причинами застосування крос-культурної адаптації є не власне мовна зона, а найчастіше зона культури. Тому, крос-культурна адаптація є необхідною через наявність асиметрії культур між двома мовами. Однак, головним критерієм перекладацької адаптації тексту залишається його прагматична орієнтація.

Суть способу адаптації полягає у зближенні двох соціально-культурних сфер. Згідно до сучасної лінгвістичної термінології, адаптуються семантична і стилістична структури тексту оригіналу. Таку адаптацію можна назвати лінгвістичною.

Крос-культурна адаптація під час перекладу є необхідною, коли мова йде про вертикальний контекст, який має ознаку культури оригіналу та являє собою «інформацію історико-філологічного характеру, об'єктивно закладену в конкретному літературному творі [1, с.46]. Таким чином, крос-культурна адаптація – це процес досягнення співвідношення перекладу до нової культурного оточення.

Перш за все, крос-культурна адаптація передбачає використання мовних і культурних моделей реципієнта зі збереженням прагматичного змісту оригіналу. Тобто, оригінал підлягає формальній видозміні при збереженні намірів автору.

Під час адаптації оригіналу до іншомовного реципієнта важливим є використання певних стратегій, які допомагають досягти адекватного та еквівалентного прагматичного ефекту. В цілому, виділяються чотири основних стратегії, що використовуються в процесі адаптації:

а) нейтралізація розбіжностей, втрата при перекладі неперекладної одиниці тексту. Наприклад: I came to Warley on a wet September morning with the sky the gray of Guiseley sandstone. - До Уорлі я приїхав дощовим вересневим ранком. Небо здавалося висіченим з сірого пісковика.

б) коротке пояснення імпліцитного культурного сенсу реалії – експлікація. Наприклад: It was Friday. So they will soon go out and get drunk. – Була п'ятниця, день получки. Скоро вони підуть додому і нап'ються.

в) компенсація за допомогою аналогічного мовного або мовленнєвого явища в мові перекладу. Наприклад: You could tell he was very ashamed of his

parents and all, because they said «he do not» and «she do not» and stuff like that. – Відразу було видно, що він соромиться своїх батьків, тому що вони говорили «хочать» і «хочу», і все в такому роді.

г) формальна передача одиниці оригіналу (за допомогою калькування, транскрипції, транслітерації або лексико-семантичних заміні), часто з елементами експлікації. Наприклад: словосполучення Knitter's Frolic – «Витівки в'язальників» (фестиваль в'язальників у Торонто, виставка-продаж та семінари для майстрів і початківців) [2].

З огляду на все вищезазначене, можна зробити висновок, що через те, що між будь-якими двома мовами завжди існують розбіжності культурологічного характеру, крос-культурна адаптація є невід'ємною частиною процесу перекладу. Адаптивна стратегія обирається перекладачем індивідуально в залежності від ситуації, умов та потреб аудиторії перекладу.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Демецкая В.В. Кросс-культурная прагматика текста: к постановке вопроса / В.В. Демецкая // Південний архів. Філологічні науки. – 2002. – № 16. – С. 46-49.

2. Захарова В.Н. Адаптация и стилистическая обработка текста как разновидности перевода [Электронный ресурс] / В.Н. Захарова. – Режим доступу: <http://www.transneed.com/philology/art6.html>.

УДК 811.111'42

Підгорна А.Б.<sup>1</sup>, Гаврилюк Д. О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-311 ЗНТУ

### **СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПТОСФЕРИ РОМАНУ ЕДВАРДА РЕЗЕРФОРДА «ЛОНДОН»**

Лінгвокультурні концепти займають важливе місце в колективній мовній свідомості та знаходять своє відображення в різних формах, зокрема, у художніх текстах. Із сукупності художніх концептів формується особливий концептуальний простір художнього тексту.

Відповідно до теорії Д.С. Лихачова, під концептосферою художнього твору розуміється сукупність концептів твору, обумовлена національним, культурним і індивідуальним досвідом його автора [1, с. 34]. При цьому, в межах концептосфери існують різні організаційні рівні, на базі яких можна класифікувати концепти. Так, наприклад системна організація А.М. Приходька передбачає виділення таксонів вищого та нижчого рівнів, які

існують за принципом включення одних у склад інших [2, с. 100]. Вчений виділяє макроконцепти та гіперконцепти. Макроконцепти є базовими концептотипами, які мають наднаціональний характер. Їх складовими є гіперконцепти, які вже відрізняються певною етнокультурною специфікою. Будучи складовими макроконцептів, гіперконцепти виступають як родові поняття по відношенню до видових. Ми будемо послуговуватись цією класифікацією, характеризуючи концептосферу роману Едварда Резерфорда «Лондон».

Едвард Резерфорд – англієць, автор багатьох історичних романів. Роман «Лондон» (1997) – це роман, який розповідає нам історію міста Лондон очима цілих поколінь його жителів. Місто – це певний центр, точка перетину торгових шляхів, місце, де зароджується та кипить життя, розвивається культура.

Згідно з наведеною вище класифікацією LONDON виступає макроконцептом і породжує ряд гіперконцептів, які тісно з ним пов'язані. Серед останніх визначаємо гіперконцепти CITY | MICTO, RIVER | РІЧКА, CHURCH | ЦЕРКВА, COURT | ДВІР. Вони відображають категоріальні, ціннісні і символічні характеристики знань про певні фрагменти світу.

Структура побудови роману та його жанрова направленість зумовлює особливості мовленнєвої актуалізації вказаних гіперконцептів. Згідно зі словником літературних термінів, історичний роман зазвичай охоплює одну епоху або період в історії, на фоні якого розгортаються події. Особливістю «Лондона» Едварда Резерфорда є те, що він охоплює період в понад 1000 років та простежує розвиток міста ще з тих часів, коли воно було декількома пагорбами біля річки, й до сучасності, коли воно стало одним з найважливіших міст у світі з економічної, політичної та культурної точок зору. Це зумовлює велику кількість національно-маркованої лексики, зокрема, історизмів, які належать різним епохам і при цьому виступають актуалізаторами єдиного концепту, даючи можливість простежити еволюцію цього концепту, наприклад, маркери позначення осіб змінюються з *centurion*, *gladiator*, *sentry* (Римська Британія) на *knight*, *baron*, *burgess* (Середньовіччя). У цьому відношенні аналіз концептосфери роману дозволяє простежити зміни у англійській лінгвокультурі, зокрема, вплив екстралінгвістичних історичних подій на лінгвальну репрезентацію та мовленнєве наповнення певних концептів.

Ще однією особливістю досліджуваного роману є те, що його концептосфера тісно пов'язана із реальністю. Через індивідуальний культурний досвід автора, який є носієм англійської лінгвокультури, ми пізнаємо національну концептосферу цілої національної мови, яка співвідноситься із історичним досвідом нації.

Отже, концептосфера художнього твору є сукупністю концептів, обумовлених культурним досвідом його автора. При цьому концепти знаходяться в родо-видових відношеннях один з одним, що полегшує їх аналіз. В межах роману Едварда Резерфорда «Лондон» можна виділити макроконцепт LONDON, який складається із гіперконцептів CITY | MISTO, RIVER | РІЧКА, CHURCH | ЦЕРКВА, COURT | ДВІР. Цей художній твір відрізняється тим, що охоплює значний період історії Лондона і надає можливість прослідкувати розвиток концептосфери не тільки роману, але й англійської лінгвокультури.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Александрович Н. В. Концептосфера художественного произведения и средства ее объективации в переводе (на материале романа Ф.С. Фицджеральда Великий Гэтсби и его переводов на русский язык) / Н. В. Александрович. – М. : Флинта, 2009. – 184 с.

2. Приходько А. Н. Языковое картирование мира в паттерне «концептосфера– концептополе – концептосистема» / А. Н. Приходько // Нова філологія. – Запоріжжя: ЗНУ, 2005. – № 1 (21). – С. 94–104.

УДК 811. 111'276.6 :004.738

Лазебна Н.В.<sup>1</sup>, Киструль О.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-311 ЗНТУ

### **СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ АДИТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА**

Складність перекладу англomовних текстів галузі адитивного виробництва полягає в тому, що багато термінів досліджуваної галузі не мають сталих відповідників в українській мові. Вважаємо, що до текстів галузі адитивного виробництва повинна застосовуватися ситуативна або денотативна модель перекладу. Ця модель описує процес перекладу як процес опису за допомогою мови перекладу тієї ж ситуації, яка описана на мові оригіналу. Це означає, що ми намагаємося передати українським еквівалентом той же денотат, який маніфестує англomовний термін. В цьому випадку першочергове значення набуває денотативна, а не комунікативна еквівалентність.

Вибір цієї моделі зумовлений тим фактом, що основна функція текстів, що містять терміни адитивної галузі, полягає в передачі інформації.

Виділяємо чотири класи нормативного перекладу англomовних термінів галузі адитивного виробництва:

- передача неперекладних термінів;
- транскодування;
- переклад семантичним еквівалентом або функціональним аналогом (наближений переклад);
- калькування (морфемне або лексичне).

При передачі неперекладуваних термінів, відбувається повне копіювання англomовного написання терміну. Не перекладаються назви корпорацій, технологічні стандарти і назви програмних продуктів. Також не перекладаються назви технологічних стандартів і програмних продуктів, або перекладаються частково.

Необхідно зазначити, що найчисельнішою групою термінів галузі адитивного виробництва є неперекладні терміни. Це можна пояснити бурхливим розвитком цієї галузі, відсутністю галузевих словників і постійним поповненням цієї терміносистеми через інноваційні розробки.

Наприклад, термін *filament* (досл. нитка). У досліджуваному типі текстів цей термін позначає: 1) пластик у вигляді нитки (часто 3 мм), яка буде використовуватися як сировина для 3D-принтерів; 2) екструдований (видавлений через сопло) пластик (зазвичай <1 мм).

Другий спосіб перекладу – транскодування – це такий спосіб перекладу, коли звукова та/або графічна форма слова вихідної мови передається засобами абетки мови перекладу. Ця модель перекладу на сьогодні є найбільш поширеною і включає такі слова, як *additive* (адитивний), *RepRap* (РепРап) – машина для швидкого прототипування, здатна відтворити значну частину своїх власних деталей.

Третій тип перекладу термінів галузі адитивного виробництва – це використання семантичних еквівалентів, тобто, реально існуючих українських слів, які повністю або частково відображають значення англomовного терміну. Наприклад, *SLS* (*Selective Laser Sintering*) – вибіркове лазерне спікання.

Нарешті, четвертий спосіб перекладу термінів адитивного виробництва – морфемне або лексичне калькування – це прийом перекладу нових слів (термінів), коли відповідником простого чи (частіше) складного слова (терміна) вихідної мови в цільовій мові вибирається, як правило, перший за порядком відповідник у словнику. Цей спосіб використовується для перекладу складених термінів.

На відміну від способів перекладу термінів інших галузей, при передачі термінів адитивного виробництва широко використовується експлікація або описовий переклад. Це можна пояснити відсутністю перекладацьких відповідників в українській мові. Тому перекладачі намагаються описати

сутність процесу або явища, який називає англомовний термін галузі адитивного виробництва. Наприклад, термін *raft*, який перейшов із загальноповсякденної мови та позначає «пліт» у галузі адитивного виробництва підложка/рафт (*raft*) – техніка, яка використовується для запобігання деформації. Об'єкти вирощуються з доступних матеріалів на підкладці, яка в свою чергу розташовується на будівельній платформі. Зрідка використовується з платформами, які підігріваються. Словникового відповідника у цього терміна поки що не існує. Тому доречно додати перекладацький коментар, який наведено вище. Отже, якщо перекладач стикається з терміном, в перекладі якого він не впевнений, то, по-перше, слід перевірити, чи не відноситься він до групи неперекладних, а потім звернутися до додаткової літератури, онлайн глосаріїв та ін., та навести перекладацький коментар, як ми і зробили у вищенаведеному прикладі.

УДК 821.161.2

Костенко Г.М.<sup>1</sup>, Журенко А.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-311 ЗНТУ

### **ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙ ЧАСУ Й ПРОСТОРУ В МОДЕРНІСТСЬКОМУ РОМАНІ-МІФІ ДЖ. ДЖОЙСА «УЛІСС»**

На основі «Одіссеї» Джеймс Джойс створює свій авторський міф, використовуючи Гомерівській лише як основу, як корпус. «Гомерів план» становить тільки певний «першочас», що просвічує крізь сучасні події, які відбуваються з героями [1, с. 59]. Це структуроутворюючий міф в романі, але в ньому є ще цілий ряд античних і християнських міфів, культурних міфів європейської історії. Джойс створює свій власний міф – міф про Дублін як модель сучасної європейської столиці, міф про його мешканців як типових сучасних європейців.

З іншого боку, «Улісс» – надзвичайно натуралістичний роман. Багато справжніх вчинків і місцевих подій, які є в роботі – історичні посилання, газетні оголошення, опис навколишнього оточення, місць, предметів – все це було ретельно обрано та опрацьовано Джойсом. Він хоче дати нам образ такого світу, де різноманітні події стикаються і складаються одна з одною, відсилають одна до одної і відштовхують одна одну, немов при статистичному розподілі подій, що відбуваються всередині атома, дозволяючи читачеві намітити різноманітні перспективи погляду на цей твір-універсум [5, с. 231].

Насправді митець прагнув представити таку картину Дубліна, коли раптом одного дня місто зникне з землі, його можна буде відновити за

допомогою його книги [3, с. 95]. Машина часу кориться її творцеві абсолютно. Вперед, назад, як завгодно і з будь-якою швидкістю. Рух як спокій і спокій як рух. Час як мова і час як лейтмотив. Час, просочується в його героїв, заповнює їх гіркотою, розриває їх свідомість, обтяжує їх пам'ять [2, с. 318]. Роман, розгортаючись на обмеженому географічному просторі і протягом 24 годин, включає в себе кілька тимчасових континуумів:

- умовно–реальний;
- культурно–історичний;
- суб'єктивний час персонажів [4].

Незвичних рис набуває й простір в романі «Улісс». Уся дія роману розгортається в Дубліні та неймовірним є те, з якою точністю Дж. Джойс змалював це місто. Дублін в романі – це неначе кровоносна система, центр організму, а дублінці – як маленькі кров'яні тільця, які живуть за його (міста) законами. Водночас Дублін постає як модель людського життя.

Окрім того, що роман постійно перегукується з гомерівським міфом, в ньому безліч прототипів з реального життя автора. Тобто в роман влітається життєвий простір Джеймса Джойса, на сторінках «Улісса» ховаються реалії письменника.

Особливим чином час та простір «Улісса» розчиняються в «потопі свідомості» головних героїв. Роман Джойса «Улісс» – монументальний твір, в якому автор прагне проникнути в підсвідомість своїх героїв, відновити потік їх думок, почуттів, асоціацій. Весь роман представляє собою кілька «потоків свідомості», організованих як інтертекст.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бігун Б. Я. Історія та міф у творах письменника-модерніста (До 120 – річчя від дня народження Джеймса Джойса) / Б. Я. Бігун // Всесвітня література. – 2002. – № 2. – С. 56–59.
2. Гарин І. І. Век Джойса / І. І. Гарин. – М: ТЕРРА-Книжный клуб, 2002. – 848 с.
3. Гончаренко Е. П. Образ Дубліна у прозі Джеймса Джойса / Е. П. Гончаренко // Наукові записки Харківського державного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди. – Сер. Літературознавство – Харків, 2004. – № 2 – С. 92–97.
3. Иванова Ю. Текст романа-мифа как художественная основа реализации мифологического времени [Електронний ресурс] / Ю. Иванова // Категория мифологического времени в современном романе-мифе (на примере романа Джеймса Джойса «Улисс»). – Режим доступа: <http://www.james-joyce.ru/articles/kategoriya-mifologicheskogo-vremeni19.htm>. – Загл. с экрана.
5. Eco Umberto Le Le poetiche di Joyce / Umberto Eco. – Milan : Bompiani, 1994. – 496 p.



## МЕТАФОРА ЯК СПОСІБ ТВОРЕННЯ ВТОРИННОЇ НОМІНАЦІЇ В ТЕРМІНОСИСТЕМІ ВЕРСТАТОБУДУВАННЯ

Метафоризація вважається одним з розповсюджених способів утворення нових найменувань. Заподій поширення цього способу термінотворення виявляються при зіставленні основних характеристик метафоризації й специфічних рис терміна. У терміні особливо підкреслюється його номінативна функція - метафоризація здійснює процес номінації; однієї з характерних рис терміна визнається його однозначність – значення, реалізоване за допомогою метафоризації, семасіологічно однопланове; термін визнається емоційно нейтральним – при метафоризації відсутній оцінний елемент.

Метафоричний термін являє собою складну структуру, в якій фіксуються знання про об'єкт, що позначається, та сукупність певних семантичних ознак. Сучасні лінгвістичні дослідження дозволили розкрити різні сторони метафори, зокрема, було доведено, що у процесі термінотворення метафора вказує на певну схожість і виконує функцію перекодування природного знака в мовний знак. наприклад: *tailstock* – задня бабка, *bed* – станина.

У межах терміносистеми верстатобудування можна виділити такі види термінів-метафор:

ті, які виникають за схожістю зовнішнього вигляду: *knee of curve* – закрут кривої; *leg* – ніжка; *arm* – рукав; *skeleton map* – схематична карта;

ті, які виникають за схожістю розмірів: *pencil of rays* – пучок збіжних променів; *draw of eyepiece* – окулярне коліно;

ті, які виникають за схожістю форми: *bull's-eye level* – круглий рівень, *egg – shaped spheroid* – витягнутий еліпсоїд обертання, *sheetmetal* – листовий метал, *eyepiece tube* – окулярна трубка, *nut* – гайка; *toothwheel* – зубчасте колесо; *T-shaped groove* - т-подібний паз;

ті, які виникають за схожістю місця розміщення: *left-hand edge* – західна замкова частина (карти), *right-hand edge* – східна замкова частина (карти), *ceiling* – гранична висота, *heel* – п'ятка (рейки), *crossslide* – вертикальний супорт.

В ході структурно-семантичного аналізу лексики можна виявити найбільш частотні моделі слів, які утворюються на основі метафори:

Noun+Noun: *engine lathe* – фасонний токарний верстат, *proof line* – контрольна лінія, *cliff work* – зображення рельєфу, *ice point* – точка замерзання, *key station* – опорна точка, *health status* – технічний стан апаратури супутника. В таких структурах метафоричному переосмисленню може підлягати один або обидва компоненти.

Adjective+Noun: direct current motor – двигун постійного струму, positive orientation – пряме орієнтування, peak value – максимальне значення, raw value – не виправлене значення, frigid zone – полярна зона, bad mistake – груба помилка, separate observations – незалежні спостереження.

Participle I + Noun: aiming rule – візирна лінійка, reading scale – відлікова шкала, filtering operation – відбір інформації; Participle II + Noun: fixed point – опорна точка, emitted frequency – передана частота, broken ground – пересічена місцевість.

Таким чином слово є метафорою у тому випадку, коли воно не втрачаючи попереднього зв'язку з денотатом, одержує новий зв'язок з новим денотатом. Смысловірна парадигма метафори – це комплексна системо-творна одиниця, яка формує сукупності дериватів мотивованих тим самим словом у різних терміносполученнях. Іменникові властива найвища різнобічна метафорична продуктивність. Зокрема термін drive – у технічних термінах містить метафоричну зміну значення, яка ґрунтується на функції об'єкта і викликає в нас асоціацію, що пов'язана з певним об'єктом: drive train – силова передача, drivenshaft – тяжкий вал, driveshaft – тяговий вал, drive screw – винтовий шпindel.

Роль метафори полягає в тому, що вона надає термінові яскраву образності, яка дозволяє заглибитись у те чи інше наукове поняття, окреслити контури його семантики. Утворення термінів способом метафоризації передусім зумовлене тим, що технічні терміни формувалися на основі народних узагальнень, отриманих у процесі практичного пізнання світу.

Таким чином в результаті аналізу досліджуваної терміносистеми було виявлено, що: метафоричність даної термінології виявляється, як правило, у словосполученнях, або в термінах з двома і більше основами, а не в одноосновних термінах; найчастіше зустрічаються терміни метафори, ті, які виникають за схожістю зовнішнього вигляду, розмірів та форми чи побудовані на основі слів-антропонімів.

УДК 811'373.7

Хавкіна О.М.<sup>1</sup>, Абрамова А.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, доцент ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-311 ЗНТУ

## **СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ КОНЦЕПТОМ «ПРАЦЯ»**

Зрозуміти душу народу, його історичний шлях просторами вічності допомагають характерні для його мови поєднання слів – фразеологізми. У них – особливості національного мислення і національної долі, втілення своєрідності розуміння світу, ситуацій життя. Вони виражають глибокі й масштабні смисли, потужні емоції, надають думці влучності, дотепності.

Специфіку мовної ситуації та характери її учасників також репрезентують вони.

Невичерпні скарби метафоричного, експресивного слова має українська мова. Фразеологізми – джерело унікальності літератури. Надають вони силу і філософській думці. Фразеологізми (грец. *phrasis* – мовний зворот і *logos* – слово) – стійкі, цілісні, семантично нерозкладні сполучення слів, що відтворюються в мовленні як готові формули.

Фразеологія будь-якого народу нерозривно пов'язана з історією, культурою, традиціями та літературою нації. Мова є дзеркалом культури, відображає не тільки реальний світ, реальні умови життя людини, але і суспільну самосвідомість народу, його менталітет, національний характер, традиції, звичаї, систему цінностей, бачення світу. Відомо, що світогляд людини обумовлюється його фізичним досвідом і духовною діяльністю. При цьому формується культурна картина світу, що має тісний зв'язок з мовною картиною.

Праця розуміється як усвідомлена і цілеспрямована діяльність людини, детермінує у своїх носіїв певний погляд на світ, від якого багато в чому залежить еволюція духовного життя людини.

Аналіз обраних фразеологізмів дозволив прийти до висновку про те, що при оцінці діяльності людини найважливішими критеріями виступають: позитивне ставлення людини до праці (*break your back doing smth to do smth* – намагатися з усіх сил, *turn your hand to smth* – направляти, зосереджувати увагу, зусилля, *keep your nose to the grindstone* – сильно і багато трудитися; трудитися, не розгинаючи спини), негативне ставлення до праці (*drag your feet* – зволікати, тягти час; робити що-небудь навмисно повільно, робити що-небудь з небажанням, *not do a stroke* – нічого не робити, палець об палець не вдарити, *swing the lead* – байдикувати, симулювати), кваліфікація (*be a dab hand at smth* – собаку з'їсти на (чомусь.), *know your stuff* – знати своє діло, *do your stuff* – роби своє діло), якість виконаної роботи (*be cooking with gas* – робити абсолютно правильно, *beat the bushes* – ходити навколо, щось активно шукати, *give it your best shot* – докладати максимум зусиль, *buck up your ideas* – бути насторожі, тримати вухо гостро), результативність праці (*bat a thousand* – процвітати, діяти зі стовідсотковим успіхом, *go great guns* – приплив життєвих сил, *go places* – приплив життєвих сил).

У наведених фразеологізмах містяться оцінювальні судження про ефективність, успішність професійної діяльності людини, і емпіричні образи, наприклад, відбуватися з гучним ударом, діяти зі стовідсотковим успіхом, побити конкурентів та ін.; ганятися за своїм хвостом, шмагати мертвого коня, носитися як курка з відрубаною головою та ін. Використання подібних фразеологічних одиниць у мовленні дозволяє влучно висловити власну думку стосовно виконаної роботи, емоційно інтерпретувати дії людини при

вирішенні професійних завдань для ефективного впливу на нього в разі неприйнятного, неякісного результату, що не відповідає прийнятим нормам і поставленим цілям.

Невід'ємним атрибутом праці є його ступінь трудомісткості / тяжкості, в чому лежить сутність праці. Праця характеризується як явище, що підтримує життя, дає задоволення і щастя, а відсутність праці – негативне явище. З іншого боку, можна вичленувати такі концептуальні ознаки з негативною оцінкою праці: праця небезпечна для здоров'я, праця ускладнює життя.

Компонент «результат праці» реалізований досить повно, на думку лінгвістів, в англійській мовній культурі. Так, виділяються сформовані твердження, що для отримання результату необхідно докласти зусиль, результат залежить від початку, результат залежить від якості роботи, хто не намагається, той нічого не має, потрібно доводити справу до кінця, якість пропорційна знанню і досвіду.

Праця грає важливу роль у формуванні українського характеру. Цінність праці забезпечувалася і релігійним компонентом української культури. Праця в християнстві осмислюється як моральне діяння, засіб порятунку душі. Трудова діяльність для українця була досягненням краси і гармонії. Для українського селянина сенсом життя, єдино можливою її формою, була праця.

УДК 81'1-032

Лут К.А.<sup>1</sup>, Коваль Ж.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ 311 ЗНТУ

## **ПРАГМАТИЧНІ ФУНКЦІІ ТЕКСТІВ АСТРОНОМІЧНОЇ ТЕМАТИКИ**

Сфера науки характеризується власною специфікою подання інформації. Ці особливості визначаються на усіх рівнях, у тому числі і на рівні семантики та прагматики. Усі тексти, зокрема і науково-астрономічні, виконують певні прагматичні функції, що зумовлені задумом автора. Ці функції покликані стимулювати інтелектуальну взаємодію читача з текстом. Метою нашої роботи є прагматика текстів астрономічного дискурсу. Актуальність роботи зумовлена стрімким розвитком астрономії та необхідністю дослідження особливостей текстів цієї тематики. Вивченням прагматичних функцій наукових текстів займалися такі вчені, як О.С. Азнаурова, М.П. Гаїбова, В.А. Звягінцев, І.А. Скрипак, та інші. Наша робота покликана розширити та поглибити наукові знання з питання

визначення прагматичних функцій текстів астрономічної тематики та може бути використана в подальших дослідженнях цієї області.

Будь-який науковий текст, в тому числі і астрономічної тематики, піддається впливу такого чинника, як ситуація, що створює мотив для породження тексту. Але не менш важливу роль також відіграють і учасники комунікації: автор та його знання про світ, про предмет дискурсу, його цілі, і звісно ж реципієнт, на якого направлена інформація у тексті [2, с.7]. Учасниками наукового астрономічного дискурсу можуть бути як компетентні освічені науковці, так і прості, неосвічені з цього питання люди, яких цікавить астрономія. Це нам дозволяє скласти наступні моделі учасників наукового астрономічного дискурсу:

1. Учений/дослідник → учений/дослідник.
2. Учений/дослідник → неосвічений фахівець.
3. Неосвічений фахівець → неосвічений фахівець.

Усі астрономічні тексти, як ті, що направлені на читача-ученого, так і ті, що пристосовані для пересічної людини, зацікавленої в астрономії, виконують ряд спільних прагматичних функцій. Спираючись на класифікацію В. Звягінцева [3, с.138], можна виділити наступні основні функції астрономічних текстів:

- інформативна (deskриптивна) функція – передання тематичної астрономічної інформації. Вона притаманна будь-якому тексту цієї тематики, оскільки за його допомогою адресат отримує нову інформацію;
- функція аргументації (переконання) чи апелятивна. Як зазначає І. Арнольд, функція будь-якої наукової прози – послідовний й систематичний виклад та аргументований доказ або, навпаки, аргументоване спростування наукових концепцій і теорій [1, с.114];
- комунікативна (обмін науковою астрономічною інформацією між дослідниками та вченими, а також між простими читачами);

До цих основних функцій можна ще додати наступні, що тісно взаємодіють між собою:

- експланаторна (пояснення інформації як за допомогою вербальних засобів, так і за допомогою малюнків, схем).
- дидактична (використання матеріалів в навчальному процесі при підготовці фахівців астрономічної галузі знань);

Усі ці функції можуть виступати у тексті ізольовано, або ж бути пов'язаними з рештою.

Отже, усі наукові тексти, зокрема і астрономічної тематики, не позбавлені прагматики, оскільки автор такого твору бажає, щоб його якнайкраще зрозумів читач. Прагматичні функції можуть залежати як від автора тексту, так і від направленості інформації та компетентності реципієнта. Можна виділити основні з них, притаманні більшості текстів

астрономічного дискурсу: це функція інформування читачів, функція аргументації приведеної інформації та обмін інформацією між фахівцями цієї області знань. Другорядними є функція пояснення та дидактична. Перспективою подальшого дослідження є аналіз прагматики речень та класифікація наукового астрономічного дискурсу з прагматичної точки зору.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике: учеб. пособие / И.В. Арнольд. – М. : Высш. шк., 1991. – 140 с.
2. Гаибова М.П. Прагмалингвистический анализ художественного текста / М.П. Гаибова. – Баку : АГУ, 1986. – 88 с.
3. Звягинцев В.А. О цельнооформленности единиц текста / В.А.Звягинцев // Изв. АН СССР СЛЯ. – 1980. – Т. 39. – С.137–143.

УДК 821.161.2

Костенко Г.М.<sup>1</sup>, Бурнашова А.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-311 ЗНТУ

## МІСТИФІКАЦІЙНІ ЕЛЕМЕНТИ РОМАНУ ДЖ. ФАУЛЗА «ВОЛХВ» ТА ЇХ ЛІТЕРАТУРНА АДАПТАЦІЯ

У літературі існують два поняття містифікації – «містифікація літературна» і «містифікація художня». Літературна містифікація – це текст або фрагмент тексту, створення якого автор приписує вигаданій або реальній особі. Художня містифікація – це свідомий прийом введення вигаданого автора або творця, що дозволяє автору відрефлектувати самого себе: свою літературну творчість та особистісну поведінку [2, с. 37]. У творі з'являються два героя: містифікуючий і містифікований. Крім того, автор вводить у твір численні містифікаційні прийоми. Такими прийомами вважається особлива форма твору, введення міфу, алюзій, мовні аномалії, гра слів тощо.

Джон Фаулз вважається письменником-містифікатором, який любив провокувати читача. Тому його твори неоднозначні, загадкові і хвилюючі. Чи не найяскравішим представником постмодерністського жанру є його роман «Волхв». Що «Волхв» – гра, Фаулз ніколи не приховував, а, скоріше, підкреслював [3, с.7]. Перший варіант назви роману був «Godgame». Такий варіант назви – одна з небагатьох підказок, яку Фаулз надав читачам. Автор згодом прийшов до назви «Magus», що за семантикою є значно ширшою, ніж назва «Godgame». «Волхв» можна перекласти як «маг», «чаклун», «жрець», «волхв». Варіант перекладу «волхв» має найширше значення, оскільки може включати в себе і мага, і мудреця, і віщуна. До того ж, можна згадати волхвів, які приносили дари Ісусу. Певним чином і творець Моріс Кончіс також був таким волхвом, оскільки мав цінний подарунок для Ніколаса Ерфе.

Містичність і містифікація входить в загальне поняття «гри». Роман «Волхв» огорнутий містичною атмосферою, яка існує на всіх його рівнях. Велику роль у створенні містичної атмосфери відіграє природа, на тлі якої розвиваються події у творі. Пейзаж створює особливу атмосферу і настрій у романі, він не тільки зображує навколишнє середовище і звуки, але й занурює читача у атмосферу загадковості і таємничості [1, с. 150].

Міфологізм в літературі постмодернізму виступає як різновид містифікації. Міф додає ігрового моменту, а також сприяє таємничості і завуальованості. Найбільш очевидна його присутність у вигляді ремінісценцій, які можуть виступати в якості одного зі способів міфологізації мислення. Міфологічні ремінісценції сюжету та імені, винесені авторами в заголовок творів, є ключем до інтерпретації, тому що задають «формулу» тексту, установку на співвідношення образів, сюжетних ситуацій з загальновідомим міфом. Крім цього міфологізація творів сучасної прози «проникає» на всі рівні художнього тексту, додаючи таємничості реальній історії. Автор використовує міф про лабіринт Мінотавра (але в романі буквальный лабіринт є скоріш психологічним лабіринтом), про закоханих Орфея та Еврідіку. Ще одним натяком на гру богів можна вважати помічника Моріса, якого звуть Гермес. В давньогрецькій міфології Гермес був посланцем богів.

Отже, можна підсумувати, що містифікація у літературі постмодернізму стала ще одним засобом, який дозволяє використовувати нові форми, образи та прийоми.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ильин Е.П. Постмодернизм от истоков до конца столетия : эволюция научного мифа / Е.П. Ильин. – М. : Интрада, 1998. – 256 с.
2. Ланн Е.Л. Литературная мистификация / Е.Л. Ланн. – М. : Либроком, 2009. – 234 с.
3. Фаулз Дж. Волхв / Дж. Фаулз; [пер. с англ. Б. Кузьминского; предисл. Л. Сумм]. – М. : Эксмо, 2010. – 800 с.

УДК 822.111-31

Гура Н.П.<sup>1</sup>, Іваніків Л.І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФз-313 ЗНТУ

## ГРА ЗІ «СМЕРТЮ» В РОМАНІ І. МАК'ЮЕНА «АМСТЕРДАМ»

Досліджуючи людську природу, Ієн Мак'юен у романі «Амстердам» (1998) апелює до таких загальнолюдських категорій як життя, смерть, любов, дружба, помста, відплата. Автор намагається втілити у художніх образах свого роману світоглядні настанови й протиріччя, які мають діалектичний

характер: чоловіче та жіноче, особисте та громадське, раціональне та інтуїтивне. І. Мак'юена завжди цікавили поворотні, кризові моменти в долі людини, а також ірраціональне, яке раптово увірвалося в тихий плін людського життя.

За Мак'юеном, людина має двоїсту натуру, в якій одночасно співіснують любов та ненависть, співчуття та підступність, доброта та здатність до знищення собі подібних. Автор стверджує, що одним із завдань мистецтва є дослідження природи зла і саме роман є тією формою, яка дозволяє вивчати людську природу і дає можливість зрозуміти обидві її сторони.

Аналізуючи занепад ідеалізму та моральної деградації суспільства на межі сторіч, британський письменник звертається до таких основних категорій буття, життя та смерті. Саме смерть стала лейтмотивом усього роману та невід'ємною частиною його поезики, адже вона є значущою подією, яку не можливо випустити й не зруйнувати зв'язності оповідання, а по-друге, вона майже завжди змінює ситуацію.

Роман починається смертю Моллі Лейн. Розсіяний склероз занепасть активну життєрадісну жінку і буквально за кілька місяців перетворив світську левицю на тіло, яке нічого не усвідомлювало. Сумна подія стала приводом для зустрічі старих друзів та колишніх коханців Моллі, успішного композитора Клайва Лінлі та головного редактора однієї лондонської газети Вернона Холідей.

Трагічна смерть Моллі Лейн від хвороби стала тією пограничною ситуацією, яка дозволила побачити людей такими, якими вони є, а також стала тим спусковим гачком, який запустив подальший перебіг подій. Безпорадна некрасива смерть Моллі шокувала головних героїв та змусила усвідомити кінцівку свого існування, тому вони укладають угоду про евтаназію, і коли один із них втратить глузд і перестане себе контролювати, інший зобов'язується його вбити.

Екзистенційний страх, пережитий героями роману Мак'юена має не тільки психологічну, але й соціальну обумовленість, оскільки Вернон і Клайв є типовими представниками покоління 60-х років, які «сповідують» культ молодості, здоров'я та успіху, тому обоє одержимі ідеєю залишити після себе слід.

На перший погляд, журналіст і музикант – надзвичайно різні: Вернон – завжди в русі: десятки зустріч, сотні справ, трудові гонимі, одержимі рейтингами й популярністю; Клайв – інтроверт, який зник «творити» музику у самоті свого кабінету або блукати безлюдними гірськими стежками в очікуванні натхнення. Але не зважаючи на їхню уявну протилежність, героїв поєднують загальні вади – егоїзм та честолюбство, які «роз'їли» їх зсередини. У гонитві за славою та успіхом, вони втратили людську подобу: захоплений



музикою Клайв ігнорує крики про допомогу, а Вернон на вівар власної слави принципового журналіста приносить кар'єру й репутацію міністра закордонних справ Джуліана Гармоні.

I. Мак'юен витончено та вміло препарує людську сутність, тим самим виставляє на показ вади, недоліки та ниці інстинкти. Зрештою, боротьба Вернона за краще майбутнє країни нагадує цькування, а симфонія тисячоліття Клайва виявляється жалюгідним плагіатом. Автор ніби «грає» зі своїми героями, віртуозно перетворює «плюс» на «мінус». Дружба, талант, захопленість улюбленою справою, все опинилося вкритим спочатку шаром докорів та підозрілості, а потім густою хмарою заздрощів та помсти. Кожна людина у суспільстві грає своєрідну роль, одягнувши на себе певну соціальну маску.

Саме гра, як відображення сучасності, стає головним прийомом роману. Так, на зовнішньому рівні, вона є складовою постмодерного дискурсу, а на концептуальному рівні (рівні проблематики) виступає основою конфлікту. Взаємини між людьми (дружба, любов) «перевіряються» автором теж грою. Своєрідно обіграє I. Мак'юен лейтмотив роману: смерть трансформується спочатку в евтаназію, а потім автор доводить ідею до абсурду – евтаназія виявляється подвійним вбивством. Цілком логічним є те, що місцем фінальної дії письменник обрав Амстердам – місто гріха й розпусти.

Отже, невеликий за розміром роман охоплює такі важливі сфери людського життя, як: політика, музика, мас-медіа та став своєрідною енциклопедією людського життя. Англійський письменник піднімає цілий комплекс екзистенційних та онтологічних проблем, які розглядає в особистісному та соціальному аспектах в силовому полі постмодернізму.

УДК 811.133.1'25

Серга Н.В.<sup>1</sup>, Бондаренко Я.І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> старш. викл. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-313 ЗНТУ

## **ФРАНЦУЗЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА, ПЕРЕКЛАД**

За останні десятиріччя науково-технічний прогрес людства сягнув неможливих вершин. Глобалізація і стрімкий розвиток економіки забезпечують більш комфортні умови життя людей, проте одночасно сприяють утворенню та загостренню соціальних, економічних та екологічних проблем. Расова і національна дискримінація, соціальна несправедливість, обмеженість природних ресурсів, необхідність захисту навколишнього середовища та нерівномірний розподіл матеріальних засобів зумовили

виникнення концепції «сталого розвитку», перспективної ідеології XXI століття. Ряд держав (США, Японія, країни Європейського союзу) вже розпочали побудову безпечного та збалансованого суспільства, але для того, щоб ця ідея набула всесвітнього характеру, необхідна з'єднуюча ланка, якою може слугувати процес перекладу.

Французька термінологічна база «*Vocabulaire du développement durable*» демонструє основні поняття і явища, які охоплює парадигма сталого розвитку.

Складність перекладу термінів вище згаданої ідеології обумовлюється тим, що Франція займає активну позицію у боротьбі за чистоту мови і культури. Французька Академія контролює проникнення в мову іноземних слів і виразів, переважно англіцизмів, і за необхідності створює власні слова-замінники, результатом чого є обмежена кількість інтернаціоналізмів у лексиці.

Досліджуючи сучасний процес термінотворення у французькій мові, було проаналізовано різні способи утворення нових лексичних одиниць, з яких найпродуктивнішими виявилися деривація, словоскладання та наукова композиція (складання слів латинського або грецького походження).

Найбільша група у французькому термінологічному корпусі представлена складними двокомпонентними термінами, структурна типологія яких представлена моделями N+A: *bientraitance animale* – гуманність до тварин; *bouquet énergétique* – структура енергоспоживання. Інша багаточисленна група французьких термінологічних одиниць містить терміни-композиції, утворені шляхом конфікації або «наукового словоскладання» [Martinet, p. 135]: *bioamplification* = *bio(logique)* + *amplification* – біологічний приріст; *écocondition* = *éco(logique)* + *condition* – дотримання екологічних вимог. Синтагматичний спосіб утворення термінологічних одиниць вважається одним із найпоширеніших у французькому термінотворенні: N+de+N+de+N+A *dispositif de quotas d'émission cessibles* – система обмеження і торгівлі викидами.

Поряд із вербальними в сучасній французькій термінології використовуються символічні засоби інших наукових систем. Так, хімічний термін *DéNO<sub>x</sub>* спирається на хімічну формулу NO<sub>x</sub> (оксид азоту), а формант *dé-* надає значення «зменшення», як наслідок у перекладі маємо: *DéNO<sub>x</sub>* – зменшення оксидів азоту;

Концепція сталого розвитку є актуальною для сучасного перекладознавства. Оскільки ідея збалансованого розвитку цивілізації ще розвивається, з'являється нова термінологія, яка потребує якісної та адекватної передачі. Процес перекладу, таким чином, сприяє побудові ефективного суспільства і безпечного майбутнього, поширюючи нові світові тенденції.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Martinet A. Elements de linguistique generale / A. Martinet. – Paris : Armand Colin, 1970. – 221 p.
2. Vocabulaire du développement durable [Електронний ресурс] : Délégation générale à la langue française et aux langues de France. – Paris, 2015. – 324 p. – Режим доступу: <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Langue-francaise-et-langues-de-France/Politiques-de-la-langue/Enrichissement-de-la-langue-francaise/FranceTerme/Vocabulaire-du-developpement-durable-2015>. – Назва з екрану.

УДК 811.112.2'2555.4

Волошук В.І.<sup>1</sup>, Кіщак А.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, проф. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-311 ЗНТУ

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОНОМАСТИКОНУ НІМЕЦЬКИХ ЛІТЕРАТУРНИХ КАЗОК ТА ЇХ ЗБЕРЕЖЕННЯ В ПЕРЕКЛАДІ

Онімія казок утворює свій неповторний світ, змішуючи реальні поняття та національні імена з вигаданими міфонімами. Вона створює своєрідний зв'язок між художнім текстом та позатекстовою просторово-часовою реальністю. Ономастика – це наука, що займається дослідженням власних імен. За об'єктами дослідження ономастику слід розділяти на: топоніміку, антропоніміку, зооніміку, астроніміку [1, с. 110]. В результаті проведеного аналізу, більш детально були розглянуті такі види ономастики, як антропоніми, топоніми та зооніми, бо вони є найчастотнішими онімами в німецьких літературних казках.

Антропонімія – наука про будь-яке власне ім'я людини [2, с. 32]. В казках ми зустрічаємо різні варіанти антропонімів, наприклад Aschenputtel, Schneeweißchen und Rosenrot, Rotkäppchen, Nußknacker. Антропонімічна лексика може поповнюватися: шляхом онімізації загальних імен; шляхом запозичення готових імен або іменних основ з інших мов; шляхом штучного створення імен; шляхом деривації [3, с. 71]. У німецькій мові існують продуктивні суфікси, за допомогою яких утворюються антропоніми: іменникові на позначення чоловічого роду: -er; -ling; -or (наприклад, «Der kleine Däumling»); іменникові на позначення жіночого роду: -ie; -ei; -in; зменшувальні суфікси: -chen; -lein; -i (наприклад, «Schneeweißchen und Rosenrot»). В літературних казках доречно виділяти також міфонім з його

підвидами міфоантропонімом та міфоперсонімом. Наприклад, ім'я Frau Holle походить з германо-скандинавської міфології. Хольда (нім. Holda) – стара відьма (у південних німців, австрійців). Також міфоперсонім «гном», або «карлик» (der Zwerg) – в нижчій міфології германців співвідносяться з маленькими антропоморфними істотами. Найпродуктивнішими способами перекладу антропонімів є транскрибування (наприклад, «Zaches» – «Цахес») та підбір словникового відповідника (наприклад, «Rotkäppchen» – «Червона шапочка»).

Сукупність географічних назв позначають словом топонімія (наприклад, das Glasberg, der Granatenberg, der Simeliberg). При розгляді топонімічного матеріалу в казках можна виділити дві групи географічних назв: 1) реальна топонімія – завдяки прийому включення фантастики в реальний простір зміст, ідея тексту як би «наближаються» до читача і текст казки стає не стільки розважальним, скільки повчальним, тобто має велику силу впливу (наприклад, місто Бремен у казці братів Грімм «Бременські музиканти» (нім. «Die Bremer Stadtmusikanten»); 2) вигадана топонімія – є жанроутворюючим фактором, створюючи фантастичний простір казки (наприклад, місто Керепес у казці Е. Т. А. Гофмана «Малюк Цахес, на прізвисько Цинобер» (нім. «Klein Zaches, genannt Zinnober»). На сторінках літературних казок використовуються такі класи топонімів: ороніми, наприклад der Glasberg; гідроніми, наприклад der Honigstrom; ойконіми, наприклад Nicea; дрімоніми, наприклад der Weihnachtswald; хороніми, наприклад die Universitätsstadt Kerepes. Основними способами перекладу цих лексичних одиниць є транскодування та підбір словникового відповідника.

Зооніміка займається власними назвами тварин [1, с. 110]. Герої-звірі в більшості випадків не мають ні імен, ні кличок, наприклад півень, кіт, собака та осел (Hahn, Katze, Hund und Esel) з казки братів Грімм «Бременські музиканти» (нім. «Die Bremer Stadtmusikanten»). Вони перекладаються за допомогою підбору словникового відповідника. Вигадані зооніми також входять до складу літературних казок, наприклад персонаж осел-перевертень (салатний осел) (нім. «der Krautesel») та вигаданий фітонімом, трава Смачночих (Niesmitlust – чхай з задоволенням). Але окрім власне зоонімів, сюди ми відносимо такі підвиди міфонімів, як: міфозоонім та міфофітонім (наприклад, die Drache, der Zwerg).

Отже, різні розряди онімічної лексики входять до складу літературних творів, відіграючи чільну роль в осмисленні художнього задуму письменника. Вивчення такого лексичного шару мови, як онімія, дозволяє дослідникам проаналізувати особливості стилю або жанру. Адже оніми, що широко побутують у літературних казках, несуть у собі історичне, соціальне та емоційне навантаження, відображають національну картину світу німецького народу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бевзенко С. П. Вступ до мовознавства: короткий нарис : [навч. посіб.] / С. П. Бевзенко. – К. : Вища школа, 2006. – 143 с.
2. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля – К, 2006. – 716 с.
3. Суперанская А. В. Теория и методика ономастических исследований / А. В. Суперанская, В. Э. Сталтмане, Н. В. Подольская и др. – М. : ЛКИ, 2007. – 163 с.

УДК 811.111'25

Куш Е.О.<sup>1</sup>, Скиба К.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. ГФ-311 ЗНТУ

### ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ТЕРМІНІВ

Питання особливостей перекладу суспільно-політичних термінів посідає чільне місце у сучасних роботах із перекладознавства, що пов'язано з визначенням семантико-прагматичних аспектів перекладу термінологічної лексики з конотативним значенням. Під суспільно-політичними термінами, слідом за О.І. Сидоренко, розуміємо «слова чи словосполучення, що позначають суспільно-політичні поняття та у своєму узусі виявляють соціальні, ідеологічні, конотативні та експресивно-емоційні ознаки» [2, с. 24].

До прагматичних питань перекладу загалом належать проблеми, пов'язані з передачею комунікативної інтенції автора оригіналу, прагматичних характеристик оригіналу, прагматичної адаптації та врахуванням чинника адресата. Всебічне урахування прагматичних факторів при перекладі англомовних речень і текстів із суспільно-політичними термінами надає можливість встановити певні закономірності, що зумовлюють вибір того або іншого способу перекладу; проаналізувати особливості прагматичної адаптації цих речень та текстів при перекладі; визначити перекладацькі прийоми, що застосовуються у процесі перекладу.

Урахування прагматичних факторів, які впливають на процес творення та особливості сприйняття мовного повідомлення, відбувається у різних галузях теорії перекладу та мовознавства. Крізь призму прагматики в сучасній теорії перекладу розглядаються як сам процес і результат перекладу, так і наріжні питання перекладознавства (проблема перекладуваності, комунікативна рівноцінність оригіналу та перекладу, еквівалентність та адекватність перекладу). Визначаючи прагматичні фактори перекладу, А.Д. Швейцер вбачає їх сутність у тому, що «вихідний і кінцевий тексти звичайно призначені для різних адресатів» [3, с. 15]. Вводячи прагматичний критерій

адекватності перекладу, він відзначає, що соціально-культурні відмінності між адресатами вихідного та кінцевого повідомлень дозволяють говорити лише про відповідність (fit), але не про повну тотожність (identity) таких повідомлень [3, с. 15]. Саме вказівка на необхідність урахування етно- та соціокультурних відмінностей адресатів видається нам важливою при дослідженні семантико-прагматичних аспектів перекладу англомовної суспільно-політичної лексики.

Одним із способів створення прагматично адекватного перекладу речень і текстів із суспільно-політичною лексикою є здійснення прагматичної адаптації цих речень і текстів [1, с. 37]. Адаптивні перекладацькі моделі покликані розкрити причини змін речень, текстів в процесі їх переходу в іншомовний. До найбільш загальних способів перекладу суспільно-політичної термінології у мовленнєвому контексті відносять: попередню семантизацію одиниці в контексті, що забезпечує його сприйняття; залучення уваги до незвичайної форми мовного знаку подальшим описовим перекладом або поясненням різного характеру; використання функціонального аналога або відповідника, який здатний викликати в адресата необхідну реакцію [1, с. 87].

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гуськова Т.И. Трудности перевода общественно-политического текста с английского языка на русский язык / Т.И. Гуськова, Г.М. Зиборова. – М.: РОСМЭН, 2000. – 158 с.
2. Сидоренко О.А. Структура, семантика та лінгвопрагматика суспільно-політичної терміносистеми в англомовному масмедійному дискурсі: дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Олена Анатоліївна Сидоренко. – Запоріжжя, 2015. – 211 с.
3. Швейцер А. Вопросы теории перевода. Возможна ли общая теория перевода. Тетради переводчика / Швейцер А. – М. : Высшая школа, 1970. – Вып. 7. – 49 с. – (Перевод. – Теория и практика).

## СЕКЦІЯ «ДИЗАЙН»

УДК 72.012

Бобровський І.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> старш. викл. ЗНТУ

### КОРИСТЬ, МІЦНІСТЬ, КРАСА У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ

Дизайн, як особлива сфера діяльності людини, взяв на себе обов'язок вирішувати проблеми взаємодії та єдності краси й користі у дизайн об'єктах. Не протиставляти їх один одному не порівнювати їх між собою, а гармонійно поєднувати ці аспекти у досягненні естетичної виразності навколишнього середовища.

Користь. За визначенням користь – це здатність задовольняти людські потреби. Наповнюючи це поняття новим змістом і віддзеркалюючи його на дизайн взагалі та на дизайн інтер'єру зокрема, знайдено сучасне слово для позначення цього поняття – функція.

Житловий інтер'єр створюється для проживання людей: спати, їсти, відпочивати, розважатися, спілкуватися між собою та з друзями, ростити і виховувати дітей та задовольняти інші повсякденні потреби людини. Інтер'єр офісу створюється для того, щоб плідно працювати, ні на що не відволікаючись, уникаючи втоми і роздратування, задовольняючи потреби у праці та коротко строковому відпочинку. Інтер'єр кафе, ресторану – це інтер'єри громадського призначення не тільки для прийняття їжі, але і відпочинку та різноманітних св'яткувань і розваг.

Індивідуальне призначення кожного інтер'єру, для задоволення певних потреб людини, це і є власне його функція. Функціональне призначення приміщення – є фундаментальною основою створення інтер'єру у складі архітектурної споруди, тому інтер'єр приміщення, через образно-асоціативне, композиційне рішення повинен максимально відповідати своєму функціональному призначенню і виявляти його не лише в уяві і свідомості людини а і наочно.

Міцність. Це дуже широке поняття, яке включає в себе далеко не тільки стійкість конструкції до природних та штучних навантажень, але і технологічність виготовлення цих конструкцій, застосування певних технічно прогресивних матеріалів, що технологічно відповідають цим конструкціям, а також зручність та безпеку в користуванні елементами і об'єктами формоутворення об'ємно-просторової композиції приміщення, і певну ступінь довговічності, тобто термін служби в процесі експлуатації.

Слід зауважити, що дуже важливу роль відіграє ще один сучасний і не маловажний аспект – це мода. Тому довговічність речей, об'єктів і інтер'єрів, створених і підвласних впливу модних течій у дизайні і суспільстві, поступово меркне і відступає на другий план. Але все ж кожна річ, витвір

дизайну, повинні служити певний термін, адекватний їх ціні і затратам на їх впровадження. Знову ж таки, недовговічна, а значить підвладна поломці або руйнуванню річ, може становити небезпеку для її користувача.

Краса це характеристика чого небудь, що приносить відчуття естетичної насолоди, породжує приємні емоції і відповідає задоволенню. Краса є невід'ємною складовою сприйняття оточуючого світу людиною.

Ціль і задача роботи полягає у визначенні впливу цих аспектів на проектування дизайн-об'єктів взагалі, та створення інтер'єру середовища зокрема, в залежності від їх певного гармонійного співвідношення між собою і зміни головних і другорядних їх значень в об'ємно-просторовій композиції, відповідно до функціонального призначення об'єкту проектування.

Функціональність; Технологічність; Естетичність – саме такої послідовності слід дотримуватися в процесі проектування та створення, будь якого, дизайн об'єкту. Таке визначення сформували і поклали в методику художнього проектування теоретики дизайну, з урахуванням історичного надбання, базуючись на вікових досягненнях архітектури.

Послідовність показує, які складові аспекти дизайну потрібно враховувати і вирішувати в першу чергу, а що є другорядним при формуванні та створенні дизайн-об'єкту взагалі і дизайну інтер'єру середовища зокрема.

Дизайн інтер'єру середовища, як проектна діяльність особливого роду, має певну специфічність у дизайні, яка проявляється в домінуванні естетично представленої практичної функції об'єкту проектування. Саме через асоціативний художній образ (Краса, або естетичний аспект) візуального сприйняття простору, який моделює функціональні властивості об'єкта і виявляє його практичні функції, реалізовані в конструкціях обладнання простору (Міцність, або технологічний аспект) ми отримуємо візуальну інформацію про сутність інтер'єру та його функціональне призначення (Користь, або функціональний аспект). Отже сприйняття простору, як дизайн об'єкту, починається через естетичний аспект, який в свою чергу повністю підпорядковується функціональному аспекту цього простору та виявляє його. І в залежності від функціонального призначення інтер'єру домінуюча роль одного із аспектів може повністю мінятися місцями в послідовності з іншим.

УДК 347.787

Дуднік М.Г.

старш. викл. ЗНТУ

## ГРА У ПРОСТОРІ ДИЗАЙНУ

Система підготовки пропедевтичних дисциплін передбачає плавний перехід від абстрактного моделювання дизайн-форм до реального. Однак на



практиці це не завжди гарантує позитивний результат. Якщо на стадії абстрактного моделювання можна побачити масу цікавих нестандартних рішень, то на стадії проекту робота часто ведеться в якійсь одній площині і, як наслідок виглядає на рівні «асоціацій першого порядку». Тому виникають питання. Чому спочатку креативна ідея не знаходить відображення в реальних проектах? Як забезпечити зв'язок між творчістю абстрактним і реальним? Як організувати роботу з проектування максимально ефективно? Які необхідно задіяти методи для генерування ідей? Ці питання виникають при переході від пропедевтики до проектування.

У багатьох джерелах ми можемо знайти детальний опис різних технологій активізації творчого пошуку: «мозкова атака», синектика, морфологічний ящик і т. п. Об'єднує всі ці технології прагнення розблокувати закомплексованість свідомості, створити відчуття легкості, властиве стану гри. Яскравим прикладом різновиду такого стану може служити технологія «мозкового штурму», де є неприйнятною критика і навпаки – вітаються будь-які ідеї, включаючи і найфантастичніші. «За своїм характером мозкова атака є творчою пошуковою роботою і служить базою для подальшої суворої логічної та аналітичної розумової діяльності», можна прочитати у словнику.

Широко відомі інноваційні ігри, розроблені за методикою В.С. Дудченко, і організаційно-діяльнісна гра команди Г.П. Щедровицького. У роботі Б.Ф. Усманова розглядається ігрова специфіка у вирішенні реальних проблем. «У цьому випадку стирається межа між ігровою і неігровою сферами – або нова ідея є, або її немає, неважливо, гра це чи праця. Головне те, що ігрова обстановка стає визначальною у створенні творчої атмосфери і зняття стереотипів. У інноваційній грі органічно поєднуються такі типи діяльності, як розвивальне навчання, дослідницька робота і рішення проблем реальної діяльності.» Таким чином, необхідно проаналізувати методи і категоріальний апарат інноваційних ігор в проектній діяльності, а також провести структурний аналіз компонентів ігрової технології як методу генерування ідей на передпроектному етапі дизайнерської діяльності.

Конвергентні міждисциплінарні зв'язки дизайну з іншими науками допомагають відшукати відповіді на поставлені питання і підтвердити гіпотезу про доцільність використання гри в просторі дизайну. У грі, людина нібито перебуває одночасно в двох світах – у звичайній дійсності і в сфері уявного за допомогою фантазії, уяви досягає можливості майбутніх подій.

На передпроектному етапі робота дизайнера цілком вписується в стандартну схему «мозкового штурму» за мінусом деяких пунктів. Порушення лінійного руху за схемою призводить до появи так званих одномоментних рішень.

Як і в технології «мозкового штурму» включення в процес «профана» у вигляді вільної творчості без прив'язки до реальності або просто використання в формі гри вільного компоновання геометричних фігур за допомогою комп'ютерної програми дозволить відкрити нові горизонти творчості, отримати масу цікавих композиційних рішень, забарвлених емоційно і психологічно. Працюючи з конструктором абстрактним форм, дизайнер рухається в проектуванні як у грі, виключивши практичний характер об'єкта, що дозволяє отримати нестандартні рішення.

Як показує аналіз методик, що суміщують наукові знання з ігровим компонентом, практичні результати виливаються в народження естетично нестандартних, проте функціонально адекватних рішень. Вибудовуючи ігрову лінію навчального дизайну, можна отримати технологію проектування з якісно новим підходом до створення дизайн-форм. Гра в просторі дизайн-практики, по-перше, стимулює до пошуку рішень; по-друге, мотивує до творчості, тому що провокує велику кількість ходів, задаючи ймовірність безлічі різноманітних рішень. У цьому випадку від перестановки доданків композиція може принципово змінюватися, а з суми доданків народиться щось принципово нове.

У підсумку, можна розглядати певну технологію, в якій закладена гра як метод. І тут можна констатувати порушення принципу «форма слідує функції» в чистому вигляді, тому що завдяки своїй психологічній складовій прояв форми буде активніше ніж функції, і функція у формі буде прочитуватись неявно. В даному випадку прикладами можуть служити соковижималка і стільці Ф. Старка, архітектурні об'єкти «Технічний коледж Аояма» Макото Сей Ватанабе, капсульна архітектура «Вежа Накагін» Кішо Куракави.

УДК 658.512.23(07)

Єншуєва Т.В.

старш. викл. ЗНТУ

## **ПОНЯТТЯ ПРОЦЕСУ ПРОЕКТУВАННЯ. МЕТА ПРОЕКТУ**

Процес – це послідовне виконання дій для одержання наміченого результату. Процес можна представити також як розгорнуте в часі рух від деякої вихідної ситуації до умовно кінцевої мети. Процес проектування безперервний, як безперервний розвиток предметного миру, як безперервна сукупна проектна діяльність.

Усякий процес складається з деяких елементів, має певну структуру й механізмом протікання, членується в часі на етапи. Діяльнісні процеси характеризуються наявністю суб'єкта й об'єкта. Суб'єкт у цьому процесі

здійснює відповідно до поставлених цілями певні операції з об'єктом, використовуючи для цього спеціальні методи й засоби. Нарешті, здійснення будь-якого процесу регулюється як зовнішніми, так і внутрішніми факторами, діалектично зв'язаними між собою. Наприклад, зовнішніми факторами в процесі дизайнерського проектування є стандарти, можливості технології виготовлення, до внутрішніх факторів ставляться досвід, знання й творчий потенціал проектувальника, організація роботи, суб'єктивні інтереси дизайнера і т.д. Діалектика ж їх зв'язку полягає у взаємопроникненні, у взаємопереході зовнішнього у внутрішнє й навпаки.

Фундаментальною категорією, що визначає процес проектування, є мета проекту. Від цілей залежать напрямки і зміст процесу, використовувані методи й засоби і т.д. У кожному конкретному випадку звичайно переслідується безліч цілей, що субординуються за значущістю, що знаходить вираження й у кінцевому проекті: у ньому встановлюється деяка рівновага розв'язків, що реалізують поставлені цілі. Мети різняться й у такому відношенні: одні задаються ззовні, інші ставить сам дизайнер; одні визначаються із самого початку, інші з'являються в міру розвитку процесу проектування. Але всі вони так чи інакше пропускаються через свідомість дизайнера, через його розуміння цілей, і кінцевий результат є результатом його бачення цілей.

Мета проекту – це необхідні суспільству властивість речі, її функції в процесах життєдіяльності, культурі і т.д. Коло цілей, реалізованих дизайнером у процесі проектування речі, у загальному виді визначений самою природою дизайну, його функцією в суспільстві. Специфіка дизайн-діяльності, відбита в основних категоріях професійного мислення дизайнера («образ», «функція», «морфологія», «технологія») і в їхньому особливому, професійно –дизайнерському змісті, адекватна конкретним цілям, реалізованим у процесі дизайнерського проектування речі. Іншими словами, усі цілі дизайнерського проекту пов'язані з категоріями «образ», «функція», «морфологія», «технологія».

Наявність чотирьох категорій цілей у дизайнерському проектуванні припускає відповідну структуру самого дизайн- процесу: ці цілі повинні знайти адекватне вираження в її елементах. Точно так само в структурі процесу природно шукати вираження природи й структури дизайнерської діяльності в структурі цілому. Базисом структури проект-ний діяльності являються три елементи: технологічне, морфологічне й функціональне проектування. Специфіка дизайн- діяльності визначається надбудовною частиною структури, зокрема художньо-образним методом моделювання, або художньо- образним проектуванням. Технологічне, морфологічне, функціональне й художньо-образне проектування в дизайні виступають єдиним блоком, Важливо почеркнути, що технологічне, морфологічне,

функціональне й художньо-образне проектування не автономне процеси – процес єдиний і цілісний. Відмінність цих аспектів носить методичний характер і засноване на розрізненні цілей проектування. Так, зосередивши увагу на художній проблематиці, дизайнер ґрунтується на певній функції речі; образ і функція матеріалізуються в морфологи; нарешті, ніякий морфологічний розв'язок немислимо поза матеріалом і технологією – останні виступають стосовно нього в ролі свого роду язика, палітри засобів.

Отже, існує два типи зв'язи між аспектами дизайнерського проектування: функціональна й тематична, що полягає в тому, що технологічне, морфологічне й функціональне проектування виступають як матеріал, джерело художньо-образного проектування. Таким чином, проробляючи в процесі проектування, наприклад, питання технології, дизайнер одночасно бачить у ній і засіб реалізації задуму, і саме його джерело.

УДК 658.512.2:75.05

Кругляк В.І.

старш. викл. ЗНТУ

### **РОЛЬ РИСУВАННЯ ЗА УЯВОЮ ПРИ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІНИ «РИСУНОК»**

Вміння рисувати без натури, на основі збереженого пам'яттю побаченого - головна умова розвитку уяви. Це допоможе відтворити побачене. Рисування за уявою сприяє розвитку творчих задумів. Такий підхід до рисунка допомагає побачити предмет у просторі з різних точок зору. Рисуючи по уяві, зображення виникає за рахунок фантазії. В цьому випадку краще всього вести рисунок від частини.

Для розвитку уяви потрібно сконцентрувати увагу студентів на вирішенні об'ємно-просторових завдань в конкретних формах рисунка. Цей вид роботи, на відміну від роботи з пам'яттю, дає рисуєчому ширші можливості. Найчастіше студенти розглядають модель з однієї точки зору. Перед початком рисунка та в процесі роботи необхідно розглянути модель з усіх боків.

Щоб зобразити модель за поданням, спочатку потрібно її вивчити. Конструкцію форми треба знати незалежно від положення, в якому вона знаходиться. Для з'ясування конструкції предмета і виявлення його пластики потрібно показати, як одна форма виникає з іншої. Бажано представити предмет прозорим, як би побачити його наскрізь. Цей підхід до рисунка дає об'ємно-просторове уявлення про предмет зсередини. Допомогає цим поданням знання основ перспективи.

Тобто йде розвиток об'ємно-просторової уяви у студента. Він фіксує основні характеристики предмета і, як наслідок, вчиться узагальнювати форму.

Дуже корисно рисувати форму за поданням в русі, так як виражається вміння відобразити внутрішню динаміку фігури, яка знаходиться у статичній спокійній позі.

Рисування за поданням підсилює поняття про тривимірності форми, відкриває можливість для роботи з рухомою моделлю, яка не позує, та загострює почуття характеру, сприяє розвитку образного сприйняття світу і вмінню рисувати «від себе». Рисунок за поданням – це надійний спосіб закріплення знань, розвиток образного мислення. Творча діяльність дизайнера в значній мірі спирається на роботу пам'яті та уяву. Отже, рисування по пам'яті та уяві це підготовка студента до роботи над композицією, де він повинен розкрити свої творчі можливості в повній мірі.

Леонардо да Вінчі радив перш за все рисунком передати свій намір, як він говорив, винахід, раніше створене в уяві. Уява – це вміння використовувати бачене. Потрібно постійно розвивати зорову пам'ять. Аналізуючи побачене, ми розвиваємо творчі витoki, здатність мислити композиційно. Але, на жаль, рівень образотворчої грамоти не завжди дозволяє студенту висловити свій композиційний задум.

Позитивну роль тут може зіграти рисування за поданням. Важливо привернути увагу учнів до цього виду рисунка.

Рисування за поданням не є відокремленою від натури областю. Сам процес рисування за поданням на ряду з рисуванням з натури здатний доставляти почуття радісного пізнання світу. В основі будь-якого задуму завжди лежали щирість, пошук краси, здатність дивуватися знайомому, побаченому як би вперше.

З самого початку потрібно звертати увагу на існуючий зв'язок між композицією і рисунком. Робота над композицією, пізнання на практиці її законів, вимагає застосування рисунка до творчих завдань. Так не тільки підвищується значення рисунка, а й посилюється роль уяви.

Рисування за поданням ведеться у вигляді рисування по пам'яті і у вигляді рисування по уяві, щоб цього досягти треба навчитися уявляти собі образ.

Розкутість в роботі стає реальністю на базі капітальних знань, постійного спілкування з натурою і накопичених творчих вражень.

Які б завдання не були поставлені перед студентами, вони не зможуть замінити самостійної практики. Тому рисуванню за поданням та уявою передують міцні знання у рисунку і велика практика роботи з натурою.

## **РОЛЬ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ**

Тема візуальних комунікацій в вищих навчальних закладах України стає все більш актуальною.

В умовах зростання конкуренції на ринку вищої освіти великого значення набуває ефективне управління комунікаціями. Серед різноманітних способів залучення споживачів освітніх послуг на навчання до вищих навчальних закладів, все більш актуальними стають комунікації – одна із найважливіших складових частин діяльності вищих навчальних закладів, що забезпечує процес передачі необхідної інформації про асортимент освітніх послуг до споживачів. Основними учасниками на ринку освітніх послуг є: держава в особі органів виконавчої влади на різних рівнях, вищі навчальні заклади освіти, організації та підприємства, домогосподарства, окремі громадяни.

Успіх діяльності вищих навчальних закладів багато в чому залежить від фахівців, які займаються комунікаціями. В ринкових, нестабільних умовах з високою конкуренцією на ринках освітніх послуг їх робота є дуже важливою і необхідною. Тому дослідження ролі комунікацій у функціонуванні вищих навчальних закладів в сучасних умовах є актуальною проблемою.

В системі вищої освіти функціонують вищі навчальні заклади державної та інших форм власності. Мережа вищих навчальних закладів I–II рівнів акредитації налічує 501 вищий навчальний заклад, у тому числі 216 державної форми власності, 207 комунальної та 78 приватної форми власності, із загальною чисельністю 358,8 тисяч студентів.

Мережа вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації налічує 345 закладів, у тому числі 224 державної форми власності, 14 комунальної та 107 приватної форми власності. Серед них функціонує 197 університетів, 663 академій, 102 інститути. Статус національного мають 111 університетів та академій. В університетах, академіях, інститутах навчається 1957,8 тис. студентів.

Українська система освіти існує в соціально-економічному середовищі, яке формує попит і пропозицію на ринку освітніх послуг. При наявності попиту на освітні послуги, які надає система освіти, споживачі цих послуг – юридичні, фізичні особи чи держава – передають їй економічні чи інші ресурси в рахунок оплати за ці послуги. Система надає освітні послуги, а за це отримує ресурси, які забезпечують їй функціонування. Наявність пропозицій на ринку освітніх послуг свідчить про функціональну

дієздатність системи. В центрі освітньої системи знаходяться вищі навчальні заклади, від ефективної діяльності яких залежить якість освіти і в кінцевому результаті добробут всіх жителів України.

Успішне функціонування ВНЗ залежить від багатьох факторів, проте визначальним є ступінь адаптації ВНЗ до ринкових умов. Від цього залежить формування контингенту студентів, яке визначається значною мірою їх іміджу. Тому стратегічні завдання ВНЗ пов'язані із управлінням комунікаціями, які впливають на ринок освітніх послуг.

УДК 72.012

Пасічна Т.О.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> старш. викл. ЗНТУ

## **ГАРМОНІЗАЦІЯ ОБРАЗНОЇ СТРУКТУРИ ОБ'ЄКТА ПРОЕКТУВАННЯ**

Ціль проектного рішення полягає у створенні цілісного та максимально виразного художнього образу об'єкта проектування, бо саме це викликає реакцію людини і створює умови для кращого сприйняття об'єкту. Під час пошуку образу проектування студент стикається з проблемою досягти цього максимального ефекту і тому потребує певних рекомендацій, що до ефективного будування образної структури об'єкта.

На перший погляд складається враження, що художній образ об'єкту залежить тільки від якісних характеристик автора як дизайнера і відображує його особистий світогляд. Але на практиці складовою частиною образної структури є також об'єктивний світогляд (загальна думка) який також впливає на формування дизайнера як особистості. Таким чином, художній образ складається з протилежностей і проблема полягає в гармонійному поєднанні цих складових.

Якщо, об'єктивне – ідеальна форма, або загально укладена думка, що до певного об'єкту проектування стає для дизайнера головною під час пошуку художнього образу, то результатом є створення моделей, що вже були впровадженні в життя. Це буде ніби «копія» яка не несе в собі нічого нового і тому цей об'єкт не може існувати як дизайн-об'єкт. І навпаки, якщо дизайнер орієнтується на суб'єктивне тобто на особисту думку і вирішує проектну проблему спираючись тільки на особисті орієнтири, то це призводить до певного не розуміння з боку соціуму, людей, які будуть користуватися цим об'єктом в житті. Для запобігання таких наслідків треба знайти рівновагу між об'єктивним і суб'єктивним. Знайти певні пропорції при яких буде формуватися певний характер об'єкта з правдиво-виразною формою.

Також до протилежних складових структури художнього образу відносяться стиль і особисте бачення дизайнера. При дисбалансі цих складових можна спостерігати або чіткий повтор стилю, або спробу дизайнера створити свій стиль який за семантичними особливостями може бути не дуже гармонійним по відношенню до загально прийнятих стандартів естетики. У цьому випадку треба враховувати і загально-значущі ознаки і художню своєрідність дизайнера.

Найбільш помітним стає дисбаланс раціонального і емоційного. В результаті ми можемо спостерігати помилки у вигляді створення раціонального об'єкту де форма і матеріали базуються тільки на функціональних вимогах та економічних обґрунтуваннях з погляду економічного і технологічного процесу виготовлення об'єкту. А естетична складова об'єкту проектування практично ігнорується. Тому при сприйнятті дизайн-об'єкта людиною виникає негативне відчуття сухості, монотонності, одноманітності. Якщо перебільшення становлять емоційні переживання автора то об'єкт може перетворюватися з функціонально доцільного і естетично доповненого в арт-об'єкт на межі художнього твору. Як вихід з цієї проблеми є створення художнього образу як емоційно наповненого так і глибокого а саме раціонального.

Однак, не може створитися художній образ без головних складових які так само є протилежними за своєю природою. Це змістовного і формального, тобто сенсу і форми. Тут зрозуміло і так, що якщо в об'єкт проектування не закладено сенс, то він не може бути належно сприйнятим людиною, або соціумом і взагалі таким, що може впроваджуватися у життя. І навпаки, якщо є сенс, але без належної форми, яка відображує цей сенс, то як результат нема і об'єкту. Виходом з цієї ситуації є тільки пошуки чіткої рівноваги між цими складовими.

Підводячи підсумки треба зазначити, що при створенні структури художнього образу об'єкту проектування необхідно знаходити узгодженість та рівновагу між всіма складовими. Складність полягає у тому, що складові компоненти є протилежностями за своєю природою, тому завжди є ризик віддати перевагу тому чи іншому компоненту і тим самим порушити гармонію всієї структури. Тому при розробці дизайн-проекту і вибору художнього образу треба чітко окреслити стратегію формування художнього образу аналізуючи і враховуючи всі наведенні вище складові образної структури об'єкта проектування.



## МИСТЕЦЬКА МЕТОДОЛОГІЯ У ДИЗАЙН-ОСВІТІ

Дизайн як галузь діяльності у сучасному суспільстві починає відігравати роль засобу гуманізації техногенного середовища, створеного людством протягом останніх століть. В промислово розвинених країнах світу дизайн активно впливає на формування естетичного середовища буття соціуму. Тому праця сучасного дизайнера вимагає високого рівня технічної і художньої освіченості.

Професійне мислення ідеального дизайнера повинно поєднувати образно-художні, системно-наукові та інноваційно-винахідницькі риси, тому що він проектує не окремих об'єкт, а стиль і образ життя людини-споживача. Фахівцю важливо вміти грамотно створювати предметне оточення, яке б не шкодило людям та екології навколишнього середовища в цілому.

Першою стадією дизайн-діяльності є аналіз – осмислення «формальних» якостей роботи: гармонійність, колористична узгодженість, ритмічні та пропорційні зв'язки і закономірності. Дизайнерові треба вміти уявляти об'єкт проектування у вигляді умовних композиційних схем. Оскільки в рамках дизайн-проекування обов'язково вирішуються завдання по створенню художнього образу, дизайн вважається одним із видів мистецтва.

У художніх навчальних закладах усіх рівнів обов'язково викладаються фундаментальні дисципліни художньо-естетичного циклу. Дизайн взяв у пластичних мистецтв (живопису, графіки, скульптури, декоративно-ужиткового мистецтва) не тільки формальні методи й прийоми (пропорціювання, ритм, прагнення до гармонії та цілісності), а також притаманний їм принцип образотворчості.

В дизайні створення образу вимагає певного рівня сформованості мистецького мислення. Дизайнер обов'язково має бути художником, саме того вимагає виробнича необхідність. Дизайнер – людина, яка постійно генерує різні ідеї. Слід вміти «мислити» на папері та реалізовувати свої задуми, спираючись на власний попередній досвід (смак, відчуття стилю, креативне мислення, наполегливість і комунікабельність).

Перед викладачами мистецьких дисциплін, які працюють у закладах дизайн-освіти, стоїть важливе завдання - підготувати конкурентоспроможних, затребуваних спеціалістів з розвиненим художнім смаком та образним мисленням.

## ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ОБРАЗУ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ

Розвиток творчої уяви, знаходження нетривіальних шляхів рішення творчих завдань проектування, подолання психологічної інерції - це можливості евристичних методів. Сучасні дизайнери часто користуються простими евристичними прийомами, що базуються на методах аналогії, асоціації, комбінування, інверсії та ін. Використання найрізноманітніших евристичних методів дозволяє «розбудити» у майбутнього дизайнера ініціативу, розкрити його індивідуальні творчі здібності, розвинути логіку мислення в професійному напрямі.

Образ як єдність поняття й почуттєвої конкретності створюється здатністю уяви. Світ образу – це світ, створений художньою уявою як наочне вираження сутнісних зв'язків реального миру, суті буття, збагненої художником (дизайнером). В уявлюваному світі образу об'єкт з'являється як «виразне буття».

Одним із засобів формування ідеї є метод асоціацій. Дизайнера завжди цікавить як форма взагалі, так і сполучення об'ємів, поєднання різноманітних побудов. Він з реальної дійсності може взяти майже усе, що якимсь чином може трансформуватися, перетворитися в об'єкт: мотив, фрагмент чогось або джерело в цілому. Творчими джерелами при проектуванні можуть бути будь-які явища природи, предмети дійсності, які нас оточують. Асоціації можуть бути будь-які: предметні, абстрактні, психологічні, ірреальні. Наприклад, блиск льоду, краплі дощу на склі, морозні малюнки на вікні, фактура бруду на дорозі і т. п. – все це мотив для фантазії. Щоправда, для цього потрібне постійне професійне тренування, для того, щоб розумовий апарат дизайнера був налагоджений в певному напрямі. Досить часто для отримання нових результатів дизайнери застосовують метод аналогій, що базується на використанні аналогічних рішень. Розпізнають такі джерела аналогій як: прямі, суб'єктивні, символічні, фантастичні. Дизайнер стикається з інтерпретацією творчого джерела і перетворює його шляхом трансформацій в проєктне рішення. Джерелом натхнення для даного методу може стати будь-що з його оточення: інженерні рішення, твори архітектури і т. і.

Схожим до методу аналогії є метод неології, що заснований на використанні чужих ідей, передового вітчизняного та зарубіжного проектування. Взагалі мода заснована на наслідуванні, тому кожне модне нововведення або ознака тиражуються фахівцями і споживачами до тих пір, поки не наступить психологічна втома. Сюди також можна віднести і метод пошуку форми на основі просторового перекомпонування прототипу.

Необхідно в процесі запозичення поставити і відповісти на наступні питання. Що треба змінити в прототипі? Що можна змінити в прототипі? Яким чином? Існують також специфічні методи дизайн-проектування. Наприклад: біонічний метод ставить за мету аналіз об'єктів біоніки з тим, щоб побачити в них цікаву ідею, принцип, засіб, словом, все те, що можна використати в проектуванні нових зразків одягу; метод карикатури або метод гіперболи – це доведення творчого задуму до гротескового, абсурдного вигляду. Він сприяє виникненню нових, неочікуваних вирішень, розвитку творчої уяви та допомагає дизайнерові визначити межі образної моделі. Метод гіперболи широко використовується в сучасному ескізі. Метод деконструкції (уперше помічен на початку 80-х років минулого століття) – будь-яке свідоме порушення традиційних технологій.

УДК141.7: [316.61:65.012.32]

Рижова І.С.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>д-р філос.наук, проф. ЗНТУ

## **СУТНІСТЬ І ЗМІСТ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ПРАКТИК**

Аналіз сутності і змісту дизайнерських практик зводиться до того, щоб систематизувати існуючі уявлення про місце і роль дизайну як фактора гармонізації відносин суспільства і особистості. Особливу увагу при цьому слід приділити існуючим підходам до вирішення проблеми буттєвої укоріненості людини в естетично облаштованому соціумі. Ця проблема загострюється у зв'язку з кризою просвітницької моделі облаштування будівлі буття та замкненої на індивідуальну самосвідомість світоглядної парадигми, і переходом до такої концепції розвитку, в центрі якої є постійне удосконалення людиною власного соціокультурного середовища. За цих обставин ситуація існування, буття у світі саме певної, конкретної особистості, в її фактичності, безпосередності її життєвого світу, виступає як вихідна, засаднича. Коли ж людина втрачає зовнішні опори, вона шукає надійну основу якраз у глибині власного існування, яким є дизайнерський світ, прагнучи згодом знову привести оточуюче середовище до якогось смислового ладу. Відповідальне ставлення до власних буттєвісних можливостей, яке проявляється в тому, щоб поставити дизайн на службу людині, є нині дуже актуальним також і для української нації.

Дизайн не є усталеною структурою, сутність і зміст його теоретичних концепцій постійно змінюються відповідно до розвитку всього суспільства та суспільних відносин; зміни в підходах до дизайну можуть пов'язуватися як із змінами економічної та соціальної сфери, так і зі змінами цінностей, норм, смаків, потреб, а також і з впливом на дизайнерську сферу інших факторів, –

в тому числі інших культур. Дизайн – це система історично зумовлених надбіологічних програм людської діяльності, поведінки і спілкування, що виступають умовою відтворення і зміни соціального і культурного життя у всіх його основних виявах. Теоретичні концепції дизайну являють собою програми специфічної діяльності, поведінки і спілкування, що відображають сутність дизайну у багатоманітності різних його форм: знань, навичок, вмінь, ідеалів, норм, зразків діяльності, поведінки, соціальних цілей та ціннісних орієнтацій. В своїй сукупності і динаміці вони створюють історично накопичений соціальний досвід, який зберігає, транслює і генерує відповідні типи дизайнерської діяльності, поведінки і спілкування людей, забезпечуючи відтворення багатоманітності форм соціального життя, видів діяльності, характерних для певного типу суспільства, властивого йому предметного середовища (другої природи), його соціальних зв'язків і типів особистостей – всього того, що складає реальну тканину соціального життя на певному етапі його історичного розвитку. До предметів, створених людиною «другої природи», які закріплюють накопичений соціальний досвід і виражають певний спосіб поведінки і діяльності людей в предметному дизайнерському світі, відносяться: знаряддя праці, техніка, предмети побуту, дизайнерські вироби, різні форми дизайнерських предметів. Предмети дизайнерської культури виконують в житті суспільства подвійну роль: з однієї сторони, вони слугують практичним цілям, а з іншої – виступають засобом збереження і передачі соціально значимої інформації. І тільки в другій своїй ролі вони виступають в якості феноменів.

Отже, у мисленні категорії сутності і явища дизайну висловлюють перехід від розмаїття наявних форм дизайнерського світу до його внутрішнього змісту і єдності, до виявлення сущого. Буття дизайну визначається через просторово-геометричні форми речей, являючи собою об'єктивні форми їх буття незалежно від суб'єкта, через субстанцію. Остання являє собою те, що існує, і визначається тільки саме через себе, а не через «інше». Субстанція – це сутність, дещо таке, що лежить в її основі і сприяє визначенню об'єктивної реальності, у даному випадку, дизайнерського світу в аспекті внутрішньої єдності всіх форм його саморозвитку. Сутність еволюційної практики дизайну полягає в тому, що соціодизайнерський розвиток суспільства мислиться як поступовий шлях вперед від примітивних до найскладніших (класика, модерн, постмодерн). Дизайнерсько-технологічна інформація не завжди знаходить своє вираження в словах: дизайнери часто не можуть передати словами секрети своєї майстерності, способи дій, вміння, знання, які часто залишаються опредмеченими лише в самих актах діяльності, в знаряддях праці, інструментах, механізмах, виробках. Техніка дизайну несе в собі знання, за допомогою якого він створений, але, щоб вербалізувати чи викласти словами ці знання, необхідно

аналізувати дизайн як «текст» і вміти перекладати смисл цього «дизайнерського тексту» на певний тип дискурсу. Професійні знання і вміння ремісників, будівників, художників, лікарів і т.п. давні греки називали словом «техне», що буквально означало «знання, вміння, майстерність». З іншої сторони, розширювся і удосконалювався предметний інвентар дизайнерського предметного світу; створювалися нові і більш ефективні види знарядь праці, удосконалювалися різні пристрої і машини завдяки розвитку дизайну як матеріального засобу діяльності. Дизайнерські знання стали поступово передаватися не тільки шляхом демонстрації та впроваджуватися в життя, але й оформлятися в науку, яка стала виконувати соціокультурну роль в суспільстві. Зміст дизайнерських практик зводиться до аналізу наступних моментів: процесів ускладнення технології дизайнерських виробів; перетворення дизайнерської науки в теоретичну базу виробництва; наукових знань при конструюванні, виготовленні і експлуатації дизайну; функцій дизайнера. Існуючі концепції дизайну, сутність його зводять до предметності, причинності, доцільності, вписаних, насамперед, у систему виробничої діяльності і функціонально-рольового спілкування; виявлення матеріального «тіла» дизайнерської культури в контексті екзистенційної комунікації, в контексті якої дизайн перетворюється на її інтелектуальну «душу», а дизайнерська інженерія – на її діяльнісне, вольове начало, яке підпорядковує «тіло» «душі». Технологічні знання в дизайнерській культурі є інструментальними цінностями, які детермінуються духовною ситуацією епохи, та носять не тільки утилітарний, але й естетичний характер, сприяючи гармонізації людини зі світом. Але коли суспільство підвищує рівень технологічно-дизайнерської культури, не піклуючись одночасно про культуру духовну, це може призвести до деградації цієї останньої та сприяти появі бездуховного суспільства. Дизайнерська культура по відношенню до гуманістичної відіграє другорядну, службову роль, тому що, якщо зробити розвиток дизайнерської культури самоціллю, то це може призвести до загибелі культури духовної, тому суспільство повинне базуватися на гуманістичних принципах, на духовних і соціальних ідеалах. Прогрес дизайнерський, як і прогрес технологічний, повинен оцінюватися з точки зору гуманістичних цінностей та бути безперервною умовою будь-якої культурної діяльності. В ході своєї історії дизайнерська культура еволюціонує від класики до модерну і потім до постмодерну. Дизайн – це завжди артефакт, тобто дещо штучно створене, спроектоване та виготовлене людиною, це реалізація «неможливих можливостей», які без людини не можуть бути втіленими в життя, тому людина формується і розвивається в тому числі в дизайні і завдяки дизайну.

## КОНЦЕПТУАЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ ВУЛИЧНОГО БАСЕЙНУ

В наш час є великий вибір басейнів для вулиці будь-якого типу: збірний каркасний, надувний, композитний або бетонний стаціонарний. Зазвичай вуличні басейни використовуються в теплу пору року, але в такому випадку можна спроектувати басейн для експлуатації круглий рік, використовуючи купольні або розсувні павільйони.

Вуличний басейн – вельми енерговитратний об'єкт. Його утримання обходиться дорожче його закритого родича, розташованого в опалювальному приміщенні. Для продовження купального сезону потрібно потужний підігрів вуличного басейну, що спричинить за собою збільшення експлуатаційних витрат. Зрозуміло, що і обладнання повинно бути ретельно і грамотно комплектовано і змонтовано. Цим повинні займатися фахівці. Ще років 10–15 назад, все дійсно так і було – експлуатація відкритого басейну була дуже дорогим заходом. Але сьогодні провідні світові виробники випускають цілі лінії енергоефективного обладнання. При грамотній його комплектації і якісній установці витрати на утримання басейну зменшуються на 25–30 %. При цьому значно знижуються і трудовитрати на догляд, тому що все сучасне обладнання працює за допомогою автоматики, практично без участі людини. Автоматичні прилади збалансовують витрату хімреагентів, стежать за рівнем і температурою води в чаші.

Таким чином, басейн є комплексною гідротехнічною спорудою, що включає різні, пов'язані між собою пристрої, які забезпечують функціонування основної споруди – чаші з водою. Всі басейни, громадські та приватні, мають безліч відмінностей, тому в якості проектної пропозиції було обрано і розроблено дитячий басейн. Він призначений для проведення водних лікувально-оздоровчих процедур, таких, як лікувальна гімнастика, дозоване плавання, підводне витягання та інше. А найважливіше – безпечне навчання плаванню.

Даний концепт має зручні зони для навчання дітей плаванню. Басейн має дві окремі зони для входу, а також дві зони для дозованого плавання, вправ або гімнастики. Основною перевагою цього басейну є зони з допоміжною течією і протитечією, що дозволить дитині напрацьовувати навички плавання.

Басейн повністю заглиблений – верхня кромка басейну знаходиться на рівні від землі, і піднімається на 15–20 сантиметрів над рівнем води. Рівень води басейну знаходиться нижче рівня землі. За видом це скімерний басейн, в якому вода забирається в фільтрувальну установку через спеціальні вікна – водозабірник (скімер), проходить через пісочний фільтр, очищується і

повертається в басейн. Тому що це дитячий басейн, то для підігріву використовуються електричні підігрівачі, середня температура води досягає 30–32 градусів за Цельсієм.

Басейн дуже зручний у використанні. Має з двох сторін сходи занурені в воду. Чаша скімерного басейну виконана з бетону. Рівень води знаходиться нижче борту на кілька сантиметрів. Басейн розраховано для дітей старше семи років, тому конструкція в довжину до десяти метрів, шириною близько шести метрів. Глибина – 1,25 метра. Такі параметри басейну дозволять дитині комфортно почувати себе на заняттях.

Басейн має округлу форму. В ньому немає гострих кутів, що повністю убезпечить дитину від будь-яких травм. Має не дуже великий розмір, при тому що функції закладені у конструкції. Завдяки грамотно підбраному і міцно встановленому обладнанню, басейн буде не тільки відмінно виглядати на ділянці, але стане улюбленим місцем для ігор та навчання малюків.

Будівництво скімерних басейнів найбільш демократичний варіант і за ціною і за конструктивним виконанням. Устаткування водопідготовки може перебувати як нижче, так і вище рівня води в басейні.

Переваги відкритого басейну в тому, що можна побудувати басейн більшого розміру; на відкритому повітрі в гарну погоду плавання в ньому по справжньому приємне; будівництво басейну обійдеться дешевше, тому що немає необхідності в забезпеченні вентиляційної системи і системи осушення повітря. Також особливістю цього басейну є те, що обробкою і гідроізоляцією є плівка ПВХ. Перевагою обробки поверхні басейнів за допомогою плівки ПВХ перед плитковими (мозаїчними) басейнами є менша кількість витраченого часу на виготовлення; менша вартість будівництва басейну; обробка не відокремлюється від чаші басейну в період замерзання-відтавання, тому цей басейн можна будувати на вулиці; не рветься при виникненні в чаші басейну тріщин; ремонтується з найменшими витратами; не має на своїй поверхні гострих граней завдяки яким можна травмуватися. Важливою перевагою басейнів з плівки ПВХ перед поліпропіленовими басейнами є більш широка гама кольорів.

УДК 658.512.2

Ушенко А.А.<sup>1</sup>, Дуднік М.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. ГФ-913п ЗНТУ

<sup>2</sup>старш. викл. ЗНТУ

## ДИЗАЙН-КОНЦЕПТ ВАННИ

Ванна кімната – це особливий простір, який багато може розповісти про свого власника і його звички. Не буває однакових людей і характерів, а тому формула ідеальної ванної кімнати у кожного своя. Умови проживання

ставлять перед нами різні завдання: зробити ванну кімнату просторішою або компактною, більш функціональною, сучасною.

Отож, сантехніка – це те, що створює дух вашої оселі, тому доцільно підійти до цього питання з усією серйозністю. Якщо, наприклад, ціну і якість стільниці на кухні гості не зможуть одразу визначити, то неякісний кран і мийка одразу зіпсують загальну картину. У ванній ми починаємо кожен свій день, саме вона створює настрій і покликана дати заряд бадьорості: поганий душ чи незручний умивальник аж ніяк цьому не сприятимуть. Тому при виборі сантехніки необхідно обов’язково зважити на те, що кухня – частина помешкання, де ви з родиною і друзями можете проводити чи не найбільше часу, а ванна кімната давно вже перестала бути лише туалетом і душем – це місце, де господар чи господиня можуть насолодитися спокоєм, подбати про себе, розслабитися у тиші. Саме такими маленькими радощами не варто нехтувати.

На даний час нові технології проникли буквально в будь-яку сферу людської діяльності, не стало винятком і комунальне господарство. Монтаж приватного або громадського будинку передбачає використання інженерної сантехніки, яка постійно оновлюється і вдосконалюється. Нові розробки і передові технології сприяють появі на ринку сантехніки продукції з сучасних матеріалів особливої міцності.

Пройшли ті часи, коли на ринку ванни були представлені в єдиному варіанті – чавунні з емалевим покриттям. Вибирати можна було тільки за ціною і якістю – зустрічалися ванни з пористим низькоякісним або щільним високоякісним покриттям. Сьогодні на ринку представлена така кількість ванн, що перед покупцем постає інша проблема – як вибрати ванну і не помилитися у виборі. Процес виробництва елементів інженерної сантехніки не стоїть на місці: безперервно удосконалюються вже наявні прилади і постійно винаходяться нові. При цьому кожен раз використовуються все більш сучасні матеріали та інноваційні технології.

Обладнання для людей з обмеженими можливостями – улюблений дизайнерський сюжет останнім часом. З появи моди на оздоровчі процедури над різними об’єктами працюють самі імениті дизайнери. Не стало винятком і завдання для студентів по курсу «Проектування». Запропонований концепт розроблено спеціально для літніх людей або тих, кому за фізичним станом важко переступати через бортик ванни. Було створено виріб з під’ємними пластиковими бортиками. Підйоми стінки моделі відбуваються за допомогою сенсорної кнопки на бортику та за допомогою технології ліфт від NeuTeam і Teuco.

Ванна для інвалідів може використатися, як людиною, що доглядає за людьми з обмеженими можливостями, так і інвалідами, котрі, зможуть проводити гігієнічні процедури без зайвих зусиль або ж з мінімальною



допомогою кого-небудь. Концепт ванни уособлює собою трансформер, що має ряд переваг.

Подібні ванни-трансформери дозволяють:

- добре розслабитися і отримати необхідний відпочинок;
- поєднують в собі не тільки оригінальний дизайн, але і надають більше незалежності людям з обмеженими можливостями;
- зручні у використанні;
- комфортні при пересаджуванні з ванни у коляску;
- можуть бути встановлені як в квартирах, лікарнях, так і в місцях громадського користування, реабілітаційних центрах. Також у даному концепті розроблений спеціальний стілець для сидіння, що має гумові кульки на місці для сидіння проти сковзання з нього.

Таким чином даний концепт сприяє оздоровленню і релаксу. Обладнання яке в ньому знаходиться повинне бути екологічне і гармонійне. Сантехніка для стилю ванних кімнат повинна бути проста і функціональна. Людина краще розслабляється в інтер'єрі мінімально насиченому елементами. Також роль обладнання полягає в зручності використання і комфортності. Тому розроблена ванна має пластичну форму та мінімальну кількість елементів. Все необхідне вбудовано всередині, щоб не заважало та не відволікало відвідувачів ванної кімнати. Білий колір та гладка поверхня сприяє гарному відпочинку та розслабленості.

## СЕКЦІЯ «УКРАЇНОЗНАВСТВО»

УДК 94(092) «20–21»

Бровко Б.А.

канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

### ГРОМАДСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ Я.П. НОВИЦЬКОГО

За суто дослідницькою роботою Я.П. Новицький не забував й про громадську діяльність. 30 вересня 1885 р. до посади шкільного попечителя додалась постанова Катеринославського Дворянського Депутатського зібрання, згідно якої Новицький був призначений секретарем канцелярії Олександрівського повітового Предводителя Дворянства. Ці громадські обов'язки Яків Павлович виконував до закриття названих установ у 1917 р.

Чимало зусиль Новицький прикладав й для розвитку бібліотечної справи як на селі, так і в місті. У звіті шкільного попечителя від 17 червня 1883 р. він зосередив увагу на необхідності побудови і розвитку хат-читалень.

Наприкінці 1904 р. Яків Павлович взяв активну участь у підготовці до відкриття нової міської бібліотеки й навіть ввійшов до її правління від повітової Думи. Заснованій бібліотеці вкрай необхідно було окреме приміщення, але його не вдалось знайти. Лише завдяки великій увазі з боку міської влади бібліотеку розташували в одному з кутів залу засідань Думи. Тому робота культурного закладу обмежувалась тільки вечірніми, коли не було засідань, годинами. Внаслідок обмеженості грошових можливостей правління бібліотеки вирішило приваблювати відвідувачів шляхом можливо більшої виписки газет і журналів різних напрямків, як на російській, так і на іноземних мовах. На другий рік існування бібліотеки її правління звернуло увагу на поповнення видань наукового змісту і на придбання журналів з літературними додатками. Залишається нез'ясованим, чи дарував Новицький свої книжки міській бібліотеці, але широко відома його допомога схожим закладам.

Коли навесні 1902 р. в Катеринославі відкрився історико-археологічний музей, що отримав ім'я відомого колекціонера та археолога О. Поля, Новицький як член його правління по вибору Олександрівської думи став проводити велику роботу по збору експонатів, здобутих під час археологічних розкопок, знайдених або придбаних іншим шляхом. Ця робота особливо поживалась після обрання (в 1902 р.) директором музею Д.І. Яворницького. Серед цінних речей, подарованих вченим, особливо зазначимо: посуд неолітичного часу, знахідки греко-скіфської епохи і серед них невеличка посудина з чорної глини, залізна сокира з коротким і широким лезом (знайдена на піщаних буграх біля Мініховських укріплень на о. Хортиця). З історичних старожитностей XVII-XVIII ст.: кістяний

набалдашник у вигляді голови потворного старця, два залізних стремені різних зразків, нашивка (складена з п'ятнадцяти мідних гудзиків), пряжка, два шматки мідних прикрас, три ремінці та ін. З переданих Новицьким до музею речей з часів козащини слід зазначити велику кількість люльок і серед них особливий подарунок – дерев'яна люлька військового товариша – Івана Новицького (пращура Якова Павловича), приладдя для набивання і прочищення люльок, картина «Козак Мамай». З культових речей виділялись дві ікони західного стилю, писані у 1782 р. На них зображені Георгій Побідоносець та апостол Андрій Первозваний. Серед інших речей згадуються: частина дерев'яного іконостасу із зображенням у західному стилі Благовіщення, різьблений кипарисовий хрест з таким же підніжжям та ін.

XX ст. позначилось для Новицького участю у боротьбі за відкриття Катеринославської ученої архівної комісії. У квітні 1902 р. до міністерства внутрішніх справ надійшло клопотання про надання історичній секції наукової спілки прав губерньської ученої архівної комісії. На ім'я начальника губернії графа Ф.С. Келлера надійшло клопотання з тим же проханням, яке підписали М.В. Родзянко, ректор духовної семінарії Архімандрит Іоанікій, Я.П. Новицький та багато інших відомих у губернії осіб. Внаслідок цього був отриманий дозвіл на утворення Катеринославської ученої архівної комісії, урочисте відкриття якої відбулось 16 березня 1903 р. Значення комісії важко переоцінити у збереженні та обробці архівних документів і досліджень з історії Південної України.

У 1915–1916 рр. Яків Павлович став одним із організаторів і (пізніше) першим директором утвореного в Олександрівську краєзнавчого музею. Сюди він не тільки передав із власного «домашнього музею» велику кількість особисто зібраних експонатів, але й продовжив проводити археологічні експедиції з метою пошуку кісток доісторичних тварин, речей з міст стоянок стародавніх народів. За п'ять років соціально-громадських потрясень і братовбивчої війни, з 1917 по 1922 рр., значна частина копітко зібраних експонатів була втрачена. Навесні 1922 р. до участі в роботі по відновленню музею запросили і Я.П. Новицького, який приніс у дар музею колекцію речей, розкопаних їм у Хортицьких могилах. 15 червня 1923 р. відбулось офіційне відкриття музею.

Внаслідок тривалої науково-просвітительської і громадської діяльності Я.П. Новицький неодноразово отримував почесні нагороди, які підтверджували визнання чималого вкладу вченого. Так Якова Павловича було нагороджено орденами: Святого Станіслава третього ступеню 1 січня 1903 р., Святої Ганни третього ступеню 1 січня 1908 р. і Святого Станіслава другого ступеню 1 січня 1914 р.

Події 1917 р. не внесли кардинальних змін у громадські погляди Я.П. Новицького, але колись активну суспільну діяльність науковець вже не міг продовжувати через стан свого здоров'я.

УДК 94(477)08:7.04

Сигида Г.А.

старш. викл. ЗНТУ

## **ПОБУТОВА КУЛЬТУРА ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКОГО КУПЕЦТВА І ПОЛ. ХІХ СТ.**

Заснування станово-корпоративних торговельних товариств – купецьких гільдій – створило реальні економічні, соціальні й правові умови для оформлення купецтва в самостійний стан, який сприяв виникненню й швидкому розвитку класу вітчизняних підприємців в Україні, інтерес до якого пожвавився у вітчизняній історії у зв'язку зі змінами в соціально-економічному житті пострадянських країн. На сьогодні існує низка досліджень, присвячених регіональному і столичному купецтву, проблемам його формування й правового оформлення, сфері діяльності тощо. Ми вирішили розглянути такий аспект проблеми, як повсякденна культура. Духовна і матеріальна культура російського купецтва вивчалася науковцями, про побутову культуру українського купецтва, його регіональні відмінності й специфіку в цілому відомості поодинокі й побіжні.

Упродовж усього ХІХ століття на побут людей впливала приналежність до певної верстви населення, і це було характерною рисою всього тогочасного суспільного життя. Купцям, як і дворянам, була притаманна сталість станових правил і норм. Майже не було випадків спілкування між родинами різних станів, настільки традиційним було коло усталених зв'язків. Рідкісними були й міжстанові шлюби. Купецький побут тривалий час зберігав патріархальні риси, у родині панувала ієрархічність і непересічний авторитет старших. Ця ієрархія виявлялася в купецькому середовищі, хоча була неписаним законом: особливою повагою користувалися промисловці, після них – купці-торговці, мало поваги заслуговували «лихварі». Дуже гострою була проблема «особистої репутації». «Старе» гільдійське купецтво зневажливо ставилося до «нових» буржуа, для яких прибуток нерідко був єдиним пріоритетом. У межах старокупецької традиції головне – це «справа», «служіння справі». Багато купецьких родин були глибоко релігійними і вважали благодійництво своїм важливим обов'язком. Купці дотримувались повчальної настанови: «Багатство зобов'язує». Серед українського купецтва були представники старообрядництва. Релігійна приналежність часто виступала запорукою дотримання умов договорів. В умовах поліетнічності й

поліконфесійності Південної України це набувало особливого значення. Православна культура споріднювала більшість представників купецтва з селянством, але етика трудових відносин не була для них спільною.

Повсякденна їжа різних верств населення дуже відрізнялася. Для українців характерне шанобливе, дбайливе ставлення до продуктів харчування. Перед сніданком, обідом і вечерею українець традиційно промовляв коротку молитву. За столом не жартували, не лаялися. Треба зазначити, що з усього комплексу матеріальної культури саме харчування є найбільш консервативним. Це стосується і системи, режиму харчування, і найбільш поширених та улюблених страв (скажімо, до сьогодні вихідці з України залишили в своїй кухні багато традиційно українських страв, перш за все – борщ). Але купецтво своєю торговельною діяльністю вносило зміни й у цю традиційну сферу побутової культури. У багатих родинах смакували привезені купцями з різних куточків світу ласощі та напої: цукор у головках, цукор льодовий, помаранчі, цитрини, мигдаль, родзинки, імбир, гвоздику, чай, каву, кав'яр, сьомгу, вина, чужоземні горілки, наливки та вина (волоське, угорське, кіпрське, мусулес, фронтиньяк, рейнське, пунш та ін.)

Отже, побутова культура південноукраїнського купецтва п.п. XIX століття складна й різноманітна. Серед купецтва не було єдності: першогольдійці рівнялися на дворянство, до складу якого мріяли ввійти, представники 3-ї гільдії умовами свого життя були близькими до міщан. Приналежність до різних етнічних груп і віросповідань урізноманітнювала побутову культуру купецтва традиціями і звичаями українців і росіян, греків і вірмен, євреїв і поляків. Дві тенденції боролися і співіснували: традиційне, звичне, усталене і нове, чуже, незнайоме.

УДК 930.25:94(477.64)-054.57»1926-1932»

Коянс А.А.

асист. ЗНТУ

### **ФОНД «ДНІПРОБУД» ДЕРЖАВНОГО АРХІВУ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК ДЖЕРЕЛО У ВИВЧЕННІ ІСТОРІЇ ВОЛЗЬКО- ТАТАРСЬКОЇ ДІАСПОРИ У ЗАПОРІЖЖІ.**

Волзькі татари були активними учасниками будівництва промислового комплексу Запоріжжя у кінці 20-х – 30-ті роки XX ст. Про це свідчать численні джерела, які зберігаються у фондах Державного архіву Запорізької області. Одним з найбільш інформативних є фонд Р-995. Він має назву «Будівництво Дніпровського промислового комбінату «Дніпрокомбінатбуд» Народного комісаріату важкої промисловості СРСР». Документи фонду хронологічно охоплюють період 1927–1934 років – час будівництва

Дніпровської гідроелектростанції та металургійних заводів. Вони об'єднані у 53 описи і налічують 74555 одиниць зберігання.

У 27 описах зібрані документи різних відділів будівництва, ще 9 присвячені листуванням, проектам, кресленням, актам тощо. 17 описів – це особові справи всіх працівників, що працювали на будівництві у період з 1927 до 1934 року. Це надзвичайно цікавий та інформативний вид джерел, який дає змогу, передусім, прослідкувати звідки їхали татари на Дніпробуд, повністю їх персоніфікувати. Збереглося більше ніж 65000 особистих карток обліку та особових справ, з яких 830 – це справи робітників-татар, біля 140 – справи мордвинів, чувашів та башкирів, біля 120 – справи росіян Татарстану. Всі картки та справи мають кілька різних форм, що змінювалися упродовж часу.

На початковому етапі будівництва у 1927–1928 рр. особові картки робітників були двох типів – короткі картки-листки і більш докладні картки-конверти. Особова картка містила таку інформацію: прізвище, ім'я, по-батькові, рік народження, місце проживання, національність, посаду або професію, початковий розряд, дату прийняття та звільнення, назву відділу, в якому працював робітник, приналежність до профспілки. Більш докладні картки-конверти надають інформацію також про сімейний стан, освіту, відношення до військової служби, зміни в службовому становищі, дані про відпустку.

У конвертах часто зустрічаються інші документи: приймальні записки з інформацією про медичний огляд робітника, заяви про переміщення, надання відпустки або звільнення, підписки про відмову від претензій до Управління будівництвом щодо надання житла родині робітника, записки на звільнення.

З 1929 року відділ кадрів Об'єднаного державного Дніпровського будівництва запроваджує нову форму обліку – особову справу робітника у вигляді конверта. Вона поділялася на 6 частин: анкета, висновок лікаря, оформлення вступу на роботу, зміни в службовому становищі, відпустки, звільнення.

У 1930–1934 роках для обліку робочої сили використовувалася більш досконала форма особової справи, яка була доповнена інформацією про соціальне походження робітника, партійність, місце попередньої роботи, кількість членів родини, причини звільнення. Крім того, у багатьох справах зустрічаються Індивідуальні трудові договори (контракти), тимчасові посвідчення особи, видані за місцем проживання, розрахункові книжки, довідки щодо соціального походження, розрахункові довідки, направлення на вербування робочої сили, заяви.

Таким чином, інформація отримана з особових справ робітників-татар дає змогу, по-перше, дізнатися прізвища цих людей (нащадки багатьох з них сьогодні мешкають у Запоріжжі), охарактеризувати їх соціальне походження,

сімейне становище, рівень освіти. По-друге, чітко визначити райони та селища, з яких приїхали ці робітники. Також, є можливість провести широкий соціально-демографічний аналіз татарської трудової діаспори 30 -х років ХХ ст. у Запоріжжі.

УДК 94(477) «192»

Мозуленко Д.І.

асист. ЗНТУ

## **ПРОБЛЕМА СТАВЛЕННЯ НАСЕЛЕННЯ ПІВДНЯ УСРР ДО ПОЛІТИКИ КОРЕНІЗАЦІЇ 1920-Х РР. У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ІСТОРІОГРАФІЇ**

В історіографії радянського періоду проблема ставлення населення не набула самостійного значення. Таке відношення визначається розумінням авторитарної суті радянської державності, розумінням слабкості та другорядності недержавного суспільного погляду на розвиток країни. Якщо в дослідженнях інколи зустрічаються приклади ставлення населення до дій держави, то вони мали додаткове та пояснювальне значення для характеристики цих дій. Це загальне положення щодо використання науковцями прикладів ставлення населення до різних напрямків державної політики. Воно більш-менш повністю відповідає тому положенню, яке склалося в сучасній українській історіографії стосовно використання прикладів ставлення населення до політики українізації.

За кількісним та якісним показниками щодо використання тематики ставлення населення до політики українізації, треба виділити перед усім роботи П.І. Соболя. Його роботи виділяються з загального типу використання прикладів ставлення населення тому, що наводяться великі цитати з джерел, коментарії до них та аналіз складають більшу частину представлених робіт. Тематика проблем, при аналізі яких використовується ці приклади теж різноманітна.

Використання іншими дослідниками прикладів ставлення населення до політики українізації відповідають загальній характеристиці: наведенні приклади мають додаткове та пояснювальне значення до характеристики державної політики та підтверджують теоретичні положення, які представлені науковцями. Серед фахівців, які використовують подібний матеріал, треба виділити П. Бондарчука, Я. Верменича, Я. Дашкевича, Н. Ідріс, В. Масненко, В. Стремецьку.

Історіографічний огляд проблеми ставлення населення до політики українізації в сучасній українській історіографії дозволяє зробити наступні висновки:

1. В більшості праць приклади мають додаткове та пояснювальне значення до характеристики державних дій або теоретичних положень авторів;

2. Тематика використаних прикладів досить різноманітна та відображає більшість напрямків ставлення населення до політики українізації

УДК: 93.629.7.03(091)(477.64) «1950/1980»

Чумаченко О. А.

асист. ЗНТУ

## **РОЗВИТОК ГАЛУЗІ АВІАДВИГУНОБУДУВАННЯ В М. ЗАПОРІЖЖІ 1950–1980-Х РР.: ІСТОРІОГРАФІЯ ПРОБЛЕМИ**

Актуальність запропонованого дослідження полягає у відсутності подібних робіт у сучасній науковій літературі.

Метою історіографічного аналізу є прагнення виявити ступінь вивчення теми дослідження. На основі цього визначаються напрямки проведення наукового пошуку.

Особливість історіографічної бази теми «Розвиток галузі авіадвигунобудування в м. Запоріжжі 1950–1980 -х рр.» полягає в тому, що основний масив робіт – це праці, присвячені авіації в цілому, які тільки частково розкривають тематику дослідження. До того ж, авторами переважної кількості робіт є не історики, а інженери, техніки, спеціалісти авіаційної промисловості, яких питання галузі авіадвигунобудування цікавило з певного специфічного боку відповідно до їх професійних інтересів.

Відповідно до хронологічного періоду історіографічної бази дослідження, доцільно виділити два періоди – радянський та років незалежності України. Останній представлений не тільки вітчизняними, але й роботами російських авторів. За впливом на читачів – наукову та орієнтовану на широке коло користувачів літературу. У свою чергу, кожен з періодів було поділено на групи, де ключовою характеристикою виступала інформативність роботи щодо запорізького авіадвигунобудування. Таким чином до першої групи відносимо праці, в яких досліджується розвиток цивільної та військової авіації в цілому, а до другої – роботи, присвячені безпосередньо розбудові галузі авіадвигунобудування.

Після Другої світової війни значно зросла кількість робіт з історії авіаційної промисловості в цілому, проте чітко помітна тенденція до одностороннього висвітлення цієї теми, а також певна ідеалізація процесу розбудови радянського Аерофлоту. Учені активно доводили думку про пріоритет радянських винаходів у конструюванні та виробництві як літальних апаратів, так і встановлених на них авіаційних двигунів. Цим



пояснюється практична відсутність у радянській історіографії робіт, присвячених винятково історії запорізького авіадвигунобудування, адже будь-які досягнення української промисловості були представлені як загальний успіх науково-технічної думки СРСР.

Серед поодиноких робіт радянського періоду слід виділити працю вчених АН СРСР, очолюваних відповідальними редакторами А. А. Штерновим та І.З. Штокало, роботу М.Б. Ляховецького та Р.Г. Пузиніна, а також таких авторів, як Є.Т. Коваль та М.М. Філон.

У наступний, виділений нами період незалежності України, відбулися значні зміни в дослідженні вітчизняної історії. Перш за все, це стосується зацікавленості в розгляді раніше не досліджуваних питань. Роботи, що становлять історіографію дослідження, можна умовно поділити на українські та російські за походженням, які, в свою чергу, поділяємо за рівнем інформативності. Таким чином виокремлено праці, які описують історію розвитку авіаційної промисловості в цілому та роботи, безпосередньо присвячені історії запорізьких авіадвигунобудівних підприємств.

Серед вітчизняних робіт слід виділити працю В.С. Савіна, монографію і численні наукові статті А.І. Харука, роботи, присвячені виключно історії запорізького авіадвигунобудування, що пов'язано зі святкуванням визначних дат або ювілеїв АТ «Мотор Січ». Першим таким виданням стала робота авторського колективу у складі О.В. Богуслаєва, П.Д. Жеманюка та інших (до 85-річчя заводу), а також книгу А. А. Кузьменка (до 100-річчя підприємства). Загалом, усі роботи ювілейного характеру об'єднані між собою розміщенням у них спогадів працівників підприємств. Певною мірою для них властиве дещо однобічно позитивне висвітлення історії розвитку запорізького авіадвигунобудівного підприємства.

Серед робіт російських авторів слід виділити ґрунтовну працю Р.І. Виноградова та О.М. Пономарьова, в якій здійснено аналіз та описано розвиток літальних апаратів. Становить інтерес праця російського автора І.Г. Шустова, в якій подана коротка історія створення та технічна характеристика продукції двигунобудування Росії, України, США та Канади.

Чергова робота російського автора, присвячена 100-річній історії АТ «Мотор Січ», вийшла за авторства члена Союзу письменників Росії, академіка Петровської академії наук та мистецтв О.Є. Беззубцева-Кондакова.

Отже, здійснений історіографічний аналіз сприяв дійти висновку, що у вітчизняній та радянській історичній науці відсутні праці, де комплексно висвітлено процес розвитку галузі авіадвигунобудування м. Запоріжжя в 1950–1980 рр. У наявних роботах здебільшого запорізьке авіадвигунобудування розглядається як елемент авіаційної промисловості СРСР у цілому. Винятком є роботи колективу керівництва АТ «Мотор Січ.» Залишилися не розкритими питання науково-дослідної роботи підприємств та підготовки кваліфікованих кадрів для них.

## СЕКЦІЯ «ЗАГАЛЬНЕ МОВОЗНАВСТВО»

УДК 811.161.

Онуфрієнко Г.С.

канд. філол. наук, Ph.D, доц. ЗНТУ

### СФЕРА ФІКСАЦІЇ СУЧАСНИХ ГАЛУЗЕВИХ ТЕРМІНОЛОГІЙ ЯК СФЕРА ЇХ СТАТИКИ

Сфера фіксації термінології, будучи сферою її існування у форматі статистики, порівняно зі сферою її функціонування є більш осяжною і легше підлягає обліку й мовному аналізу. До неї термінологи традиційно відносять ДЕСТИ, словники, тезауруси, глосарії. Набагато складніше (і навіть недосяжно) охопити всі терміни спеціального наукового і професійного мовлення, тобто сферу функціонування термінології, яка відносно сфери фіксації є первинною. Науковій актуальності набувають дослідження процесу взаємодії цих двох сфер існування термінології, які за структурою є надто різними, по-своєму складними, із різним ступенем відкритості для інновацій, жанрово різноманітними та маркованими різними ідіостілями.

Термінологічна лексикографія, як одна з найважливіших поміж спеціально організованих форм інформаційного забезпечення галузі, покликана інвентаризувати галузеві термінології, вносити їх, впорядкувати та стандартизувати задля коректного терміновикористання фахівцями в усній і писемній професійній комунікації. Проте стан нормативної термінографії (і це є аксіомою) завжди відстає, і переважно з об'єктивних причин, від практичних потреб галузі та суспільства. А відтак словники не можуть не підляти періодичному/систематичному доповненню/оновленню у форматі вмотивованого впорядкування. Сфера фіксації термінології – актуальний об'єкт як загального і прикладного мовознавства (монографічні дослідження К. Авербуха, В. Акуленка, Т. Кияка, В. Лейчика, С. Семчинського), так й українського мовознавства (фундаментальні монографії й дисертаційні праці В. Горпинича, В. Дубічинського, І. Кочан, Г. Наконечної, Г. Онуфрієнко, З. Осипенко, Л. Полюги, Т. Пристайко, Л. Симоненко, Г. Стрельчук та ін.), білоруських термінознавців (Г. Гвоздович), болгарських (М. Пернишка), литовських (А. Каулакен, С. Кейніс), польських (Л. Бесекерська), російських (монографії Л. Буянової, С. Гриньова, Б. Городецького, В. Даниленко, З. Комарової, В. Морковкіна, М. Попової, В. Татарінова, О. Толікіної) та ін. Мета цього наукового дослідження – порівняльний аналітичний опис макро- і мікроструктури джерел сфери фіксації українських галузевих термінологій задля вироблення рекомендацій щодо функційного навантаження навчальної лексикографії у сфері сучасної вищої освіти, зокрема на виконання завдань

першого етапу «Галузеві термінології у сфері їх наукової фіксації» (2015-2016 р.р.) кафедральної НДР 08515 «Динаміка галузевих термінологій у сферах їх фіксації та функціонування» (ЗНТУ, кафедра українознавства та ЗМП, 2015–2018 р.р.).

Із середини ХХ ст. лінгвісти фокусують дослідницьку увагу на різних параметрах галузевих термінологій, локально чи масштабно аналізуючи терміни і терміносистеми на вісях синхронії чи/та діяхронії в межах описуваного наукового дискурсу. Активні процеси інтеграції знань, інтернаціоналізації науки, міжнародної стандартизації, інформатизації соціуму зумовлюють і стимулюють міжнародну наукову комунікацію, у тому числі в закладах вищої освіти в контексті прогресивних завдань Болонського процесу (БП). Ці тенденції у просторі сучасної парадигми знань імпульсують як процеси, результатом яких стає збільшення масштабів сфери фіксації національних термінологій, у тому числі і за рахунок багатомовних тлумачних ТС, у яких різними мовами відбито логіко-поняттєву організацію предметної сфери галузі, так і сприяють створенню новаційних типів ТС, переважно гібридної природи. У сфері своєї фіксації терміни постають як ізоморфні елементи, інакше кажучи, як «взірцеві» на визначеному синхронному зрізі, як «ідеальні» терміни або наближені до «ідеальних»: вони є і засобом, і знаряддям, і регулятором наукової комунікації. Будучи вербальним знаком спеціального поняття (чи натепер нового, чи колись нового), термін виявляє багатоплановість і багатофункційність своєї репрезентації. У контексті цього перед упорядниками ТС постає відповідальне завдання – правильно та з максимальним урахуванням специфіки галузі розмежувати терміни і номенклатурні одиниці чи професійні номени. Оскільки у термінах відбито і факти, які спостерігають дослідники, і теоретичне осмислення цих фактів у рамках сучасних наукових парадигм, то (на відміну від номенклатурних знаків і професійних номенів) терміни обов'язково пов'язані з науковими концепціями, а тому детермінуються виключно відповідною галуззю знань. Ось чому у витоків галузевих термінологій (економічних, математичних, медичних, технічних, фармацевтичних, фізичних, юридичних тощо) стояли саме галузеві фахівці – економісти, математики, медики, інженери, фармацевти, фізики, юристи і т.д.

Завдання міжмовного впорядкування галузевих терміносистем, їх гармонізацію як обов'язкову умову та вимогу БП покликані здійснювати авторські колективи з високодосвідчених фахівців-науковців цієї галузі та лінгвістів-термінологів, у тому числі й перекладачів. В освітній сфері відповідно до лінгводидактичних вимог є необхідним експертне оцінювання або наукове рецензування галузевим фахівцем якості в першу чергу дефініцій тлумачного ТС, що гарантуватиме точність і галузеву структурованість його поняттєвої парадигми. Порівняльний аналіз за квалітативним і

квантитативним параметрами сучасних ТС із технічних, природничих і соціальних наук висвітлює суттєві розбіжності не тільки у їх кількості, але й за жанровим критерієм, за якістю і структурою словникових статей, ступенем новизни словників, специфікою їх макроструктури (архітектура ТС, тематичний, часовий, мовний і функційний параметри ТС) та мікроструктури (побудова словникової статті, орфографічна, акцентуаційна, лексична, граматична норми термінів, шрифти, розміщення тощо). Останніми роками якнайбільше видано саме вузькогалузових ТС. Поширюється й тенденція до створення як комбінованих форм словників – перекладних і тлумачних одночасно, так і до багатомовних галузових словників. В університетській освіті активно розвивається навчальна термінографія: вишівські працівники, виходячи з потреб навчального процесу та збільшення обсягів обов'язкової самостійної роботи студентів в умовах БП, укладають для них (на базі галузових масштабних термінографічних видань) короткі ТС, при цьому як одномовні, так і перекладні багатьма європейськими мовами, тлумачні. Звичайно, всі словники мають відповідати вимогам нормативності, проте не може бути нормативного словника на всі часи. Якнайшвидше процес «старіння» словників відбувається у технічній, медичній, економічній, юридичній галузях, що насамперед зумовлено прозорими екстралінгвальними чинниками.

Науково-технічний прогрес сприяє інформатизації суспільства, імпульсуючи різновекторні тенденції: збільшуються, з одного боку, квантитативні параметри (масштаби) спеціальних термінів, а з іншого – спеціальна термінологія інтенсивно потрапляє до загальнолітературної мови, в тому числі в її розмовний функційний стиль, надаючи йому певного інтелектуалізму. Поміж досить різноманітних жанрів сучасної навчальної термінографії (одномовні, дво- і багатомовні, термінологічні мінімуми, тлумачні, електронні тощо) останніми роками увагу термінологів привертають професійно орієнтовані лексичні посібники словникового типу (ЛПСТ), які передбачають достатній лінгводидактичний простір для вмотивованих варіацій (з урахуванням фахової специфіки) саме другої його обов'язкової частини – навчально-практичного розділу. Він «працює» на першу й невід'ємну композиційну частину ЛПСТ, яка представлена або термінологічним мінімумом, або одномовним, або дво- та багатомовним, або тлумачним ТС.

Пріоритетні критерії визначення оптимальної макроструктури та мікроструктури ТС і правильного відбору галузових терміноодиниць до цієї першої обов'язкової частини ЛПСТ детерміновані навчальною термінографією та дозволяють алгоритмізувати цей тривалий у часі й надто відповідальний процес. У складі вимог цих критеріїв у першу чергу такі: 1) застосувати системний підхід до словникової частини ЛПСТ для

забезпечення її достатності; 2) розробити класифікаційну схему основних понять цієї предметної сфери; 3) виявити коло словотвірних і синтаксичних моделей, характерних для терміноодиниць цієї галузі; 4) забезпечити фахове експертування/рецензування дефініцій термінологічно описуваної галузі вузьким спеціалістом; 5) прибрати надлишкові (позасистемні) терміни та лексику нетермінологічного статусу; 6) адекватно віддзеркалити сучасну сферу функціонування галузі, а не елементарно мінімізувати готові і більші за обсягом ТС чи галузеві енциклопедії; 7) організувати саме в алфавітно-гніздовий спосіб мікроструктуру словника, що є гарантією правильності відбору базових терміноодиниць у характерних для цієї галузі поняттєвих зв'язках і що ілюструє взаємозв'язок різних структурних типів термінів (термін → термін-словосполучення чи складений термін); 8) презентувати необхідні для професійної комунікації морфологічні ознаки термінів (рід, число тощо) за допомогою системи усталених у національній лексикографії позначок. Для розроблення системи практичних і творчих завдань до першої словникової частини новачічних навчальних посібників із фахової термінології лінгводидактика розробила такі принципи, як науковість (мова фаху – це і є мова галузевої науки і практики); логічна послідовність завдань; зв'язок зі здобутими у попередній освіті мовними знаннями (формування і вдосконалення мовної/мовленнєвої компетентності у рамках обраної галузі); творчий характер (формування креативних здібностей користувачів); достатність за обсягом (умотивована навчальними планом і графіком кількість завдань); орієнтованість на належний обсяг самостійної роботи (у рамках вимог БП); сприяння формуванню поняттєво-термінологічного апарату з обраного фаху і вироблення умінь та навичок продуктивного мовлення, що необхідне для реферування, анотування, написання курсової/ дипломної робіт тощо. Як зразок нами розроблено на виконання завдань першого етапу кафедральної НДР 08515 типологію завдань до навчального перекладного (російсько-українського) ТС, зокрема сфери дизайну. Завдання спрямовані на тренінг і контроль актуальних у професійній комунікації лексичних, морфологічних, орфографічних, акцентуаційних, синтаксичних, пунктуаційних і стилістичних норм сучасної української мови для вдосконалення термінологічної культури користувачів у цій галузі. Апробація матеріалів ЛПСТ на заняттях з «Української мови (за професійним спрямуванням)» підтвердила ефективність розроблених практичних завдань для формування термінологічної компетентності студентів за обраним фахом та вдосконалення їх мовної/ мовленнєвої культури.

Отже, сфера фіксації сучасних галузевих термінологій є обов'язковою вторинною сферою існування кожної галузевої термінології. Різні галузі знань виявляють свою специфіку на рівні як макроструктури, так і

мікроструктури ТС, як за жанром, так і за функційним призначенням ТС. Перспективний напрям сучасної навчальної термінографії в умовах БП – створення ЛПСТ для студентів усіх спеціальностей, що дозволить максимально реалізувати навчальний потенціал ТС завдяки організованим у систему завданням із метою формування термінологічної культури сьогодишнього студента – застрашнього бакалавра, магістра, аспіранта, практика, дослідника.

УДК: 811.161.2

Біленко Т.Г.

канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

## **ТИПОЛОГІЯ НЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРУ**

Період новітніх інформаційних комп'ютерних технологій відкриває сучасні необмежені можливості для виникнення нових слів у мережі Інтернет. Вважається, що саме можливість самовираження є однією з найпотужніших мотивацій Інтернет-комунікації. В ній серйозної модифікації зазнає образ автора: уявний час і простір художнього тексту у віртуальному вимірі одержують реальні координати; кожен користувач стає автором власного дискурсу, залучаючи до нього інших мережан, цементуючи своєю присутністю створений тип спілкування; учасники Інтернет-комунікації є авторами власного іміджу, створюють свою віртуальну особистість з бажаним статусом, який найчастіше не збігається з реальним.

Вивчення неологічної лексики, класифікація її за тематичними групами, словотвірними та семантичними ознаками, з'ясування функціонально-стилістичного навантаження інновацій у комунікативно-інформаційному просторі належить до актуальних проблем сучасного мовознавства. Так, актуальність неологічної тематики в українському мовознавстві засвідчують праці Г. Віняр, Г. Вокальчук, В. Герман, Н. Клименко, Ж. Колоїз, В. Коломієць, Л. Лисиченко, С. Лук'яненко, Д. Мазурик, Л. Паламарчука, Н. Попової, І. Самойлової та ін. Зростання наукового інтересу до мови ЗМІ зумовлює виокремлення проблеми студіювання дискурсу електронних засобів масової інформації. Зважаючи на значний кількісний обсяг і різноаспектність мови електронних ЗМІ як об'єкта дослідження, зосереджуємо увагу на функціонуванні неологізмів в україномовному Інтернет-просторі, що є дієвими сигналами для сприйняття текстів. Отже, це і визначає актуальність пропонованого комплексного дослідження.

Мета цієї роботи – з'ясувати структурно-семантичні та функціонально-стилістичні особливості неологізмів у Інтернет-просторі. Об'єкт дослідження

неологізми, що функціонують у сучасному українськомовному Інтернет-просторі, тлумачний словник та словник неологізмів.

Явища okazіональної природи мають дискурсивний (контекстуальний) характер, вони з'являються в конкретних ситуаціях спілкування для задоволення комунікативних потреб, однак не виходять за їх межі. Формування індивідуально-авторських неологізмів амбівалентне, оскільки вони можуть з'являтися як згідно з дериваційними законами, так і в результаті порушення законів емпіричної продуктивності, коли використовуються нетрадиційні словотвірні зразки. Okazіональність – явище системно-асистемне. Його репрезентанти активно використовуються в художньому, публіцистичному та розмовному стилях. Велика кількість неологізмів з'явилося у зв'язку зі створенням нових, раніше не існуючих видів Інтернет-ресурсів, Інтернет-посад і технологій (демотиватори (або демотиваційний постор), флуд, модер (модератор) – користувач, гаджет – нестандартне технічне пристосування, інтерфейс – сукупність засобів, методів взаємодії між елементами системи). Залежно від контексту, поняття застосовується до окремого елемента, наприклад, інтерфейс елемента. Досліджувані інноваційні структури засвідчують перевагу аналітичних номінацій, перифразів (гості у погонах), трансформованих фразеологізмів (вбити Дракона, любі друзі). Найпоширенішими в Інтернет-виданнях є перифрази та юкстапозити. Придатність і зручність перших полягає в актуалізації інтертекстуальності, яка робить висловлювання яскравим, неповторним, незвичним, образним. Другі дають змогу поєднувати в межах одного (складного) поняття компоненти, навіть логічно віддалені, непоєднувані, що відкриває можливості для творення неординарних і виразних образних одиниць. Номінативність інтернет-лексем спричиняє факт уживання у їх структурі субстантивних інновацій.

У результаті проведеного дослідження виявлено, що англійська й російська мови стали головними донорами для іншомовних запозичень. При цьому англіцизми протиставляються росіянізмам у межах кореляції «загальномовні неологізми – okazіоналізми», тобто перші здебільшого задовольняють номінативні потреби, а другі – оцінно-образні. Незначну продуктивність демонструють семантичні деривати. До цього процесу залучаються одиниці різноманітної тематичної, номінативної чи стилістичної природи. Інноваційні перифрази становлять своєрідну текстову квінтесенцію, надструктурне утворення. У цьому полягає їхній творчий потенціал. У формально-смісловій структурі okazіональних перифраз наявний потужний алюзійний потенціал. У процесі формування плану вираження деяких перифраз використовується мовна гра. У структурі інтернет-неологізмів активізовані сталі словесні комплекси. Вплив Інтернету відбивається не тільки в значному кількісному зростанні словникового складу української

мови, але й у якісних змінах у ланках лексико-семантичної системи. Це пов'язано з трансформацією усталених одиниць, яка відбувається як okazіональна експлікація (доповнення певним лексико-семантичним контекстом), okazіональна субституція (заміна певного лексичного складника). З погляду семантики інноваційні одиниці становлять таке поле значеннєвих репрезентантів: суспільно-політичні інновації; нові слова економічної царини; інновації правової сфери; неологізми науки і техніки; інновації на позначення назв і понять культури та мистецтва; неологізми медицини й екології; спортивні інновації.

УДК: 378.016:82.09

Полежаєва Н.А.

старш. викл. ЗНТУ

## **ДИДАКТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СЛОВНИКІВ ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИХ ТЕРМІНІВ НА ЗАНЯТТЯХ З УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

Сучасний стан розвитку шкільної освіти вимагає від майбутніх абітурієнтів, які складають ЗНО з української літератури, відповідної компетентності. На цьому етапі учні повинні, використовуючи теоретико-літературні знання, збагнути природу художнього твору та образу, зрозуміти особливості функціонування поетичного слова, відчуття його естетичний вплив, навчитися читати твори осмислено. Тому теоретичні відомості є невід'ємною складовою шкільного курсу з української літератури. У процесі вивчення і внаслідок засвоєння літературознавчих понять та термінів реалізується принцип науковості у викладанні української літератури в загальноосвітній школі, об'єктивується усвідомлення художніх явищ і процесів, що допомагає сформуванню в учнів аналітичні вміння, виробити правильні ціннісні орієнтації, збагнути духовний досвід людства. Актуальним для шкільної практики викладання є розкриття сутності теоретико-літературних понять у безпосередньому зв'язку з аналізом художніх творів і фактів літературного процесу.

Метою цієї роботи є визначення функціонального навантаження словника літературознавчих термінів в опануванні понять з теорії літератури у середній школі. Проблеми дослідження теоретико-літературних понять в українському літературознавстві оформлюються ще наприкінці XVIII – початку XIX ст. у відносно окрему науку, проте помітних здобутків вона досягла лише у пострадянські часи, позбувшись догматичних теорій вульгарного соціологізму на основі партійності й класовості літератури. Значний внесок у розвиток сучасної наукової думки в цій галузі у XX – на початку XXI ст. зробили такі українські літературознавці, як О.Галич, Р.



Гром'як, Г.Клочек, В. Лесин, М. Наєнко, В. Назарець, О. Пулинець, а також вчені-методисти О. Бандура, М. Кудряшов, Є. Пасічник, Г. Токмань та інші. Для потреб навчального процесу (систематизація літературознавчої термінології) на підготовчих курсах ЗНТУ та на виконання кафедральної НДР 8419 «Мова науки в лінгводидактичному та культурологічному вимірах» укладено «Навчальний тлумачний словник-довідник літературознавчих термінів», який містить понад 100 статей, де подано більше ніж 140 основних термінів і понять, якими необхідно оволодіти учням середньої школи відповідно до чинної шкільної програми та програми ЗНО з української літератури.

Неодмінною умовою засвоєння теоретико-літературних понять на підготовчих курсах ВНЗ є використання різних словників літературознавчих термінів: чи то навчальних, чи то укладених разом із викладачем на заняттях тематичних рукописних словників, які систематично поповнюються учнями, чи будь-яких інших літературознавчих словників. Вони забезпечують важливі загальнодидактичні принципи викладання теоретичних понять: науковість, доступність, історизм, опора на культурологічний контекст тощо. Одним із найважливіших дидактичних принципів є принцип співвіднесеності понять теорії літератури з літературознавчими творами, явищами, спадщиною письменників, твори яких вивчаються. До введення теоретичних понять на заняттях з української літератури можна прямувати двома шляхами: подати визначення нового поняття, а потім показати спосіб його виявлення на прикладах з літератури, що вивчається, або на підставі вивчення літературних творів, явищ узагальнити знання учнів, подавши нове теоретико-літературне поняття. Однак який би шлях не обрав викладач, актуальним є те, що теоретичні поняття не мають бути відокремлені від художніх текстів, літературних явищ. Проте їх механічне уведення, без осмислення на основі літературного матеріалу, призводить лише до втрати інтересу учнів до питань теорії літератури. А між тим вивчення теоретичних понять можна зробити більш цікавим. Скажімо, викладач після визначення понять пропонує учням знайти у художньому тексті, що вивчається, приклади, які ілюструють засвоюване поняття. Доцільно організувати й літературну гру, наприклад, «Теоретичне лото», коли учасникам роздають картки з назвами термінів, а вони мають співвіднести їх з уривками художніх творів. Також доречно організувати групу «теоретиків літератури», які допомагають викладачеві на заняттях пояснювати теоретико-літературні поняття, використовуючи при цьому словники, опорні схеми, таблиці, кросворди, вікторини, проводити різні літературні ігри. Такі рольові ігри сприяють активізації інтересів учнів до теорії літератури, динамізують навчання, унаочнюють абстрактні поняття, допомагають запам'ятати терміни та їх поняття. Рушійними силами художнього поняття, як зауважує методист

Є. Пасічник, виступають проблемні методи, пошукові завдання, що створюють необхідні й посильні розумові навантаження у навчанні, надають йому новизни і мають активізує значення.

Отже, опанування учнями теоретико-літературних понять за допомогою словників літературознавчих термінів, що мають вагомий дидактичний потенціал, – одна з важливих ланок літературної освіти як у середній школі, так і на підготовчих курсах до складання ЗНО. Їх засвоєння можна вважати достатнім, коли є практичне застосування знань, усвідомлення їх загальнолітературного змісту і значення.

УДК: 81'276.6

Катиш Т.В.

канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

### **ПЕРЕКЛАДНІ ТЕРМІНОЛОГІЧНІ СЛОВНИКИ З РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ**

Важливим напрямом термінознавчої роботи в Україні є вивчення процесу формування терміносистем окремих галузей знання, однією з яких є термінологія радіоелектроніки. Це дослідження актуальне насамперед у зв'язку зі зростанням інтересу вчених до термінологій різних галузей знань, зокрема й радіоелектроніки, а також їхніми пошуками шляхів розв'язання нагальних практичних питань розбудови. Термінографія радіоелектроніки привертала увагу як фахівців з досліджуваної галузі знань (Б. Рицар, К. Семенистий, Л. Сніцарук, Р. Мисак), так і філологів (І. Кочан, В. Калашник).

Мета дослідження – охарактеризувати термінологічні перекладні словники в галузі радіоелектроніки. Уперше українські радіотехнічні терміни зафіксовано в словнику з електротехніки, який видав Інститут української наукової мови у 1928 році. Згодом у 1930 році маленький словничок радіотермінів склав інженер В. Тимковський. У 1931 році інженер І. Шелудько видав перший українсько-російський словник з радіотехніки. У 1961 році вийшов «Російсько-український електрорадіотехнічний словник» (30 тис. термінів), який розробили працівники Львівського політехнічного інституту на чолі з професором Юрієм Величком.

У 90-і роки ХХ ст. вийшли друком такі словники: «Російсько-український електрорадіотехнічний словник» (за ред. В.С. Перхача), «Російсько-український та українсько-російський словник з радіоелектроніки» (Б. Рицар, К. Семенистий, І. Кочан). Початок ХХІ ст. ознаменувався виходом «Російсько-українського словника з радіотехніки, радіоелектроніки та радіофізики» (за ред. В.С. Калашника, 2006). У 2015

році було створено українсько-англійський словник з радіоелектроніки (укладачі Б. Рицар, Л. Сніцарук, Р. Мисак), що містить терміни з радіоелектроніки, електроніки та мікроелектроніки, телевізійної, радарної, лазерної, космічної, цифрової й аналогової техніки, радіозв'язку тощо.

Отже, аналіз термінографічних видань з радіоелектроніки свідчить про еволюцію як самої галузі, так і її лінгвістичного забезпечення. Українська перекладна лексикографія досліджуваної термінології має значні досягнення й спирається на багатий досвід своїх попередників. На часі створення багатомовних словників в умовах європейської інтеграції у сферах науки, техніки, освіти.

УДК 81'276.6  
Миронюк Л.В.  
старш. викл. ЗНТУ

## **ПЕРЕКЛАДНІ ТЕРМІНОЛОГІЧНІ СЛОВНИКИ З МАШИНОБУДУВАННЯ**

Лінгвістичне забезпечення різних термінологічних систем словниками в цілому, і перекладними зокрема, є актуальним завданням науковців на сьогодні. Проблематикою процесу творення українських термінографічних галузевих словників займалися такі дослідники, як Б. Галас, П. Горецький, О. Литвин, А. Москаленко, М. Пилинський, Л. Полюга, Б. Рицар, Л. Симоненко, О. Тараненко. Історія становлення перекладних словників з машинобудування ще потребує вивчення.

Мета і завдання цієї роботи – дослідити в історичному ракурсі перекладні словники з машинобудування. Об'єктом дослідження є перекладні термінологічні словники ХХ–ХХІ ст. цієї галузі.

Українська машинобудівна термінологія розвивалась нерівномірно. На початковому етапі відбувалося стихійне нагромадження термінів, які фіксувалися в загальномовних перекладних словниках: так у «Малорусько-німецькому словарі» Желехівського Є. (1886 р.) на позначення машинобудівних понять виявлено 34 лексеми; у «Словарі української мови» за ред. Б.Д. Грінченка (1907–1909 рр.) досліджувану термінологією поповнили 79 слів. Пошуком українських відповідників до російських термінів характеризується термінологічна справа на початку ХХ ст. У 1921 році був створений Інститут української наукової мови (ІУНМ), метою якого була уніфікація міжгалузевої термінології. Серед двадцяти чотирьох технічних термінологічних словників, які підготували і видали науковці ІУНМ, 12 частково охоплювали машинобудівну термінологію.

Першим перекладним словником з машинознавства і машинобудування можна вважати «Українсько-російський словничок технічних термінів» Миляшкевича А., доданий до праці І. Кузьміна «Деталі машин, їхня конструкція та розрахунок», виданий у 1927 році. Незважаючи на статус додатка і невеликий обсяг (усього 296 термінів), словник Миляшкевича А. виконував свою професійному роль.

Після закриття ІУНМ та початку русифікації науки й освіти не було видано жодної окремої лексикографічної праці з машинобудівної термінології і тільки окремі терміни фіксувалися в словниках інших галузей. Однак галузь розвивалася й відчувалася потреба у термінологічних словниках. У період «хрущовської відлиги» зі створенням Словникової комісії (1957 р.) лексикографічна справа набула активності. Розпочалося видання серії російсько-українських словників, одним з яких був «Російсько-український словник з машинознавства та загального машинобудування», укладений Хільчевським В.В. і Шашловим В.І. (1959 р.). Він є першим академічним словником машинобудівної галузі. Обсяг словника – 16 тис. термінів, які відбивають найновіші на той час досягнення науки і техніки в цій сфері. У 1991 р. його перевидано без змін.

За останні роки видано такі перекладні словники з машинобудування: Коваленко С.С. Російсько-український словник з машинобудування (1993 р.); Російсько-український словник з нарисної та прикладної геометрії, загального машинобудування, комп'ютерної графіки / Уклад. В. Ванін, В. Герасимчук (1994 р.); Короткий російсько-український словник інструментальника / Уклад. Ю.Ф. Лебеденко; За ред. В.С. Калашника (1997 р.); електронний Українсько-англійський словник: довідник термінів і визначень з машинобудування для студентів напрямів підготовки «Інженерна механіка» та «Прикладна механіка» / Укл. А.К. Скуратовський, Г.О. Корсун, І.М. Литовченко (2011 р.).

Отже, у творенні перекладних словників з машинобудування можна виокремити три продуктивні етапи: перший – формування термінології галузі та створення першого словника, що припадає на початок ХХ ст.; другий – середина ХХ ст., період так званої «хрущовської відлиги, створення академічного російського словника, який актуальний донині; третій – кінець ХХ ст. – поч. ХХІ ст., коли спостерігається активний розвиток лексикографії галузі, щоправда є потреба у розширенні мов перекладу відповідно до вимог сьогодення.

## ПЕРЕКЛАДНІ ТЕРМІНОЛОГІЧНІ СЛОВНИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ

З бурхливим розвитком науки, техніки в ХХ ст. з'являються окремі терміни й цілі терміносистеми, що зумовило потребу в упорядкуванні наявної термінології. Важливим напрямом роботи фахівців і лінгвістів є підготовка і видання термінологічних словників різного типу. Великий внесок у розвиток економічної термінографії зробили науковці галузі О.М. Дрозд, В.В. Дубічинський, А.С. Д'яков, Т.Р. Кияк, а А.Г. Загородній, Т.С. Смовженко та Г.Л. Вознюк у 2002 р. стали лауреатами Всеукраїнської премії ім. Івана Огієнка за створення найповнішого українського довідково-навчального «Фінансового словника».

Мета дослідження – описати перекладні термінологічні словники економічної галузі, укладені в ХХ- на поч. ХХІ ст. Перші російсько-українські практичні словники укладені на початку української державності завдяки створенню термінологічних комісій, згодом об'єднаних у Інститут української наукової мови. Серед них – виробничий словник І. Шелудька (1931), виробничий бюлетень (1936), пізніше – зросійщений через відповідну настанову Словникової комісії АН УРСР (створена 1957 р.) «Словник соціально-економічної термінології» (К., 1966; укл. С. Воробйова й Т. Молодід), у якому зафіксовано 20147 термінів. 70–80 рр. ХХ ст. позначені спадом спеціальної лексикографії, а перекладні економічні словники відсутні. Небувале піднесення термінографічної праці почалося з початку 90-х років ХХ ст., викликане впровадженням Закону «Про мови в УРСР». Інтенсивно змінюється лексичний склад мови в тих сферах, які безпосередньо пов'язані з економікою. Перехід української економіки від планової соціалістичної до господарювання за ринковими законами спричинив появу значної кількості термінологічних одиниць, переосмислення лексичного значення вже відомих найменувань економічних понять, частина термінів відходить до пасивного пласту лексики. Тому надзвичайно важливою справою стала систематизація економічних термінів, що стимулює термінографічну роботу в економічній галузі. Термінологічним словникам останніх десятиліть властиве видове розмаїття за широтою охоплення термінологічної лексики. У 90-х роках укладено багатогалузеві словники, серед яких – академічна праця, що витримала вже 2 видання – «Новий російсько-український словник-довідник» (Київ, 1998 – 85 тис. термінів; 1999 – 100 тис. термінів) юридичної, банківської, фінансової, бухгалтерської та економічної сфери (С.Я. Єрмоленко, В.І. Єрмоленко, К.В.

Ленець, Л.О.Пустовіт). Найбільш ґрунтовно в цей період опрацьовано термінологію економіки й менеджменту, результатом чого стало видання 73 галузевих словників, серед яких – перекладні й тлумачно-перекладні. Вони містять як галузеву термінологію загалом, так і за напрямками економічної сфери: банки, фінанси, мікроекономіка, ринкова економіка, зовнішня економіка, фондовий ринок, біржова торгівля, бухгалтерія тощо. Зокрема, вузькогалузеві словники репрезентують окремі підсистеми галузевих термінологій, наприклад, лексикографічне опрацювання термінології однієї з систем фінансово-економічної сфери «150 термінів зі словника ріелтора» (К., 1996; укл. О.О. Бондаренко). У ці роки домінувала російськомовна наукова навчальна та довідкова література, що спричинило створення перекладних словників, серед яких переважають російсько-українські. Серед них «Російсько-український словник сучасних банківських, фінансово-кредитних та комерційних термінів» (Харків, 1997; укл. О.П. Корж). Двомовні словники з вихідною мовою українською – більш рідкісне явище. В економічній галузі такий вид словників репрезентує «Українсько-російський та російсько-український словник банківських і страхових термінів» (Дніпропетровськ, 1995; укл. В.Я. Пласієнко), «Російсько-український та українсько-російський словник фінансової термінології» (Харків, 1997; укл. М.В. Афанасьєва). У 2006 році видано «Англо-український словник з бізнесу» (Львів, 2006; за ред. Н.М.Семко). Характерною особливістю термінологічної лексикографії є видання багатомовних перекладних словників, найпоширенішу групу серед яких становлять тримовні, в яких до українських та російських термінів додано переважно англійські. Серед них: «Словник-посібник економічних термінів. Російсько-українсько-англійський» (К., 1997; укл. О.М. Дрозд, В.В. Дубічинський, А.С. Д'яков, В.А. Зубарева, Т.Р. Кияк); «Економічний тлумачний словник: власність, приватизація, ринок цінних паперів. Українсько-англійсько-російський» (К., 2003; укл. Л.М. Алексеєнко, В.М. Алексеєнко). Ці самі мови утворюють словникові ряди з різною послідовністю подання і в чотиримовних словниках. Заслужовують на увагу «Українсько-російсько-англійсько-німецький тлумачний та перекладний словник термінів ринкової економіки» (К., 2001; за ред. Т.Р.Кияка); «Словник аграрної економіки. Німецько-англійсько-російсько-український» (К., 1997; укл. Л.О. Хоменко). До кола рідкісних документів належить тлумачно-перекладний словник з ринкової економіки, укладений у Харківському політехнічному університеті. Він охоплює терміни шістьма мовами: українською, російською, англійською, німецькою, французькою, іспанською.

Отже, аналіз перекладних термінологічних словників з економічної сфери свідчить, що українська термінологічна перекладна лексикографія активно і плідно розвивається, розширюється коло лексикографічно

опрацьованих галузей економіки. Найбільше видано двомовних та тримовних перекладних словників. Багатомовні видання нечисленні, що спонукає до їх створення в умовах інтеграції української науки і техніки в європейський простір.

УДК 81'276.6

Єршова В.К.

старш. викл. ЗНТУ

## **ПЕРІОДИ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕРМІНОГРАФІЇ У ГАЛУЗІ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕХНІКИ**

Інтенсивний розвиток інноваційних комп'ютерних технологій вимагає постійного введення нових понять. Виникнення нових лексичних утворень спонукає фахівців формувати єдину систему загальноприйнятих комп'ютерних термінів, тому найважливішим фактором науково-технічного прогресу стала термінологічна діяльність у всіх її формах, найбільш важливою з яких є створення галузевих і вузькогалузевих, в тому числі перекладних словників. Проблематикою укладання галузевих словників займалися як галузеві фахівці (Б. Рицар, К. Семенистий), так і мовознавці (В. Калашник, Т. Кияк, І. Кочан).

Мета цієї роботи – проаналізувати періоди української термінографії у галузі комп'ютерної техніки. Утворення інформаційної терміносистеми відбувалося впродовж 50-х років ХХ ст., і словники цього періоду були покликані сприяти впровадженню і нормалізації термінології. У 60-х роках сучасна на той час термінологія знайшла місце у «Російсько-українському термінологічному словнику» (уклад. М.М. Матійко, О.М. Матійко) та «Російсько-українському електротехнічному словнику» (уклад. Ю.Т. Величко, К.М. Соболевський, Ю.В. Ковальчук-Іванюк та інші). Спадом спеціальної лексикографії позначені 70-80 ті роки. Про стан словникарства цього періоду свідчить те, що в Україні в окремі роки не було видано жодного словника спеціальної лексики.

У цей час за кордоном розвивається українська термінографія. У Канаді в 1990 році видано «Українсько-англійський словник комп'ютерної термінології і англо-українські аудіовізуальні терміни» (укладачі П. Фединський, Т. Городинська, Т. Кінен, Р. Робін).

Відродження національної термінографії відбувається після проголошення в 1991 році незалежності України. Впровадження української мови в усі сфери наукової діяльності зумовило видання словника нового зразка, який би систематизував набуті термінологічні знання. Останнім часом українська термінографія поповнилася низкою праць нового зразка.

Наведемо лише деякі з них: «Англо-український словник з ГІС (Г.Г. Півняк та інші), «Англо-російсько-український словник з інформатики та телекомунікацій» (В.І. Попов, А.І. Семенко, А.О. Лунтовський). До них включено лексику, що вживається з кінця ХХ ст. по сьогодні і зареєстрована в словниках. Постійний розвиток сучасної науки та необхідність співпраці наукової спільноти вимагають від українських лінгвістів знаходження українських еквівалентів і відповідників англійських термінів та укладання багатомовних перекладних словників з комп'ютерних наук. Перспективу досліджень вбачаємо у необхідності подальшого впровадження та уніфікації термінології мови інформаційних технологій, враховуючи нові сфери дослідження у цій галузі.

УДК 811.161.2

Брацун О.І.

старш. викл. ЗНТУ

## **ПЕРЕКЛАДНІ ТЕРМІНОЛОГІЧНІ СЛОВНИКИ З ТРАНСПОРТНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Кожна цивілізована країна світу на державному рівні намагається дбати про належну репрезентацію власних словникових ресурсів, бо перш за все у такий спосіб можна забезпечити провідну роль національної мови в державі та її збереження і розвиток. На думку Н. Нікуліної, словникарство транспортної галузі українською мовою не достатньо представлено у вітчизняній лексикографічній практиці, про що свідчить аналіз наявних праць.

Актуальність цієї роботи визначаємо насамперед необхідністю лінгвістичної інвентаризації термінографічних праць транспортної галузі. Мета – проаналізувати термінографічні видання транспортної галузі, що максимально відбивають основні галузеві поняття й слугують для підвищення якості фахової освіти та виробничих процесів.

У сучасній українській лексикографії є чимало науково-технічних словників, достатньо різних за призначенням. «Російсько-український транспортний словник», виданий у Харкові у 1926 року (укл. В. Жуковський), був першим друкованим виданням, що розпочинає процес нормалізації термінологічної справи транспортної галузі українською мовою. Він фіксує переважно терміни залізничного й морського транспорту.

Проект словника транспортної термінології 1932 р. пройшов непростий шлях. Основний реєстр словника у 1925–1928 рр. уклали О. Руденко та Д. Танкевич, проте у світ він вийшов лише у 1932 р. після редагування В. Фаворським, І. Філонківським, Ю. Кіндранчуком, О. Ізюмовим. У



«Російсько-українському словнику автодорожника» (укл. О. Білятівський, 1993 р., 1999 р.) наведено автомобільну термінологію, терміни дорожньої справи.

У 2003 р. вийшов друком «Російсько-український словник наукових і технічних термінів галузі автомобілебудування та ремонту транспортних засобів» (укл. Н. Нікуліна), у якому зареєстровано понад 6000 термінів та терміносполук. «Короткий російсько-українсько-англійський транспортний словник (основні поняття організації перевезень на транспорті)» того ж автора побачив світ 2008 р. Він став першою спробою в українській лексикографії зібрати і впорядкувати найуживаніші та найпоширеніші терміни транспортної термінологічної системи трьома мовами.

Отже, однією з потреб сьогодення залишається унормування і стандартизація української транспортної термінології, її поширення та апробація у наукових і фахових середовищах, укладання словників тощо.

УДК 8'1(071):304.44

Сергієнко Г.О.

старш. викл. ЗНТУ

## **СУЧАСНІ ЛІНГВІСТИЧНІ СЛОВНИКИ: МАКРО- І МІКРОСТРУКТУРА НА МАТЕРІАЛІ РОСІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ**

Проблема пояснення значення лексичних одиниць у навчальних цілях постала ще з часів перших європейських словників. Ученим, який зробив найбільший внесок у пробудження інтересу до теоретичних засад лексикографії, був академік Л.В. Щерба, що опублікував свій знаменитий «Досвід загальної теорії лексикографії». До числа найбільш важливих учених відніс проблему типології словників.

Тлумачні словники для носіїв російської мови мають масу достоїнств, проте тлумачення лексики в них часто незрозумілі іноземцям. Існує необхідність вирішення проблеми тлумачення в рамках навчальних словників, орієнтованих на специфічну навчальну ситуацію і на конкретного користувача іноземця, який вивчає російську мову як іноземну (РМІ). Для вирішення проблем навчальної лексикографії вагомий внесок зробили російські професори В.В. Дубічинський, Г.Ф. Богачова, О.М. Карпова, М.О. Марусенко, В.В. Морковкін та ін.

Мета цієї роботи – описати структуру і функції лінгвістичних словників для іноземців, які вивчають РМІ. При розробці навчального словника упорядники враховують усі види мовленнєвої діяльності, враховують як рецепцію, так і репродукцію інформації на цій мові. У рецептивному плані

словник розкриває лексичні значення слів, а в репродуктивному – інформує про використання в мові тих чи інших одиниць. Зарубіжні дослідники, зокрема професор В.В. Морковкін, виділяють три види навчальних словників: словник пасивного типу (сприяє більш ефективному розумінню текстів), словник активного типу (подає інформацію про використання в мові лексичних одиниць, що дозволяє оптимізувати процес продукування усних і письмових текстів), пасивно-активний словник. Належність до того чи іншого типу впливає на цілий ряд характеристик: макроструктура словника, його обсяг, мікроструктура словникової статті тощо.

У навчальному лінгвістичному словнику сконцентровано представлено необхідну для навчання лексичну інформацію, ефективність використання якої залежить від того, наскільки регулярно сам викладач звертається до навчального словника у процесі навчання РМІ. Абсолютна більшість лексикографів, методистів і викладачів поділяють думку, що одномовні тлумачні словники відіграють найбільш важливу роль у процесі вивчення іноземної мови. Так, ще Л.В. Щерба зазначав, що звичайні перекладні словники лише допомагають здогадуватися про їх сенс у контексті. Словник є обов'язковим і необхідним засобом навчання іноземної мови: двомовний – на початковому етапі, одномовний – на просунутому етапі навчання. Інтенсифікація навчання РМІ можлива за наявності лінгвістичної бази, важливим елементом якої є спеціалізовані навчальні словники. Їх навчальна спрямованість очевидна: вони подають основний лексичний матеріал для читання. Ретельний відбір лексичного мінімуму, що підлягає засвоєнню, виступає важливою передумовою раціонального навчання читання. Якщо на заняттях необхідна група слів, що позначають певні явища, ознаки, предмети в рамках однієї теми, необхідні навчальні тематичні словники. На початковому етапі важливо закласти базовий мінімум саме через засвоєння тематичних організованих лексичних одиниць. Принципи групування лексики тематичного словника можуть бути різними, залежно від завдань навчання. Наприклад, групу лексики на позначення абстрактних понять можна подати так: розумові процеси; спілкування; робота; відносини між людьми; емоції і почуття; вольові дії; рух. Є тематичний словник, що складається з п'яти великих тематичних сфер: людина; товариство; робота, заняття, вільний час; навколишній світ; час, простір, кількість. Зазвичай групування слів за певною темою може згодом стати частиною тематичного словника, створюваного в процесі навчання спільними зусиллями учня і викладача для формування комунікативно-пізнавальної активності. Тематичний навчальний словник, що складається безпосередньо викладачами та студентами або авторами підручника в основному являє собою словник – мінімум з певної теми. Перевагою лексичного мінімуму є його тісний зв'язок з навчальним процесом. У лексичному мінімумі пропонуються тільки ті

одиниці, які необхідно засвоїти на певному етапі навчання. Тут учень може бачити і свій розвиток, і прогрес у засвоєнні іноземних мов, і результати своєї роботи.

Отже, на підготовчому етапі навчання іноземців РМІ в рамках ВНЗ доцільно використовувати різні типи лінгвістичних словників, ураховуючи форму навчальної роботи (аудиторна чи самостійна), тему заняття, контингент учнів, їх попередній досвід у вивченні інших мов, особливості їх пам'яті.

УДК 811.161.

Ільчук К.І.

старш. викл. ЗНТУ

## **ПРИЙОМИ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ З ТЛУМАЧНИМИ ТЕХНІЧНИМИ СЛОВНИКАМИ НА ЗАНЯТТЯХ З РОСІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ**

Специфіка навчання іноземних студентів у технічному університеті така, що російська мова як іноземна (РМІ) потрібна їм насамперед для отримання спеціальних знань у сфері фундаментальних і прикладних технічних наук. Перед студентом-іноземцем стоїть завдання включення в професійну комунікацію на нерідній, російській, мові, що ускладнено внаслідок несформованості так званого професійного лексикону. Найважливішим засобом надання допомоги іноземним студентам у з'ясуванні семантики російськомовної загально спеціальної нетермінологічної і загально спеціальної термінологічної лексики є словники, у першу чергу тлумачні як найпоширеніший тип словника, які ще називаються універсальними, або комплексними. Студентам I та II курсів рекомендуються тлумачні словники з вищої математики, фізики, хімії, електротехніки, теплотехніки, обчислювальної техніки та з інших технічних дисциплін. Проблема організації роботи з цими словниками є актуальною, оскільки від уміння працювати з тлумачними словниками залежить якість засвоєння мови спеціальності.

Мета цієї роботи – показати прийоми організації роботи з тлумачними технічними словниками на заняттях з РМІ. Цю проблему активно розробляють українські професори, зокрема В. Дубічинський, Т. Кияк, Л. Симоненко та інші. Серед зарубіжних дослідників – професори В. Морковкін, Т. Новікова, Л. Торшина та інші.

Студентів треба знайомити з передмовами до словників і ставити запитання: яку інформацію можна одержати, користуючись тим або іншим тлумачним словником. Змістом роботи на цьому етапі навчання, що

забезпечує адаптацію студентів до умов навчального процесу, є прийоми тлумачення термінів. Тлумачний словник можна розглядати і як навчальний посібник, у якому мовні одиниці подані й описані в такій формі, що допомагає їх семантизації, зниженню й попередженню лексичних труднощів, характерних для конкретних видів мовленнєвої діяльності. Матеріали тлумачного словника дозволяють викладачеві будувати систему підготовчих, мовних, творчих завдань, спрямованих на навчання всім чотирьом видам мовленнєвої діяльності. Окремі словникові статті викладачу доцільно подати перед аудіюванням студентами лекцій з цієї спеціальності, перед самостійним читанням текстів, при підготовці до лабораторних і контрольних робіт. Наведемо для прикладу два види завдань на матеріалі тлумачного словника сполучуваності термінів з технології металів і матеріалознавства (М.: Рус. яз., 1981, – 274 с.).

Цей словник призначений іноземним студентам інженерних спеціальностей, яким викладають курс технології металів і матеріалознавства. В ньому наведені не тільки терміни з цієї дисципліни, але й інформація про сполучуваність термінів. 1. Завдання, орієнтовані на визначення терміна.

У цих завданнях доцільно використати різні види імітаційних вправ, зокрема, такого типу: 1) Прослухайте дефініцію терміна (наприклад, абразивные материалы), під час пауз повторіть за викладачем і запишіть визначення терміна. 2) Прослухайте початкову частину визначення терміна і закінчіть його самостійно впродовж паузи. 3) Прослухайте й повторіть запитання до поданого визначення. 4) Прослухайте відповіді й повторіть їх впродовж паузи.

2. Завдання, орієнтовані на сполучуваність термінів.

Оскільки головну частину словникової статті становлять словосполучення (наприклад, дуговая сварка), то доречно використати традиційні підготовчі й мовні завдання, що допомагають орієнтуватися в структурі словосполучень, розвивати у студентів навички читання, розпізнавання й розуміння різних типів словосполучень. Наприклад: 1) У словниковій статті Бронза прочитайте слова 1-го абзацу. Визначте, від яких слів утворені наступні прикметники: оловянная, марганцовая, алюминиевая тощо. 2) У словниковій статті Сварка прочитайте слова 1-го абзацу. Утворіть із двох прикметників один: аргонная й дуговая - ... ; химическая и механическая ... 3) Виберіть із 3-го абзацу словникових статей Чугун або Сплав іменники із суфіксом -ость; іменники на -ение, -ание й утворіть від них дієслова; замініть іменники із суфіксами -к- відповідними дієсловами; утворіть від поданих іменних словосполучень дієслівні тощо.

Таким чином, запропоновані деякі прийоми організації роботи з тлумачними технічними словниками на заняттях з РМІ, як переконує досвід, сприяють збагаченню словникового запасу студентів у межах обраного фаху, а вибір прийомів, яких існує багато, залежить від багатьох лінгводидактичних чинників.

## СЕКЦІЯ «ІСТОРІЯ УКРАЇНИ»

УДК 94(477)

Дєдков М.В.<sup>1</sup>, Максимовська А. Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. іст. наук, проф. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ГФ-315 ЗНТУ

### РОЗВІДКА І КОНТРРОЗВІДКА БОГДАНА ВЕЛИКОГО

Формування козацького стану відбувалося в епіцентрі Великого кордону (рубежу між європейською і неєвропейською цивілізаціями), охопленого полум'ям боротьби з татарсько-турецькими завойовниками. Козакам доводилось поєднувати працю зі збройною боротьбою. У цій боротьбі козацтвом створюється оригінальна військова організація, складається самобутня система управління, командування, розвивається військове мистецтво. Провідну роль у цьому процесі займала Запорозька Січ - військово-політичний центр козацтва.

Однією з найголовніших функцій Запорозької Січі був захист краю від агресії Кримського ханства, внаслідок чого приділялася велика увага створенню розвідувально-дозornoї системи стаціонарного типу.

Для одержання відомостей про чисельність і плани татар широко використовувалося розсилання невеликих розвідувальних загонів з метою захоплення «язика». Важливим джерелом політичної ті військової інформації ставали свідчення захоплених у полон татар чи турків та відомості колишніх невольників, визволених під час походів чи яким вдавалося втекти з лютої неволі.

З самого початку Національної революції Б. Хмельницький, спираючись на традиції козацького розвідувального мистецтва, поряд з формуванням армії першорядного значення надавав організації розвідувальної служби. І вже протягом 1648 р. – першої половини 1649 р. визначилася її організаційна структура; об'єкти, цілі, напрямки, методи й прийоми діяльності, які в наступні роки отримували подальший розвиток, вдосконалювалися.

Вже влітку 1648 р. Б. Хмельницький прийняв військовий статут («Артикули (статті) про устрій Війська Запорозького»), який визначав права й обов'язки рядових вояків і старшин. Є підстави припустити, що вів передбачав також зобов'язання полковників і сотників займатися окремими аспектами розвідки й контррозвідки. Першу згадку про існування подібного документу знаходимо в гетьманському універсалі від 12 липня.

Керівне ядро розвідувальної служби складали козаки (незалежно від попереднього соціального стану). Саме вони відігравали провідну роль у зборі інформації політичного характеру, оскільки виконували дипломатичні місії до Польщі, Литви, Московії, Молдавії, Валахії, Трансільванії, Кримського ханства, Порти, Швеції, їм доручалося виконання найважливіших завдань у зборі військової інформації й для дезінформації

польсько-литовського командування, проведення важливих диверсійних актів.

Основними об'єктами розвідувальної діяльності виступали: державні органи влади (переважно центральні) та армія Речі Посполитої. Б. Хмельницькому вдалося створити агентурну мережу у Варшаві та Вільно, яка вчасно поставляла інформацію політичного характеру. Особлива увага приділялася організації збору відомостей про задуми польського командування, чисельність, місце перебування, напрямки просування польської та литовської армій, чим займалася військова розвідка.

За допомогою розвідувальної та контррозвідувальної служби Богдан Хмельницький проводив інформаційну війну, зокрема шляхом поширення дезінформації прагнув посіяти у ворожому війську непевність у власних силах, панічний настрій. У своїх універсалах до населення та інструкціях до розвідників гетьман наполягав на необхідності створення в стані противника відчуття приреченості, напруги та непевності.

Засилання до противника «підставних» полонених відбувалося неодноразово й під час ведення бойових дій. Це стало важливим складовим елементом психологічної війни Б. Хмельницького. Адже ворог не сподівався, що козацькі «язики», мужньо витримуючи жорстокі тортури, будуть давати наперед запрограмовані й вигідні для українців свідчення.

Керівництво українського війська вживало необхідних заходів у сфері захисту національних інтересів від ворожих посягань польської та інших розвідок. Внаслідок контррозвідувальних дій козацької верхівки вдавалося зберігати в таємниці військові плани найважливіших кампаній, розкривати змови ворожої агентури проти гетьмана та інших воєначальників, протидіяти спробам урядів Речі Посполитої та Московської держави спровокувати міжусобну боротьбу в українському суспільстві. Саме таким чином забезпечувалась ефективність ведення Б. Хмельницьким справжньої «психологічної війни» проти своїх ворогів.

Отже, створена Богданом Великим розвідувальна служба відігравала важливу роль у здобутті воєнних перемог й розв'язанні складних проблем становлення Української держави та її боротьби за незалежність протягом 1648–1657 рр.

УДК: 94(477) «1932/1933»

Чумаченко О. А.<sup>1</sup>, Костенко М. А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>асист. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ІФ-115 ЗНТУ

## **ГОЛОДОМОР 1932–1933 РР. – ВІКОВА ТРАГЕДІЯ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІЇ**

Наша держава за свою історію пережила багато горя, поневірянь, знущань. Лише у XX столітті українці пережили Першу та Другу світові

війни, репресії, голод, Чорнобильську катастрофу. Всі трагедії, які випали на долю українського народу, не можуть зрівнятися за своїм масштабом, жорстокістю, цинізмом та своїми наслідками для майбутніх поколінь з Голодомором 1932–1933 рр. Демографічна катастрофа посяла в душах мільйонів людей почуття страху, незворотно вплинула на генофонд нації. Усе вищезазначене робить пропонуване дослідження актуальним у будь-який час.

Метою роботи є висвітлення причин, умов та наслідків подій голодомору 1932–1933 рр. в Україні.

Новітня історіографія проблеми представлена фундаментальними дослідженнями О.П. Єрмака, В.Н. Жука, Р.Я. Пирога тощо, в яких автори, використовуючи нововідкриті документи, аналізують події Голодомору 1932–1933 рр.

Терор голодом був методом політичного упокорення українців. Не дивно, що голодомор збігся в часі з припиненням українізації населених українцями регіонів за межами України, а також з масовим винищенням національної інтелігенції безпосередньо в республіці. Голодомор 1932–1933 рр. був не випадковим явищем природного чи соціального походження, а наслідком цілеспрямовано застосованого тоталітарною владою геноциду.

Про організацію голодомору свідчать залучення до підготовки цієї акції значної кількості політичних суб'єктів, реалізація комплексу заходів, ключовими серед яких були:

- нереальні плани хлібозаготівлі.
- надмірний експорт хліба у зв'язку з потребами форсованої індустріалізації.

Створення законодавчої бази для розгортання терору голодом (постанови «Про охорону майна державних підприємств і колгоспів і кооперації та зміцнення суспільної (соціалістичної) власності», «Про заходи з посилення хлібозаготівель» та «Про занесення на чорну дошку сіл, які злісно саботують хлібозаготівлі»).

Недостатній рівень необхідної допомоги продовольством із центру.

Радикальні кадрові зміни з використанням партійних «чисток».

Активне включення в процес колективізації та хлібозаготівель органів безпеки.

Масштабні репресії.

Заборона виїзду за межі України, запровадження внутрішнього паспорта.

Блокування інформації про голод.

Найбільш постраждали від голоду території теперішніх Полтавської, Сумської, Харківської, Черкаської, Київської, Житомирської областей. Смертність населення тут перевищувала середній рівень у 8–9 і більше разів. Голод охопив весь Центр, Південь, Північ та Схід сучасної України. У таких

же масштабах голод спостерігався в тих районах Кубані, Північного Кавказу та Поволжя, де мешкали українці. Аналіз даних демографічної статистики 30-х рр. свідчить, що прямі втрати населення України від голоду 1932 р. становили близько 150 тис. чоловік. 1933 р. голодною смертю загинуло від 3 до 3,5 млн. чоловік. Повні демографічні втрати, включаючи зниження народжуваності, сягали в 1932–1934 рр. 5 млн. чоловік. З урахуванням непрямих жертв, за приблизними підрахунками, Голодомор забрав життя 14 млн. людей. Не менше мільйона загинуло на Кубані. Голод у 1933 р. був наслідком спроби здійснювати соціалістичне будівництво воєнно-комуністичними методами. Проте примусова колективізація і накладена на колгоспи продрозкладка призвели до глибокої деградації сільського виробництва.

Найбільш досконала статистика не спроможна передати глибину та масштабність соціально-економічних, політичних та морально-психологічних наслідків Голодомору, жахливого свавілля владних структур і масових випадків ганебного для людини явища - канібалізму.

Отже, Голодомор 1932–1933 рр. став наслідком умисних системних дій тоталітарного радянського режиму, що знайшло історичне та документальне підтвердження, спрямованих на «знищення українського народу як політичного фактора і як соціального організму» (Джеймс Мейс). Його жахливі наслідки потребують правової кваліфікації Голодомору як злочину тоталітарного комуністичного режиму СРСР. Для всебічного і вичерпного висвітлення все ще не вивчених проблем, на нашу думку, історикам варто було б досліджувати різні аспекти питань Голодомору разом з філософами, соціологами, психологами та фахівцями інших галузей науки.

УДК 94.430 «1938/1945»

Дедков М.В.<sup>1</sup>, Оганесян К.І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. іст. наук, проф. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ГФ-935сп\_1 ЗНТУ

### **КОНЦТАБІР НОЄНГАММЕ (1938–1945 РР.) – НАЙКРУПНІШИЙ КОНЦТАБІР НА ПІВНІЧНОМУ ЗАХОДІ НАЦИСТСЬКОЇ НІМЕЧЧИНИ.**

Концентраційний табір «Носенгамме» був заснований у 1938 р. як філія табору «Заксенхаузен», що розташовувався неподалік від Берліну, але вже у 1940 р. перетворився на самостійний «заклад» та став одним із найбільших концентраційних таборів у нацистській Німеччині. Така філія у Гамбурзі знадобилась, коли керівництво Третього Рейху ухвалило рішення розпочати інтенсивне будівництво в місті.



У 1936/1937 рр. у керівництва Третього Рейху з'явилася ідея використовувати в'язнів концтабору з метою економічної вигоди, оскільки в'язні були практично безкоштовною робочою силою. Було ясно, що робоча сила з німецького населення просто не впорається з гігантськими масштабами запланованих будівництв, тому в першу чергу бранці концтаборів були залучені на виробництво будівельних матеріалів, яких так багато було потрібно для здійснення проектів з розбудови головних міст вождя Німецької імперії: Берліна, Мюнхена, Лінца, Гамбурга та Нюрнберга.

За повної згоди і підтримки з боку Гітлера і архітектора столиці Шпеєра, у 1938 році СС перейняло керівництво з виготовлення будівельних матеріалів з використанням підневільної праці в'язнів концтаборів. У квітні 1938 р. СС заснувало товариство з обмеженою відповідальністю «Німецьке земельне та кам'яне підприємство» („Deutschen Erd – und Steinwerke GmbH», скорочено DEST).

Ноєнгамме не був повноцінним табором смерті: його в'язні використовувалися у якості рабів на багатьох підприємствах, починаючи від місцевого цегельного заводу і аж до виробництва пістолетів «Walter». Тим не менш, з 100 500 чоловік, які пройшли коли-небудь через стіни Ноєнгамме, близько 50 000 стали жертвами нелюдських умов праці.

Смерть наздоганяла ув'язнених різними шляхами. Багато з них були забиті на смерть, повішені, розстріляні або вбиті іншим способом. Хтось обирав від відчаю добровільну смерть. Інші гинули від виснаження або вмирали в санітарній частині. Померлих складали штабелями в морзі, і після видалення золотих зубів спалювати трупи в табірному крематорії.

Крім того, в табір регулярно привозили радянських військовополонених. Саме над ними були проведені дві масові страти з використанням «Циклона-Б»: 197 осіб, які відмовилися співпрацювати з адміністрацією концтабору, полягли смертю героїв у кінці вересня 1942 року, а ще 251 людина – в листопаді того ж року.

Концентраційний табір «Ноєнгамме» був звільнений англійцями лише в останні дні війни: вони увійшли на його територію 4 травня 1945 р., коли у ньому вже практично не залишилося нікого в живих.

Злочинці постали перед судом. З 1938 по 1945 рр. у Ноєнгамме та його 85 філій працювало біля 4500 есесівців, з яких до 1948 року 109 були звинувачені британськими військовими судами у злочинах. Перший судовий процес, над співробітниками головного штабу концтабору, відбувся у 1946 р.: в результаті 11 із 14 звинувачених були засуджені до смерті і страчені.

Події, що відбулися насправді, були документально зафіксовані лише самими жертвами нацистських переслідувань. Лише наприкінці 1960-х рр.

Багато чого змінилося у повоєнний час, але події тих років досі залишилися в пам'яті людей, які зуміли пережити цей кошмар. І

найважливіше завдання сучасного покоління, щоб ці події не були віддані забуттю. З цією метою на території табору працює Меморіал, присвячений збереженню пам'яті жертв нацистського терору, займає майже всю історичну територію табору у розміром у 57 га і включає п'ять постійних експозицій.

УДК: 94(477.64)»1941»

Спудка І.М.<sup>1</sup>, Зубченко М.Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. М-615 ЗНТУ

## **ВИБУХ ДНІПРОГЕСУ. ХВИЛИНИ ЧОРНОГО ЛІТА 1941 Р.**

Друга світова війна була найжахливішою в історії людства. Десятки та сотні мільйонів жертв і зламаних доль. В історичній царині відбувається процес руйнації багатьох міфів, створених за часів радянської влади. Традиційно в радянській, російській, а останнім часом й українській історіографії вся відповідальність за жакливі злочини покладалася на нацистську Німеччину. Але за ті невинправдано великі втрати СРСР рівну відповідальність мають нести як нацистський режим Гітлера, так і комуністичний Сталіна. 18 серпня для Запоріжжя – сумна дата. У 1941 р. під натиском нацистської армії радянські війська під час відступу підірвали греблю «Дніпрогесу», що стало справжньою трагедією для тисяч жителів міста, які жили на берегах Дніпра, та біженців, що переправлялись того дня через річку. За спогадами старожилів хвиля у 30 м заввишки горнула все на своєму шляху. Пересічні запоріжці сьогодні нічого не знають про ту трагедію, оскільки тривалий час цей факт приховувався владними структурами. Знищення радянською владою власних громадян заради сумнівної тактичної перемоги, що жодним чином не вплинула на перебіг військової кампанії літа – осені 1941 р.

Близько 20-ї години вечора 18 серпня 1941 р. у Запоріжжі відбувся потужний вибух. За кілька хвилин величезна хвиля дніпровської води накрила нижню частину Хортиці та південні райони міста. У водах загинуло за різними підрахунками від 20 до 100 тисяч людей: місцеві жителі, які жили на берегах Дніпра та солдати Червоної армії, котрі того вечора переправлялись на лівий берег.

У бойовому донесенні від 19 серпня штабу Південного фронту Верховному Головнокомандуючому зазначалося: «Як встановлено слідством, висадження греблі і Дніпровської ГЕС здійснено без дозволу, самочинно підполковником Петровським і представником Генштабу начальником окремого науково-дослідного військово-інженерного інституту (м. Москва) військовим інженером 1-го рангу Єповим, який на попередньому слідстві

показав, що він особисто дав розпорядження здійснити вибух, пояснюючи тим, що отримав вказівку від начальника Відділу воєнно-інженерного управління штабу Південного фронту підполковника Петровського. Петровський на попередньому допиті заявив, що такого наказу він не давав. Петровський і Єпов заарештовані, провадиться слідство. Передчасне висадження мосту і греблі ускладнило обстановку бою, викликало непотрібні жертви полегло ворогу умови форсування р. Дніпро»

На думку істориків, це була спецоперація НКВС. Документально доведено, що наказ на знищення «Дніпрогесу» віддав особисто Й. Сталін. Для здійснення вибуху у греблі було закладено 20 тонн якісної вибухівки, яку напередодні доставили двома літаками з Москви. Але час початку операції підривники взяли на себе і прорахувались. Війська «Вермахту» навіть і не збирались захоплювати Запоріжжя, до якого вони увійшли на два місяці пізніше. Про це в інтерв'ю Радіо Свобода розповів кандидат історичних наук В. Мороко: «Насправді, Єпова і людей, які були під його керівництвом, хвилювало не стільки те, що нацисти захоплять Запоріжжя, скільки те, що він не виконає наказ Сталіна».

Необхідності підриву Дніпрогесу не було. Гідроелектростанцію, залишаючи місто, необхідно було вивести з ладу (Запоріжжя після 18 серпня оборонялося ще 46 діб). Півтора місяці Дніпрогес міг приносити користь. Виведення з ладу гідроелектростанції паралізувало роботу промислових підприємств. Електроенергія надходила по тимчасовій лінії з Донбасу, але її вистачало лише для мінімальних потреб найважливіших заводів. Якби підрив здійснили в день, коли залишали місто, а це 4 жовтня, про жодні істотні втрати мова б не йшла. Армія і ополченці вже відступили від Дніпра. Далі на схід покотився потік біженців. Та й взагалі висаджувати греблю не було б потреби. Німці вже були на лівому березі вище й нижче по Дніпру і наявність чи відсутність переправи в Запоріжжі їх мало обходила. Вони вели наступ на місто по лівому берегу ріки від Дніпропетровська й одночасно здійснювали глибокий обхід радянських військ з району північніше озера-лиману Молочного понад узбережжям Азовського моря. Тож достатньо було б вивести з ладу лише агрегати станції.

Отже, трагедія 18 серпня стала яскравою ілюстрацією ставлення держави до своїх громадян. Саме система, що будувалася на зневазі до життя окремої людини, спричинила появу основної «тактики» ведення бою: безперервні, бездумні лобові атаки. Як відомо, під час «Великої Вітчизняної» радянські втрати багаторазово перевищували німецькі від першого й майже до останнього дня війни.

## ЖІНОЧЕ ОБЛИЧЧЯ ВІЙНИ

У війни – не жіноче обличчя! У війни – не дитяче обличчя! У війни – не людське обличчя! У неї – обличчя підлості і зради, людиноненависництва й злоби. Але розуміючи, яку велику роль відіграли жінки на переломних моментах історії, я вирішила що можу перефразувати відомий вислів. Чи можливо перемогти народ, жінка якого в самий тяжкий час, коли так страшно гойдались терези історії, витягувала з поля бою пораненого солдата? Поклонимося низько їй, до самої землі. Її великому Милосердю.

У кожній державі, у кожного народу є дати і події, які складають основу, опорні точки їхньої історії, підґрунтя історичної пам'яті і національної гордості.

Тому наша тема знов повертає нас до великої Перемоги.

Глибокі суспільно-політичні зміни в Україні привели до переосмислення ролі жінки у суспільному житті. Гендерна політика передбачає підвищення соціального статусу жінки-трудівниці, жінки-матері, жінки-політика, жінки-бійця. Увага істориків переважно не акцентується на висвітленні ролі і місця жінок в історичних подіях. Тому ця тема є актуальною.

Жінка ніколи не стояла осторонь ключових подій історії, могла із зброєю в руках захищати свою рідну землю. Особливо масовим це явище мало місце в період Другої світової війни. Звичайно, «у війни не жіноче обличчя», але, коли на війні вирішувалася доля народу, коли ця війна набула дійсно народного характеру, вони бралися за зброю поряд з чоловіками. В ті часи страшної біди проявився жіночий характер, який складався протягом віків.

Історія цих жінок – це історія перемоги над собою, над своїм страхом, над усталеними гендерними стереотипами. Цим героїчним жінкам належить майбутнє, майбутнє без війни і крові. Неможливо перемогти народ, де жінка готова на подвиг заради миру.

Великобілозерський навчально-виховний комплекс №1, в якому я навчалася, носить ім'я Героя Радянського Союзу Носаль Євдокії Іванівни. За відмінне виконання бойових завдань Євдокію нагородили орденом Червоного Прапора. За мужність і військову доблесть, проявлені в боях з ворогами, відважна льотчиця посмертно удостоєна звання Героя Радянського Союзу.

Жінка на війні. Нелегко уявити собі це. Яку потрібно мати силу волі, красу душі, любов до своєї землі і людей, щоб перетерпіти всі злигодні фронтового життя! Після Перемоги минули десятиліття. На землі живуть нові покоління. Нині живучі, озирніться на шляху! Ви побачите жінку з орденськими колодками. Вклоніться їй. Вона найшановніша людина на землі.

У своїй роботі я лише торкнулася проблеми «жіночого» внеску у Велику Перемогу. Всі вони наближали тоді День Перемоги. Матеріали дослідження можна використати для більш глибокого, різнобічного і неупередженого вивчення воєнних сторінок історії України та рідного краю.

УДК 94(477)»312» .000.32:304.4

Коянс А.А.<sup>1</sup>, Яцун Є.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>асист. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. РТ-415 ЗНТУ

## ПРОЦЕС ДЕКОМУНІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Проблема декомунізації сьогодні надзвичайно актуальна в українському суспільстві. Що робити з героями радянської доби – заперечити, вважаючи час СРСР періодом окупації, чи прийняти, схиляючись до позиції, що історію України творила і радянська Україна? Зараз ми долаємо цю тоталітарну спадщину, в Україні відбуваються фундаментальні зміни – зміна свідомості, зміна бачення світу, які дадуть змогу українцям дивитися на світ українськими очима.

Всупереч поширеному уявленню, що декомунізація стосується минулого, головна її мета – вільне і безпечне майбутнє. Її мета: недопущення повторення злочинів комуністичного та нацистського тоталітарних режимів, будь-яких дискримінацій за національною, соціальною, класовою, етнічною, расовою або іншими ознаками у майбутньому, відновлення історичної та соціальної справедливості, усунення загрози незалежності, суверенітету, територіальній цілісності та національній безпеці України.

Декомунізація це система заходів, теоретична і практична діяльність, спрямовані на звільнення від впливу та наслідків комуністичної ідеології в усіх сферах життя країни та суспільства після падіння правлячих комуністичних режимів.

Декомунізація розпочалася ще в часи розпаду СРСР, коли стихійно, часто під загрозою гонінь, а подекуди і з благословення місцевих влад громади позбувалися комуно-радянської символіки: надписів, скульптур, пам'ятників, вивісок, персоніфікації організацій тощо. Це стосувалося й освітніх закладів, які поступово позбавлялися ідеологічного нашарування у навчальних програмах, виховних заходах тощо. Це період першої хвилі

декомунізації знизу. Проте, тоді, на зламі 80 – 90-х років XX ст. бажання громадян не стимулювала тогочасна влада. Відтак, цей рух загальмувався і носив з часом поодинокий прояв.

Друга хвиля декомунізації в Україні нахлинула в часи Помаранчевої революції та перші роки президентства Віктора Ющенка. Сценарій був практично той самий. Поштовх надало суспільство знизу. Правда дещо активізувалися правові засади цього процесу, тобто влада, хоч і не комплексно, але юридично підтримала декомунізацію. Це стосувалося подальшого перейменування міст і сіл, вулиць, площ, скверів та іншого. Але із суспільною кризою ця хвиля знову не носила завершеного вигляду. Певні покращення відбулися, хоч і не надовго, в освітніх програмах: викриття білих плям історії, критика комуністичного режиму, вшанування жертв політичних репресій та Голодомору. Однак профільні міністерства важко реагували на необхідність змін.

І нарешті наші дні – третя хвиля. Це період 2013–2016 років. Ми можемо говорити про активізацію масштабного «ленінопаду», як старту нової хвилі та ухвалення 9 квітня 2015 року Верховною Радою України відповідного пакету законів про декомунізацію. Закони, розроблені в Українському інституті національної пам'яті, підтримані урядом і схвалені парламентом, охрестили «Законами Чистого четверга». Їх дія означає, що Україна на рівні фундаментальних цінностей стає нарешті справді незалежною державою, яка безповоротно пориває з радянським минулим. Кожен із чотирьох законів виконує свою функцію: один проголошує визнання і вшанування борців за незалежність України, другий відкриває для людей архіви комуністичних спецслужб, третій відновлює історичну справедливість в питаннях Другої світової війни, четвертий засуджує комуністичний та нацистський тоталітарні режими та забороняє пропаганду їхньої символіки. 20 травня 2015 року пакет законів був опублікований і набув чинності. Цей крок можна розцінювати як запізнений для України загалом. Сьогодні декомунізація активно триває – відбувається демонтаж пам'ятників, перейменування міст, районів та вулиць.

Ухвалений пакет законів про декомунізацію неоднозначно сприймається частиною суспільства та деякими політиками. Є і публічна критика. Деякі експерти, політики і науковці вважають, що ці закони політизуватимуть історію і порушать право на свободу слова. На даному етапі ця критика є безпідставною, оскільки не враховує суспільну значимість дії законів.

## СЕКЦІЯ «КУЛЬТУРОЛОГІЯ»

УДК 7.046.1

Сигида Г.А.<sup>1</sup>, Шиблова А.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>старш. викл. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ФЕУ-113 ЗНТУ

### ГРЕКО-СКІФСЬКА ПЕКТОРАЛЬ: КОСМОЛОГІЧНА СИМВОЛІКА ОБРАЗІВ І СТРУКТУРИ

У 1971 році під час розкопок кургану Товста Могила експедицією Бориса Мозолевського було знайдено багато цінних речей. Вага золотих виробів загалом склала 4,5 кг. Але одна з прикрас вирізнялася з усіх знахідок своєю неперевершеною пишністю і загадковістю – це так звана Скіфська пектораль.

Золота пектораль з кургану Товста Могила належить до знахідок, що поповнили велику серію шедеврів мистецтва так званого «скіфського звіриного стилю». Шийна прикраса виділяється і майстерністю виготовлення, і досконалістю художнього рішення, багатством і різноманітністю представлених на ній образів і мотивів. Сама по собі пектораль – це прикраса діаметром 40,6 см, що має вигляд майже замкнутого півмісяця. Її вага 1145 г, всі деталі виготовлено із золота 958 проби. В сучасному світі звикли оцінювати шедеври їхнім грошовим еквівалентом, отже вартість скіфської пекторалі близько 2 млн. доларів.

Основне поле пекторалі трубками каркаса поділено на три півмісяці. У верхньому ярусі зображені тварини зі своїм потомством, та два чоловіки з хутром. Середній ярус заповнений рослинним мотивом. У нижньому ярусі зображені сцени боротьби тварин та містичних істот.

Вже багато років учені сперечаються щодо тлумачення змісту пекторалі. Розглянемо детальніше 3 популярні версії. Деякі дослідники припускають, що пектораль – це давній скіфський календар, щоправда, щоб вирахувати природні цикли за ним, потрібні неабиякі здібності провидця, адже видимих календарних ознак пектораль не має. Натомість певна циклічність прослідковується.

Наступне припущення – географічне. Мовби на пекторалі відображена символічна карта стародавніх володінь скіфів, Чорне море і прилеглі до нього території.

3-я версія здається більш інформативно насиченою і доказовою. Золота пектораль моделює будову нашого Всесвіту, у тому вигляді, у якому його уявляли стародавні скіфи.

У центрі верхнього ярусу два чоловіки тримають руно. У стародавній Греції вовна вважалася невід’ємним атрибутом, що забезпечує родючість. До сьогодні поширена віра в магичні властивості руна, які покликані забезпечити

всіляке багатство і благополуччя. Люди присутні лише у верхньому фризі. Тут же безперечно переважають свійські тварини, з якими людина стикається в повсякденності.

Спостерігаються значні відмінності між нижнім та верхнім регістрами за змістом зображень. В нижню композицію включені міфічні грифони, а також леви, які сприймалися у Скіфії, як істоти, значною мірою, фантастичні. Представлені сцени боротьби, нападів і гонитви.

Бачимо протиставлення світу людей дикому світові, що включає осмислення першого як упорядкованого, організованого і освоєного, в той час як його протилежна частина – зона хаосу, що лежить поза сферою діяльності людей.

Проаналізувавши, праву і ліву частину пекторалі, яка демонструє ще один аспект семантичної завантаженості розглянутої композиції, який слугує протиставленню «світу людей» і «світу хаосу».

У пекторалі середній ярус значно відрізняється від двох інших тим, що у якості своєї підоснови має суцільну золоту пластину. У символічному плані це означало змістовний центр, який здатен був би реєструвати основні, фундаментальні знання про світобудову та принципи функціонування Всесвіту.

Проаналізувавши в такому ключі різноманітні образи і мотиви, представлені на пекторалі, ми приходимо до висновку про те, що вони ідейно пов'язані. Сенс всієї композиції можна висловити так: світобудова складається з протистояння світу живих, у якому мешкають люди і який є ареною їхньої культурної діяльності, і «іншого» світу, де панує смерть і хаос. Водночас ці світи взаємопов'язані, а події, що відбуваються – взаємообумовлені; смерть є неодмінною умовою життя, запорукою постійного відродження та оновлення живого світу. Іншими словами, з точки зору семантики, пектораль з Товстої Могили представляє синтез греко-скіфських уявлень про Всесвіт.

УДК 821.111

Сигида Г.А.<sup>1</sup>, Шлендер К.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>старш. викладач ЗНТУ

<sup>2</sup>студ.гр.ФЕУ-113 ЗНТУ

## **ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ОБРАЗІВ ТА СЮЖЕТІВ ВІЛЬЯМА ШЕКСПІРА У СВІТОВОМУ МИСТЕЦТВІ**

У творчому спадку Шекспіра є комедії, трагедії, історичні хроніки, романтичні драми, у яких читачі усього світу вже більше 450 років знаходять себе.



З усіх творів Шекспіра найбільш мене вразила та підкорила трагедія «Гамлет». Цей вічний, бунтівний, несхожий ні з ким образ головного героя здається таким близьким до серця, і водночас таким незрозумілим та суперечливим.

Трагедія «Гамлет» породила величезну кількість інтерпретацій. Розглянемо приклади втілення образів та сюжетів «Гамлета» у таких видах мистецтва: театр, кіно, живопис, література, музика, опера.

Перша постановка «Гамлета» відбулася в лондонському театрі «Глобус» у 1601 році, де сам Шекспір зіграв привида Гамлетового батька.

Людська фантазія безмежна, і це доводить п'єса італійського драматурга Альдо Ніколаї «Гамлет у гострому соусі» (2012 р.), досить особлива і ексцентрична. Трагедія Вільяма Шекспіра перетворюється на комедію з несподіваними сюжетними поворотами із добре знайомими та новими персонажами.

Приміряти образ принца наважилася навіть жінка. Це була незрівнянна французька актриса Сара Бернар у першій екранізації «Дуель Гамлета» (1900). Але не тільки вона, а й багато інших актрис виконували цю чоловічу роль у театрі.

Інокентій Смоктуновський зіграв Гамлета спочатку у 1964 році в екранізації Григорія Козінцева, а згодом у фільмі «Бережись автомобіля» – персонажа Деточкіна, який, в свою чергу, грає на сцені Гамлета. Фільм «Гамлет» знімався в двадцяти восьми кілометрах від Таллінна, в селищі Кейла-Йоа, де був побудований макет замку Ельсінор. Замок не зберігся, однак скеля, на якій він був побудований, називають «Мисом Гамлета». Це місце стало однією з туристичних пам'яток Естонії.

Один з визнаних шекспірівських режисерів – Франко Дзефф'єреллі – створив екранізацію «Гамлета» з Мелом Гібсоном в головній ролі (1990 р.). Це викликало багато нарікань з боку критиків. Артиста звинуватили в тому, що він не зумів передати всіх відтінків і нюансів внутрішніх мук персонажа. Грубий хлопець «із сусідньої вулиці», яким у той час був Мел Гібсон, потрібен був Дзефф'єреллі саме для того, щоб привернути увагу молоді до Шекспірівського сюжету. Врешті, італійському кінорежисеру та сценаристу це вдалося зробити.

Доречно розглянути інтерпретації трагедії В. Шекспіра «Гамлет» у живопису. Для французького живописця Ежена Делакруа особливим джерелом натхнення був «Гамлет». Делакруа створив серію літографій за мотивами цієї п'єси, навіть написав власний портрет в образі романтичного божевільного Гамлета. Робота 1839 року «Гамлет і Гораціо на кладовищі» відображає неминучість смерті, неспокійний дух, палку пристрасть, що межує з втратою розуму.

Існує образ Гамлета і на оперній сцені. Якщо порівнювати оперу французького композитора Амбруаза Тома (1868 р.) з її літературним першоджерелом, то виявляється, що вдвічі зменшено кількість дійових осіб, монологів та фрагментів, а центральною стає любовна лінія Гамлета та Офелії. Залишаються в живих батько, брат Офелії, Гамлет, а от грішна королева Гертруда відправляється до монастиря. Данський принц успадковує престол. Отже, виконується воля тіні батька Гамлета, що знаменує відновлення справедливості.

В українській літературі склалася ціла гамлетіана, яка має досить широкий спектр. У своїй творчості зверталися до образу Гамлета такі українські поети, як: Микола Бажан, Євген Плужник, Леонід Первомайський, Дмитро Павличко та інші. Мені дуже сподобався вірш Максима Рильського, присвячений темі поета і поезії:

«Як Гамлет, придивляюсь я до хмар,  
А олівець, невірний мій Полоній,  
Переливає в слово дивний чар,  
Святого сонця відблиски червоні.  
Не слухай, принце, непотрібних слів  
Улесливо-брехливого вельможі!  
Нащо для хмар цей галасливий спів?  
Так добре, що ні з чим вони не схожі.»

Зрозуміло, що образ Гамлета буде завжди хвилювати думки не лише творців мистецтва, а й звичайних читачів, глядачів, слухачів.

Григорій Козінцев назвав свою книгу «Шекспір – наш сучасник». Але він не лише «наш сучасник», а «сучасник на всі часи». В різні періоди одним автором можуть більше цікавитися, ніж іншим, а Шекспір – це те, що було, є і буде завжди, не зважаючи ні на що.

УДК 94(477) «16 - 17»

Бровко Б.А.<sup>1</sup>, Рябінін С.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр.МТУ-225 ЗНТУ

## ХАРАКТЕРНИЦТВО В УКРАЇНІ В XVII–XVIII СТ.

Одним із найважливіших періодів української історії був період козацтва. Неможливо знайти у минулому України якоесь інше явище, яке б так глибоко і різнопланово вплинуло на історичну долю всього українського народу. Козацтво – це не лише суспільний стан з особливим способом життя, не лише самобутнє військове формування з тільки йому притаманним хитросплетінням дипломатичних відносин з близькими і далекими сусідами.

Козацтво було неповторною моделлю суспільного розвитку з оригінальним соціально-політичним устроєм, своєрідним побутом, традиціями, етичними і правовими нормами та інститутами, культурою, фольклором. Козацтво стало для українського народу своєрідним символом своєї держави та історичними коренями, які відкривають нам шлях до пізнання свого минулого. Один із таких коренів уособлював у собі козаків – характерників.

Розповідь про характерника – це, як правило, захоплююче і динамічне фентезі, яке ґрунтується на українській історії і міфології, якому треба б займати гідне місце серед легенд світу. Світ характерника – це дивний і загадковий світ, де переплітаються історичні реалії і вигадка. В давніх історичних джерелах під назвою «характерники» мали на увазі воїнів, наділених надзвичайними і навіть надприродними можливостями (вміння зупиняти кров, заговорювати біль, ловити кулі голими руками, ходити по воді та вогню, годинами перебувати під водою, ставати невидимим), що цим виділялись з козацького оточення. Звичне на першій погляд і милозвучне для слов'янського слуху слово навіне нам думки про сильний дух і характер.

Більшість оповідей та легенд про характерників було записано в Україні лише в XIX ст., хоча саме явище древнє, а перші згадки про них зустрічаються ще в літописах, що стосуються другої половини XVI сторіччя. Про характерників лишилося безліч історичних свідчень очевидців, народних легенд та переказів. Запам'ятались характерники і народам, які воювали із козаками, насамперед, туркам.

Деякі дослідники стверджують, що етимологію цього слова слід шукати за допомогою санскриту – давньоарійської мови. Значна подібність між санскритом і мовами балтійських, слов'янських народів свідчить про тісні контакти між цими народами в минулому. Перша частина терміну «хара» («харе») у перекладі з санскриту означає боже натхнення. Це саме та енергія, якою, за легендами, вміли користуватись характерники.

Після хрещення Русі, переслідувані князями та греками волхви, жерці і воїни-охоронці храмів об'єднувалися у таємні громади і у віддалених від великих міст місцях заснували школи бойового гартування і підготовки, в яких шлях воїна до вершин досконалості опирався на рідну віру (дохристиянську), одвічні звичаї та обряди.

Серед козацького війська характерники виступали як вчителі з військової справи. Характерники в Запорозькому війську мали свій курінь та свій прапор. Їхнім обов'язком була глибока розвідка та руйнація планів супротивника. Для цього характерники проникали на території, зайняті ворогом, часто під виглядом подорожніх або купців, завжди бездоганно виконуючи завдання, котрі ставив перед ними кошовий отаман. У близькому колі кошового завжди на якихось посадах знаходилися характерники.

Найвідомішим козаком – характерником називають козака Мамаю – ідеалізований образ козака-мандрівника, воїна, мудреця, казкаря і характерника в одній особі. Також, за переказами, майже всі козацькі гетьмани, кошові отамани і відомі полковники були характерниками. Серед

них – Остап Дашкевич, Дмитро Байда-Вишневецький, Андрій Похитун, Іван Підкова, Самійло Кішка, Северин Наливайко, Петро Сагайдачний, Максим Кривоніс, Іван Богун, Данило Нечай і найбільший характерник з них – Іван Сірка. За час свого отаманування – з 1659 по 1680 роки – Сірко брав участь у понад 100 битвах і не мав жодної поразки, це і стало причиною ідеалізування Сірка, як характерника. Козаки вірили, що він знає наперед про те, хто з ним збирається воювати, що під час бою може перекинутися на хорта, вовка чи яструба або закласти вороже військо. Через це, навіть турецький султан видав фірман (указ) про моління в мечетях на загибель Сірка.

Характерники неабияк вплинули на розвиток козацтва, їх вірувань та привнесли в православ'я язичницькі аспекти, які зробили його особливим, козацьким православ'ям.

Характерники були такою кастою в козацькому суспільстві, яка боронила духовне життя козаків, тримала зв'язок зі світом духів й померлих та вдосконалювала бойову майстерність воїнів. Характерники хоч і не були чистими християнами, тобто тими, які дотримуються усіх церковних канонів, але усім серцем та душею були з Богом, сприяючи поширенню православ'я серед козаків.

Характерники, беручи на себе обов'язки внутрішньої та зовнішньої служби безпеки, грали роль своєрідної нервової системи у Запорозькому війську. Саме занепад цієї системи внаслідок розвитку державотворчих тенденцій, а саме з виникненням класу старшин та всеохоплюючої канонізації церкви з догматизацією її вчення і призвів до руйнації тієї великої, незбагненої сили, яку мала Січ.

Явище характерництва є певним чином глобальне. Тобто у різних народів існують певні аналоги таких вправних воїнів. Різницю складають техніки, принципи, вірування, соціальні та інші умови розвитку.

УДК: 32.019.5(659.4)

Чумаченко О. А.<sup>1</sup>, Сотник В. В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>асист. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ІФ-115 ЗНТУ

## **ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ДЕКОМУНІЗАЦІЇ: ПОМСТА ЧИ СПРАВЕДЛИВІСТЬ?**

9 квітня 2016 р. минула річниця прийняття ВРУ чотирьох законів про декомунізацію, але зацікавленість щодо втілення цих рішень у життя не спадає. З'являється багато нових інформаційних приводів для зародження дискусій на злободенну тему. Прихильники та противники декомунізації використовують різноманітні аргументи на свою користь, але, на нашу думку, питання все ще залишається не визначеним, навіть не зовсім зрозумілим для населення. Тому важливо дещо прояснити, що допоможе

відповісти на досить просте питання – що для нас є декомунізація: помстою чи пошуком відновлення справедливості. Таким чином, на сьогодні тема дослідження є доволі актуальною.

Метою дослідження є висвітлення процесу декомунізації, з'ясування справжньої важливості боротьби з комуністичним минулим.

На сьогодні проблема декомунізації не має історіографічної бази, хоча, зважаючи на її актуальність, тема дослідження постійно обговорюється в засобах масової інформації, на офіційних сайтах владних структур та Українського інституту національної пам'яті.

Прийняті закони доволі суттєво змінюють офіційне ставлення нашої держави до радянської історії. Історики знають, що раніше на позначення замовчуваної сторони режиму, а саме: репресій, голодомору, переслідувань інакомислячих – використовувалося позначення «тоталітарний радянський режим». Усі спроби додати в словосполучення слово «комуністичний» завершувалися нічим. Скоріш за все, можновладцям така позиція була елементарно вигідною, адже майже всі вони були в минулому послідовниками радянської ідеології.

Із прийняттям законів завершився пошук винних у трагедіях українського народу – Комуністична партія та її найвищі посадовці мають нести відповідальність за злочини. Вона полягає у забороні пропаганди та символіки комуністичного режиму, демонтажі відповідних пам'ятників, перейменуванні всіх населених пунктів, вулиць тощо, пов'язаних з комуністичними діячами. Слід підкреслити, що декомунізація стосується лише публічної сфери.

Процес декомунізації доцільно розділити на п'ять етапів. До першого відносимо 1991 – 1993 рр. – протягом цих років діяла заборона комуністичної партії. Другий період (1993 – 2004 рр.) характеризується активною суспільно-політичною діяльністю КПУ. З приходом до влади В.А. Ющенка почався третій етап декомунізації (2005–2010). Ситуація змінилася: Президент засуджував діяльність тоталітарного режиму, за його правління набув чинності закон «Про вшанування жертв та постраждалих від голодоморів в Україні». Протягом четвертого періоду (2010 – 2013 рр.) спостерігалось пряме нехтування цим питанням, хоча вже під час Революції гідності 8 грудня 2013 р. в м. Києві був повалений пам'ятник В. Леніну, що стало відправним пунктом у подальших подіях. І нарешті, п'ятий етап, що триває з 2014 р., все ще не має логічного закінчення і, що не дивно, залишає відкритим питання необхідності подібної політики в настільки скрутний для країни час. Хоча, з іншого боку, «декомунізаційний пакет» навряд чи мав шанс бути прийнятим за іншого політичного становища. Закони можна справедливо назвати реформаторськими, доповненням люстраційного законодавства, що, скоріш за все, і спонукало уповноважених осіб

підтримати їх. До речі, в Центрально-Східній Європі декомунізація та люстрація проходили одночасно, але сьогодення ситуація показала, що в Україні це здійснити неможливо.

У рамках закону «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного режимів та заборону пропаганди їхньої символіки» ВРУ прийняла рішення перейменувати 175 населених пунктів. Лідером за кількістю необхідних перейменувань є Харківська область (44), на другому місті – Донецька (33), третє місце займає Чернігівська область (25), хоча Київська відстала всього на чотири селища (21). Наступні області можна розташувати в такому порядку: Кіровоградська (16), Житомирська (10), Запорізька (5), Луганська (4), Черкаська (4), Миколаївська (3), Дніпропетровська (2), Одеська (2), Полтавська (2), Вінницька (1), Закарпатська (1) та Херсонська (1). Набагато вищі кількісні показники щодо перейменування районів та вулиць, які носять комуністичне забарвлення. Тільки по Запорізькій області перейменовано 3 райони: Олександрівський (колишній Жовтневий), Дніпровський (Ленінський) та Вознесенський (Орджонікідзевський), 100 вулиць, 3 провулки, 3 парки, 2 майдани, 2 сквери, 1 дамба і 1 проспект.

Отже, проблема позитивного чи негативного трактування політики декомунізації буде залишатися, поки український народ не отримає вагомої аргументації з боку владних структур. Апелювати лише до неприйнятності існування в незалежній країні пам'ятників тим, хто поборював самостійність держави, чи навіть до відновлення історичної справедливості відносно жертв комуністичних режимів, правильно і потрібно, але недостатньо.

## СЕКЦІЯ «ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ»

УДК 811.161

Пшенична А.І.<sup>1</sup>, Онуфрієнко Г.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. ГФ- 925 ЗНТУ

<sup>2</sup>канд. філол. н., Ph.D, доц. ЗНТУ

### НОМІНАЦІЯ КОЛЬОРУ В ТЕРМІНОЛОГІЇ СФЕРИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ

Сприйняття кольору – це безпосередня рефлексія людини, це її природна здатність ще з доісторичних часів, найдавніша реальність людського буття. Наукою доведено, що людина спроможна розрізняти очима понад 10 млн. кольорів та їх відтінків, при цьому в кожній мові історично сформувалася своя система кольорів. Назви кольорів допомагають зрозуміти колірну специфіку в різних мовних моделях світу, збагнути магію і символіку кольорів у різних культурах, відчути різні почуття під їх впливом: від спокою до байдужості чи ейфорії.

Східнослов'янські мови, і поміж них українська, продовжують поповнювати свою систему номінацій кольору, яка має багато очевидних відмінностей, що спричинено принципами виокремлення кольорів та їх відтінків і стосується самих способів їх позначення. Сучасна українська мова демонструє широке розмаїття прикметників на позначення кольору. Назви кольорів, їх класифікація за різними критеріями, сферами та функційними стилями їх використання – це далеко не повний перелік актуальних проблем, які обирають предметом своїх студіювань лінгвісти. Якнайбільше дослідники вивчають назви кольорів у художньому стилі української мови (І. Бабій, Л. Бикова, Г. Бойко, Н. Крутікова, Л. Пустовіт, В. Серeda), в історичному аспекті (В. Горобець, В. Сич, М. Чікало), на матеріалі різних слов'янських мов (болгарської – М. Коваль-Костинська, польської – М. Грабська, східнослов'янських мов – А. Кириченко). Назви кольорів – традиційне питання і в монографічних наукових працях про прикметники (А. Гриценко), фразеологію (Д. Мицан), фольклорну кольорову символіку (С. Єрмоленко, О. Потебня).

Особливості позначення кольорів в українській термінології – новий об'єкт мовознавчих студіювань. Ця тема останніми десятиліттями набула практичної актуальності й у таких молодих галузях, як дизайн інтер'єру, промисловий, ландшафтний, комп'ютерний дизайн, фітодизайн тощо. Мета цього дослідження – класифікувати за семантичним критерієм назви кольорів у складі термінів сфери сучасного дизайну, зокрема, інтер'єру. Матеріал дослідження – термінологічні словники різних типів та сучасна навчальна література для студентів спеціальності «Дизайн».

У термінологічних словниках з образотворчого мистецтва, архітектури, дизайну назви кольорів є не самостійними термінами, а виключно компонентами термінологічних словосполучень. Так, у «Навчальному російсько-українському словнику термінологіки сфери дизайну» (Запоріжжя: ЗНТУ, 2015 . – 44 с.) подано такі терміносполучення: брунатний колір, пастельний живопис, червоний кобальт та ін. Дослідження назв кольорів у складі термінологічних сполучень за семантичним критерієм дозволило виявити два їх види: 1) прикметники, що називають конкретну колірну якість (жовтий, синій, червоний); 2) прикметники, що тільки позначають певну кольоровість чогось, проте не конкретизують характер забарвлення (квітчастий, смугастий, строкатий). У першій групі виокремлено п'ять підгруп: 1) прикметники для позначення кольору без указівки міри його вияву (білий, зелений); 2) прикметники, що позначають ступінь вияву колірної ознаки (зеленавий, синюватий, червонуватий); 3) прикметники на позначення кольору за його інтенсивністю (світло-жовтий, темно-зелений); 4) прикметники, що позначають відтінок того кольору, що прийнятий за норму (жовтогарячий); 5) прикметники на позначення гібридного кольору, тобто поєднання різних кольорів (жовто-зелений, синьо-зелений). За мовною генезою назви кольорів представлені як питомими (білий, червоний), так й іншомовними – лексичними запозиченнями з іспанської (індіго), італійської (терако́т), арабської (шафра́н), латини (пурпу́р), французької (бордо́) та інших мов. Актуальності у дизайні інтер'єру останніх років набули назви кольорів за їх асоціацією з тими предметами, речами, рослинами, квітами тощо, які від природи мають цей колір. Наприклад: баклажановий, бузковий, буруштинний, гранатовий, кипарисовий, м'ятний, оливковий, цитриновий тощо. Серед нових кольорів – кардинал, маренго, марсала, масака, фрез та ін. Кожного року у тренді певний колір інтер'єру.

Отже, термінологічна лексика на позначення кольору в українській термінології дизайну переважно представлена прикметниковими компонентами термінів-словосполучень. У лінгвістичному ракурсі вони підлягають як семантичному аналізу, так й аналізу за морфологічними параметрами, за мовним походженням, за способом словотворення, за синтаксичною функцією у фаховому тексті, за емоційним впливом, за виражальними можливостями кольору в різних живописних техніках та в дизайні інтер'єру. Система кольорів в українській термінології сфери дизайну інтер'єру є відкритою для неологізмів, динамічною, гетерогенною за етимологічною природою, функційно різноманітною, семантично зумовленою різними зовнішніми чинниками й усталеною національною словотвірною парадигмою.



УДК 811.161.2:81'374

Колупаєв Д.А.<sup>1</sup>, Ласкава Ю.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. 4215-1 ЗНУ

<sup>2</sup>канд. філол. наук, старш. викл. ЗНУ

## **СУЧАСНА ТЕРМІНОЛОГІЧНА ЛЕКСИКОГРАФІЯ З ТОЧНИХ НАУК: ПЕРСОНАЛІЙ ЗДОБУТКИ**

Термінологія української мови об'єднує в своєму складі найменування спеціальних понять усіх галузей науки, техніки і сфер професійної діяльності суспільства. Офіційне народження української термінології як метамови припадає на другу половину XIX ст. Пройшовши складний шлях розвитку, сьогодні вона є високорозвиненою системою номінацій, що відповідає сучасному рівневі розвитку вітчизняної науки, техніки, культури, мистецтва, суспільних інституцій тощо. Синхронний огляд сучасної української термінології дає уявлення про те, наскільки складна й різномірна вона за джерелами формування, за часом появи окремих термінів та цілих терміносистем і, нарешті, за способами номінації. Із 80-х років XX ст. у термінознавстві сформувалися два наукові погляди: 1) «LSP лексикографія» і «термінографія» – це дві різні дисципліни (Wuster, Riggs, Svensen, Rey); 2) «LSP лексикографія» і «термінографія» є взаємозалежними та взаємообумовленими поняттями (Б. Головін, С. Гриньов, В. Дубічинський, Р. Кобрін, Kaufmann, В. Лейчик, Г. Онуфрієнко, Т. Пристайко, Л. Симоненко та ін.). Для вітчизняного термінознавства більш характерний саме другий підхід.

Мета цього дослідження – визначити актуальні для сучасних студентів словники термінології точних наук; зібрати, вивчити й узагальнити інформацію про авторів-упорядників цих термінографічних видань. Виокремлюючи мову науки як підсистему літературної мови, дослідники виходять із поліструктурності та поліфункційності останньої. На відміну від багатofункційної літературної мови, мова науки має задовольняти особливі потреби фахової комунікації в межах певних галузей людської діяльності. Прогресивний розвиток і взаємодія терміносистем з кінця XX ст. викликали реструктуризацію термінопростору української мови, що зумовлює потребу кодифікації таких термінологічних одиниць, які вже функціонують на рівні узусу, але ще не закріплені в лексикографічній практиці, та перегляду вже наявних назв для їхньої адаптації до сучасних вимог терміновтворення. Тому перед термінознавцями й лексикографами постало завдання створення словників нового зразка. У цьому контексті на особливу увагу заслуговують словники математичної галузі. Серед укладачів більшості з них – Мейнарович Євген Володимирович (1941–2011 рр.), канд. фіз.-мат. наук, розробник числоаналітичних методів інтегрування крайових задач із

нелінійністю в межових умовах. Він є автором низки статей і з проблем термінознавства. Науковець разом із колегами (Р. Воронка, М. Кікець, О. Кочерга, М. Кратко, В. Павленко, І. Черненко, Д. Шерік) підготував шість перекладних словників із точних та природничих наук, зокрема перший в історії України «Англійсько-український термінологічний словник з математики» (1993 р., Київ, 10 000 термінів). В умовах активізації міжнародних зв'язків студентам корисно послуговуватися саме перекладними словниками, де наведено міжмовні еквіваленти важливих для майбутніх математиків і фізиків понять. Це, зокрема, крім зазначеного вище, «Англійсько-український словник з програмування і математики» (1998, Луцьк, понад 22 000 термінів), «Українсько-англійський словник природничих термінів із префіксом не-» (2000, Київ, близько 4000 термінів), «Англійсько-український словник з інформатики і математики» (2004, Львів, близько 10 000 термінів), «Англійсько-український словник «Математика та кібернетика» (2010, Київ, 50 000 термінів), «Англійсько-українсько-англійський словник наукової мови «Фізика та споріднені науки» (2010, Вінниця, близько 150 000 термінів у кожній із двох частин). Син поляка та німкені, Мейнарович Є.В. дуже добре знав українську мову, тонко відчував відтінки лексичних значень, що разом із широкою математичною ерудицією допомагало йому бути одним із найавторитетніших арбітрів у численних термінологічних дискусіях. Колеги називали його Еренфестом української наукової мови, взірцем полеміста у наукових дебатах, а з іншого боку – суворим редактором наукових праць українською мовою.

Відомою в українській термінографії є й канд. фіз.-мат. наук, автор публікацій з теорії плазми Ольга Дмитрівна Кочерга. Крім словників, укладених спільно з Є. Мейнаровичем, вона публікує статті про найточніші способи творення термінів у царині фізики. Дослідниця вивчає втручання позанаукових чинників у структуру термінологічної лексики, аналізує засади термінотворення впродовж 1930–1980-х років, наслідки термінологічного суржика й неподоланий вплив його на теперішній стан української наукової мови.

Отже, професійна діяльність багатьох науковців пов'язана із словникарською практикою: українську термінографію розвивають саме галузеві фахівці. Підготовлені ними перекладні термінологічні словники – справжні помічники студентів в опануванні рідною й англійською мовами (а 2016 р. проголошено роком англійської мови) термінологією цих класичних наук, вони стануть у нагоді при опрацюванні англійськомовної літератури з математики, фізики, кібернетики, інформатики, при підготовці довідкових анотацій та рефератів-резюме до українськомовних наукових статей. Перекладні словники необхідні також для здобуття якісної вищої технічної освіти в рамках бакалаврату та магістратури, коли в студентів з'явилися

можливості продовжувати чи здобувати нову вищу освіту в університетах Європи в рамках Болонського процесу.

УДК [82.09+81](049.32)

Гладій О.Л.<sup>1</sup>, Гундорова Т.І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>асп. ф-ту україністики УВУ

<sup>2</sup>проф. УВУ

## **СУЧАСНА НІМЕЦЬКОМОВНА УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА: ЗАГАЛЬНИЙ ОГЛЯД**

У процесі глобальних соціально-демографічних процесів сучасна німецькомовна література набуває рис, які змінюють її характерні риси і розуміння німецької культури взагалі. Внаслідок міграційного руху в Німеччину з найрізноманітніших причин і країн тут опиняються автори різного походження, в тому числі й українського, що обирають мовою своїх творів німецьку. Серед сучасних авторів, яких об'єднує спільне походження з України або українська тематика їхніх творів, – Мар'яна Гапоненко, Катя Петровська, Юлія Рабінович. Роман «Wer ist Martha?» («Хто така Марта?») Мар'яни Гапоненко вийшов друком 2012 року і знайшов визнання літературних критиків: він відзначений премією імені Альберта фон Шаміссо. Протагоністом роману є Лука Левадський, поважного віку пан, орнітолог з Галичини, який останні дні життя бажає провести в рідному місті своєї матері. Смерть старших чоловіка у готелі класу люкс, де він оселяється, інтерпретується авторкою як кінець старої Європи з її конфліктами і переживаннями. Катя Петровська вийшла на літературну сцену завдяки роману «Vielleicht Esther» («Можливо, Естер»), який було нагороджено літературною премією Інгеборга-Бахманна у 2013 -му році. У романі описано пошуки «уривків історії» власної родини, які вплітаються у велику історію знищення євреїв у Києві націонал-соціалістами. Авторка використовує можливості сучасної літератури – говорити за тих, хто мовчить або в кого голос був забраний. У романі проявляються нерозривність західноєвропейського і східноєвропейського дискурсів, розмиті кордони між націями, етносами і культурами, політична конфронтація з якими призводила до людських катастроф, центральне смислове місце серед яких посідає Голокост. Останній роман Юлії Рабінович зображує актуальну ситуацію заробітчан у Західній Європі. Героїня Діана походить зі Східної Європи, має вищу освіту, але з особистих й економічних причин змушує кримінально заробляти. Умови непростого життя і хиткий стан виводять її на заплутані дороги власних спогадів, галюцинацій, змішаних почуттів та комплексів і кидають у вуличне життя. Діана стає тією, що їсть землю (Erdfresserin). І

після виснажливих психозів помирає в лісі, так і не знайшовши дороги додому. Особиста історія Діани розгортає перед читачем асиметрії між східною та західною частинами Європи й узагальнює причини та обставини масової міграції. Юлія Рабінович ідентифікує іноземну мову зі своїм «я», пояснюючи, що мова – це частина її шкіри, частина її крові, вона змінюється, оскільки треба змінити свою ідентичність. Так, література в українському контексті вимірює пульс часу в сучасному світі.

УДК 94(477) «16 – 17»

Бондарчук К.С.<sup>1</sup>, Рябінін С.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>доц. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. МТУ-225 ЗНТУ

## ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ ЕЛЕКТРОННОГО ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО СЛОВНИКА POLY DIC

Сьогодні ринок програмного забезпечення пропонує велику різноманітність комп'ютерних словників – від мультимедійних енциклопедичних до вузькофахових спеціалізованих. Однак ці словники переважно розроблено та видано поза межами України. Серед відомих українських комп'ютерних словників можна назвати інтегровану лексикографічну систему «Словники України», розроблену Інститутом мовно-інформаційних досліджень НАН України (понад 233 тис. слів, вміщує 6 словників української мови: орфографічний, орфоепічний, словник синонімів, словник антонімів, фразеологічний та словник фразеологізмів); електронний тримовний російсько-українсько-англійський багатотематичний тлумачний словник MultiLock v.3.80 (27 тис. термінів), створений Галузевим нормативно-термінологічним центром нафтогазового комплексу; компакт-диск зі збіркою українських академічних словників 30-х років у форматі pdf, зокрема «Російсько-український словник» (1924–1933 рр., гол. ред. А. Кримський, С. Єфремов), видавництво «К.І.С.», 2007 р. Класифікацію комп'ютерних словників, засади та підходи до їх розроблення Ю. Каличак, Р. Кінаш, О. Мельник, Р. Мисак, В. Перебийніс, В. Сорокін.

Мета цієї роботи – описати особливості побудови та користування версіями електронного термінологічного словника PolyDic. Технічним комітетом стандартизації науково-технічної термінології Держспоживстандарту та Міністерства освіти і науки України (ТК СНТТ) у 2004 р. започатковано проект видання паперових словників термінографічної серії СловоСвіт одночасно з їхніми комп'ютерними версіями на компакт-дисках. Для укладання електронних версій цих двомовних словників та їх видання розроблено систему PolyDic v. 1.0, із використанням якої видано

чотири комп'ютерні диски з електронними версіями двомовних термінологічних словників. Система PolyDic v.1.0 була розроблена для формування комп'ютерних словників, паперові версії яких уже було укладено, а деякі видано. Це були комп'ютерні двомовні (російсько-українські) термінологічні словники; їх макро- та мікроструктура повністю відповідали паперовим версіям, що зумовило її недостатню гнучкість та певну обмеженість. Серед недоліків системи можна відзначити такі: обмежена кількість мов перекладних словників (дві); вбудований у систему шрифт не підтримує Unicode і не дає змогу вводити літери з діакритичними знаками; система не підтримує мультимедійні об'єкти. Система укладання та перегляду електронних словників PolyDic v.1.0 складається з двох програм: PolyDic Editor - для набирання, форматування та редагування словникових баз даних та PolyDic Viewer - для перегляду електронних словників. Перша версія системи є електронним варіантом двомовного або тлумачного термінологічного словника. Програма дає змогу супроводжувати термінологічний словник з фіксованою базою слів і словосполучень та з одним напрямком перекладу. Усі терміни можна вводити з наголосами, що є суттєвим для кращого розуміння перекладу, змісту термінів та їх усного відтворення. Для цього в програму введено спеціальний шрифт із наголосами PolyDic Sans Serif.

У 2007 році ТК СНТТ разом з кафедрою архітектурних конструкцій Національного університету «Львівська політехніка» розпочали роботу з розроблення програми «Система для укладання комп'ютерних мультимедійних словників PolyDic ML 3.0» з метою укладання комп'ютерного багатомовного словника термінів архітектури та будівництва та інших комп'ютерних термінологічних словників у термінографічній серії СловоСвіт. Ці словники можна віднести до оригінальних комп'ютерних або комп'ютерних версій паперових словників.

Система PolyDic ML 3.0 орієнтована на укладання мультимедійних комп'ютерних словників різного типу, зокрема термінологічних. Під час формування структури словникових баз даних системи та розроблення програмних засобів для укладання та відтворення термінологічних словників враховано вимоги міжнародного стандарту ISO 12620 «Computer applications in terminology – Data categories» та національного – ДСТУ 3966-2000, які визначають засади й правила розроблення стандартів на терміни та визначення понять. Кожний зі стандартів можна розглядати як термінологічний словник-мінімум. Однією із засад ДСТУ 3966-2000 є вимога уникнення синонімії під час розроблення термінологічних стандартів, відсутність багатозначності й омонімії.

Отже, оскільки в Україні не практикується видання словників та іншої літератури разом з електронними версіями на комп'ютерних дисках, то

комп'ютерні словники термінографічної серії СловоСвіт будуть заповнювати цю прогалину в інформаційному просторі. Комп'ютерні словники, укладені з допомогою PolyDic 1.0, є простими й зручними в використанні і не вимагають потужної комп'ютерної техніки. Нова версія системи PolyDic ML 3.0 надає укладачам словників широкі можливості для укладання багатомовних мультимедійних словників та орієнтована на сучасний рівень як техніки і програмних засобів, так і потреб користувачів програмних продуктів

УДК 821.161.2.09'18/19'І.ФРАНКО

Лейко А.О.<sup>1</sup>, Бондарчук К.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. ФЕУ-614 ЗНТУ

<sup>2</sup>доц. ЗНТУ

## НАЦІОНАЛЬНА ІДЕЯ У ТВОРЧОСТІ І. Я. ФРАНКА

Умови недержавності та поневолення, в яких перебувала українська нація упродовж тривалого часу, спонукали українське письменство ставити проблему національної ідеї у своїй творчості на перше місце. Іван Франко цю тему досліджував у багатьох наукових працях, серед яких – «Одвертий лист до гал[ицької] української молодезі», «Реалісти чи кар'єристи?», «Ідеї» й «ідеали» галицької москвофільської молодезі». У них письменник вів одверту розмову зі своїм народом, намагався підсумувати, відстежити долю української нації, осмислити буття свого народу, оцінити його минуле, проаналізувати сучасне, пройнятися прийдешнім. Франкове розуміння національної ідеї в європейському контексті, його погляди на національну свідомість як визначальну духовну домінанту національної сутності індивіда досліджували в різні роки О. Баган, О. Забужко, М. Козловець, В. Скотний, М. Шалата. Тема націотворення, подолання рабської психології, ідентифікації себе як української нації, побудова справді незалежної держави була і залишається особливо актуальною для народу України.

Мета цієї роботи – описати погляди І. Франка на існування народу та націотворення, націотворчу функцію інтелігенції, її історичне покликання, проблеми єдності української нації. Концепція національної ідеї Івана Франка ґрунтувалася на визнанні нації як неповторного й самосвідомого суб'єкта історичного процесу, як явища духовно цілісного і єдиного. Природним утворенням є не нація, а етнос (у Франка «раса»), нація ж є «суцільний культурний організм». На думку І. Франка, момент самовизначення, самопізнання нації й становить поняття «національна ідея». Кожна нація має свої специфічні риси, самобутню культуру, традиції, звичаї – усе те, що в сучасній науці називається генотипом. Людина, родина, рід зі

своїм походженням, психікою, віруваннями, традиціями, історією, культурою – ось «першооснова» нації, а не зняряддя праці, класи і прошарки між ними. Це означає, що національне творення майбутнього здійснюється на вічних цінностях духу, який є умовою розвитку будь-яких економічних засад. Пізнання минулого свого народу, його історії, на думку І. Франка, є важливим чинником національного ренесансу. У той самий час він стояв вище від вузьконаціонального розуміння політики, культури, історії; був переконаний, що національна велич – шлях до величі загальнолюдської, у кінцевому підсумку – планетарної. Накреслена І. Франком у статті «З кінцем року» програма націотворення має комплексний, всебічний характер. Автор уважав, що Україну зробить суб'єктом історії лише наполеглива праця в усіх галузях – як у культурі, так і в економіці та політиці. На провідне місце ставився ним і розвиток освіти, преси, збереження мови.

Для І. Франка незаперечним було те, що в створенні нації новітнього типу з народу, який «мовчить, молиться і платить», вирішальну роль покликана відігравати інтелігенція, вносячи в маси національну ідеологію. Саме в цьому вбачав він найсвятіший обов'язок, історичне покликання молодого покоління. Іван Франко дає декілька слушних порад своїм землякам щодо їхньої громадянської і політичної роботи: «Ми мусимо навчитися чути себе українцями – не галицькими, не буковинськими, а українцями без офіціальних кордонів. І се почуття не повинно у нас бути голою фразою, а мусить вести за собою практичні консеквенції. Ми повинні – всі без виїмка – поперед усього пізнати ту свою Україну, всю в її етнографічних межах, у її теперішнім культурнім стані, познайомитися з її природними засобами та громадськими болячками і засвоїти собі те знання твердо, до тої міри, щоб ми боліли кождим її частковим, локальним болем і радувалися кождим хоч і як дрібним та частковим її успіхом, а головнo, щоб ми розуміли всі прояви її життя, щоб почували себе справді, практично частиною його». І. Франко наголошував на тому, що всі покоління української інтелігенції були вихованцями або російської, як київські «громадівці», або ж західноєвропейської, передусім німецької культури, цураються своєї окремішності, у душі соромляться свого походження. У спадщині І. Франка є твір, який став пророчим для всього українського народу, – поема «Мойсей», у якій поет висловлює впевненість у тому, що його народ, «замучений, розбитий», подолає всі труднощі на шляху до нової держави.

Отже, І.Я. Франко у своїх творах докладно розкрив поняття нації, національної ідеї, націотворення. Усе життя він боровся за модернізацію України на європейських цивілізаційних засадах ХІХ століття та шукав шляхи створення новітньої держави. Відчувши ритми доби, осмисливши минуле, він указав нації на єдино правильний шлях – шлях свободи,

подолання в собі раба, вироблення активної життєвої позиції кожною людиною, здобуття національної суверенності, побудови своєї державності.

УДК 821.161.2.09'18/19'І.ФРАНКО

Сидоренко Є.В.<sup>1</sup>, Бондарчук К.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-215 ЗНТУ

<sup>2</sup>доц. ЗНТУ

## І.Я. ФРАНКО – ГРОМАДСЬКИЙ ДІЯЧ

І.Я. Франко брав активну участь у громадському і політичному житті. Як громадський діяч, зазнав немало переслідувань, утисків і тюрем. Громадська діяльність І. Франка була активною на всіх етапах його життя, яке пройшло під знаком любові до рідного народу; він вважав за святий обов'язок служити людям, досліджував проблеми, пов'язані зі скасуванням панщини і впровадженням капіталістичних відносин у селі. Громадсько-політичну діяльність І. Франка досліджували І. Басе, П. Берко, Ю. Биковська, А. Каспрук, М. Небелюк.

Мета цієї роботи – описати основні етапи громадсько-політичної діяльності Івана Франка. Після вступу до Львівського університету він став членом студентської організації «Академічний гурток». Восени 1875 р. увійшов до складу редакції журналу «Друг». У 1878–1881 рр. працював у редакції першої в Галичині соціалістичної газети «Раса» та організованому навколо неї польсько-українсько-єврейському соціалістичному комітеті. У молоді роки проводив соціалістичну пропаганду серед робітників Львова, Борислава, Дрогобича та селян Галичини. За це чотири рази був заарештований і відбував тюремне ув'язнення (червень 1877 р. – березень 1878 р.; березень – червень 1880 р.; серпень – жовтень 1890 р. та березень 1893 р.) у Львові та Коломиї. У січні наступного року Франка і його однодумців звинувачували в належності до насправді неіснуючої таємної соціалістичної організації. Досвід першого арешту та судового процесу сприяв переходу І. Франка на соціалістичні позиції. Він був одним із головних авторів «Програми соціалістів польських і руських Східної Галичини» (1881); вважав, що провідну роль у соціалістичному й демократичному русі в Галичині має відігравати не промисловий пролетаріат, а селянство, яке було переважно українським. У жовтні 1890 р. І. Франко разом з М. Павликом, В. Будзиновським, Є. Левицьким заснував першу українську політичну партію – Русько-українську радикальну партію (РУРП), став її першим головою (до 1898 р.) та одним із головних ідеологів. Від цієї партії безуспішно кандидував на виборах в австрійський парламент у 1897 та 1898 рр. Наступного року вийшов зі складу РУРП і приєднався до



Української національно-демократичної партії. У 1899 році він стає дійсним членом Наукового товариства ім. Шевченка. Політичні погляди І. Франка спричинили певну його ізоляцію від громадсько-політичного життя Галичини аж до кінця 1890-х рр. Водночас намагався організувати опозиційну політичну силу, яка б змогла модернізувати громадсько-політичне життя Галичини. Зокрема, у своїй статті «Що таке поступ» Франко одним із перших спрогнозував появу тоталітаризму і тоталітарної держави. До кінця життя проблеми виникнення держави посідають значне місце у творчості Івана Франка.

Отже, упродовж усього життя І. Франко займав активну громадсько-політичну позицію. Почавши свою громадську діяльність з москвофільського гуртка, він незабаром покинув його задля народовецького табору. За студентських часів Франко захоплювався соціалізмом, студіював Маркса й Енгельса, а коли побачив облудність «нової релігії», активно її розвінчував. Загалом у І. Франка помітна еволюція від крайнього радикалізму до поступового націонал-демократизму. Саме ці ідеї він розвивав як у наукових працях, так і в літературній творчості, а також поширював серед людей.

УДК 821.161.2.09'18/19'І.ФРАНКО

Луців К.Й.<sup>1</sup>, Бондарчук К.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-215 ЗНТУ

<sup>2</sup>доц. ЗНТУ

## НАУКОВА СПАДЩИНА І.Я. ФРАНКА

Іван Якович Франко – багатогранна особистість, знакова постать вітчизняної та світової історії й культури: поет, прозаїк, драматург, учений, етнограф, фольклорист, історик, філософ, соціолог, економіст, журналіст, перекладач, громадсько-політичний діяч. Як учений, І. Франко – автор численних наукових праць з історії та теорії літератури, літературної критики, фольклористики, етнології, мовознавства. Він є автором ґрунтовних мистецтвознавчих студій із теорії та історії українського і світового театру. Важливе культурологічне значення мають його релігієзнавчі дослідження; Франкові належать численні праці з економіки, соціології, історії. Інтерес до творчості І. Франка з'явився ще за його життя: про нього багато писали в пресі, тоді ж з'явилася перша бібліографія його творів. Ці дослідження започаткували окрему галузь українознавчих студій – франкознавство, яке має на сьогодні численні здобутки. Зокрема, досліджували наукову діяльність І.Я Франка І. Білодід, В. Голяк, Н. Корнієнко, Л. Лисиченко, Є. Маланюк.

Мета цієї роботи – описати широту наукових інтересів І. Франка, зокрема його внесок у розвиток філософії, історії, мовознавства, фольклору

й етнографії, економічної науки. Філософсько-соціологічні й суспільно-політичні концепції Франко трактував у студіях «*Nauka i jej stanowisko wobec klas pracojacych*» (1878), «Мислі о еволюції в історії людськості» (1881–1882), «Найновіші напрямки в народознавстві» (1895). Студію «Соціалізм і соціал-демократизм» (1897) І. Франко присвятив критиці наукового соціалізму та матеріалістичної концепції історії. Огляд суспільно-культурного розвитку з критикою комуністичної концепції держави здійснив у праці «Що таке поступ?» (1903). У 1904 р. Франко написав наукову працю, яка відома під назвою «Поема про сотворення світу». На світогляд І. Франка мали вплив багато відомих філософів зі світовим іменем, проте він мав власний погляд і увійшов у свідомість наступних поколінь як невтомний будівничий людських душ українського народу.

У галузі мовознавства І. Франко досліджував питання норм літературної мови та діалектів у працях «Етимологія і фонетика в южноруській літературі», «Літературна мова і діалекти» (1907), у яких відстоював думку про єдину українську літературну мову, вироблену на наддніпрянських діалектах і збагачену західноукраїнськими говірками. Важливою є праця «Причинки до української ономастики» (1906). Велика роль Івана Яковича Франка в розробленні наукової термінології з політекономії, адже до нього в Україні були поширені російські, польські та німецькі її мовні інтерпретації. Методологічні настанови щодо творення та вживання термінів відображені в його праці «Із секретів поетичної творчості», де визначено специфічність терміна порівняно з загальновживаним словом. Складність творення й уживання термінологіки І. Франко вбачає в тому, що, з одного боку, «учений, викладаючи нам здобутки науки, мусить послуговуватися мовою, і то не якоюсь абстрактною, а тою, звичайною, витвореною історично, привичною для нас», а з іншого – «повинен дбати про максимальну точність і однозначність терміна». І. Франко доходить висновку, який і в сучасній термінологічній науці повинен бути методологічним кредо: підбирати й творити такі терміни, щоб концентрувати увагу користувача «на головній течії аргументації». Теоретичні засади термінології, що лежать в основі термінологічної практики І. Франка, ішли в руслі загальних вимог інтелектуалізації української літературної мови.

У царині фольклору й етнографії І. Франко зібрав багато джерельного матеріалу, написав низку студій і статей про одяг, харчування, народне мистецтво, вірування населення Галичини, які публікував у журналах «Світ», «Друг», «Жите і Слово», «Зоря», «Киевская Старина», «ЗНТШ» та ін. У 1898–1913 рр. І. Франко керував Етнографічною комісією НТШ і разом з В. Гнатюком редагував «Етнографічний Збірник». Грунтовною

фольклористичною працею є «Студії над українськими народними піснями» (1913).

Економічні праці І. Франка в історичному розвитку трактують становище робітників, серед яких – «Промислові робітники в Східній Галичині й їх плата», (1870); «Про працю» (1881), а також селянства в Галичині: «Земельна власність у Галичині» (1887); «Еміграція галицьких селян» (1892); «Селянський рух у Галичині» (1895). Виняткова роль І.Я. Франка в історії української економічної думки полягає в тому, що він вносив у неї категорії марксистської політичної економії для дослідження капіталістичних виробничих відносин. Серед доробку І. Франка заслуговують на увагу й історичні розвідки (близько 100 друкованих праць), більшість з яких присвячені селянському рухові і революції 1848 р. в Галичині та польсько-українським взаєминам.

Отже, за своїми величезними кількісними масштабами, надшироким галузевим, проблемним і тематичним діапазоном, ідейно-світоглядною актуальністю й глибиною, інноваційним потенціалом І. Франко й досі залишається неперевершеним взірцем «духово-інтелектуального подвигу» (Є. Маланюк) колосальної націо- й культуротворчої значущості.

УДК 821.161.2.09'18/19'І.ФРАНКО

Поліщук С.С.<sup>1</sup>, Бондарчук К.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-215 ЗНТУ

<sup>2</sup>доц. ЗНТУ

## **НЕПОВТОРНІСТЬ СТИЛЮ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ І.Я. ФРАНКА**

Поезія Івана Франка – епохальне явище в історії української літератури. Осягнути його намагалися дослідники упродовж багатьох десятиліть, але поет і досі залишається, на думку Є. Маланюка, невідкритим, «незнаним». Перші критики (М. Зеров, П. Филипович) вбачали в його віршах «римовану прозу і революційну тенденцію», «крайній радикалізм» чи навіть «об'яв декадентизму». Науковці пізнішого періоду (О. Дей, С. Шаховський) досліджували художню майстерність поезій, їх зв'язок з народною творчістю. Сучасні дослідники (М. Євшан, О. Забужко, І. Денисюк) вивчають творчість поета в контексті тогочасних модерністських мистецьких пошуків.

Мета цієї роботи – описати особливості стилю поезії І.Я. Франка на прикладі наспівних віршів. Наспівні поезії представлені у творчості І. Франка літературними піснями та веснянками, що увійшли до поетичних збірок «Веснянки», «Зів'яле листя», «З вершин і низин». Поет збагачує поетичну палітру своїх творів внутрішньою мелодією, пісненими мотивами і

зворотами. Напр., вірш «Ой ти дубочку кучерявий» щедро наповнений епітетами, які йдуть від народної пісні: дубочку кучерявий, густі лози, дрібні сльози, чорні очі, темні ночі, листочки зів'ялі. Розпочинається твір притаманним для народнопісенної творчості риторичним звертанням, підсиленням питальним реченням: «Ой ти, дубочку кучерявий, Ой, а хто ж тебе скучерявив?» У піснях І. Франка часто використано його улюблений засіб поетичного синтаксису: вживання дієслів-синонімів та повторення прикметників-означень, що надає тексту динаміки та емоційної виразності: «Вже моя сила слабне, гнеться, Вже мені весна не всміхнеться. Падуть листочки зів'ялі, зів'ялі – от так і сам я впаду далі». Важливу роль відіграє народнопоетична рима, як-от: лози – сльози, ночі – очі, врода – непогода, тале – в'яне, злоба – худоба.

Другий «жмуток» збірки «Зів'яле листя» вміщує поезію «Зелений явір, зелений явір», написану також у формі народних пісень. Кожна строфа побудована симетрично: на початку художній паралелізм зі сфери природи, потім – змалювання вродливої дівчини: «Зелений явір, зелений явір, Ще зеленіша іва. Ой між усіма дівчатоньками Лиш одна мені мила».

Отже, наспівні вірші Франка пронизані пісенними мотивами і зворотами, тому мають внутрішню мелодію, що робить їх пізнаваними і стилістично неповторними. Це досягається такими засобами, як народнопоетичний паралелізм, вживання фольклорних епітетів, багатих рим, використання народнопісенної живої мови, повторів, риторичних запитань, народнопоетичних звертань, що йдуть зі сфери почуттів, які творять «музику» віршів, зумовлюють їх наспівність.

УДК 821.161.2.09'18/19'І.ФРАНКО

Власенко А.І.<sup>1</sup>, Бондарчук К.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-215 ЗНТУ

<sup>2</sup>доц. ЗНТУ

## І. Я. ФРАНКО – ПОЕТ-ЛІРИК

Ліричну поезію І.Я. Франко писав упродовж усього творчого життя, починаючи від перших літературних спроб аж до поезій років недуги. У своїй творчості поет прагнув охопити всі сфери людських переживань і стосунків. Його вірші несуть ідейну настанову, закликають до духовної мобілізації, виражають експресії душевних мук і переживань, націлені на осмислення повсякденних явищ, а також інтимного життя. Лірику І.Я. Франка в різні періоди досліджували М. Зеров, М. Возняк, О. Дей, А. Музичка, на сьогодні докладно описано поетику його лірики Ю. Клим'юком та В. Корнійчуком.

Мета цієї роботи – описати жанрове розмаїття ліричної поезії І.Я. Франка та художні особливості романсів і сонетів. Лірика І. Франка об'єднує жанри фольклорного та літературного походження, такі як: літературна пісня («Зелений явір, зелений явір...», «Червона калино, чого в лузі гнешся?»); літературна веснянка («Дивувалась зима», «Гріє сонечко»); романс («Ой ти, дівчино, з горіха зерня...», «Якби знав я чари...»); думка («Розпустила над водою верба довгі віти»); лірична дума («Понад степи і поле, гори й доли...»); послання («Декадент», «Сідоглавому»); віршова епістола («Лист до Стефанії»); некрологічні жанри (епітафія, прощальне посмертне слово, поминальник); елегія («Весно, ти мучиш мене! Розсипаєшся сонця промінням...») тощо.

Значне місце у творчості І. Франка посідають романси, що входять до збірки «Зів'яле листя». Вони хоч і пройняті народнописанним мелосом, але стоять ближче до загальноєвропейських літературних традицій. Зокрема, мотивами любовного страждання насичені сюжети, в яких подано лірико-драматичний аналіз історії переживання різних фаз і форм любові, що породжують «хвилю пісень», тобто віршів («По довгім, важкім отупінню...»); любов приносить ліричному героєві відчуття сили і щастя («Не знаю, що мене до тебе тягне...»); кохання ліричного героя до дівчини настільки сильне, що він готовий віддати душу за неї («За що, красавице, я так тебе люблю...») та ін. Романси І. Франка відтворюють крайнє нервові напруження, одухотворене почуттям нерозділеної любові. Художні засоби вираження почуттів передають нестримну силу кохання ліричного героя. До них належать фразеологізми, епітети, порівняння, гіперболи, а також протиставлення та психологічний паралелізм, риторичні фігури, уявна діалогічність, яка виникає між ліричним героєм і його коханою.

У романсах І. Франка розкрито світогляд тодішнього інтелігента, естетичні уподобання якого виходять з народної культури, але стають виразниками нових поглядів на любов і мораль урбанізованого світу.

У творчості І. Франка великою кількістю зразків представлений жанр сонета. Серед них – низка сонетів, які належать до жанру вірша-присвяти («Котляревський», «Галицьким сонетистам») та вірша-заклику («Не бійтеся тюрми! (Сонет)»). Сонети І.Франка поділяють на чотири тематичні групи: 1) суспільна роль мистецтва («Сікстинська мадонна», «Колись в сонетах Данте і Петрарка...»); 2) моральне обличчя людини (триптих «У сні мені явились дві богині...», диптих «Плив гордо яструб в лазуровім морі...»); 3) антигуманна сутність імперій («Росіє, краю туги та терпіння...», «Багно гнилеє між країв Європи...»); 4) насильницька політика держави та відсутність демократизму в Австро-Угорській імперії («Встаєм раненько, мисемось гарненько...», «Ні, наш тюремний домовий порядок...»). За способом художнього зображення розрізняють два типи сонетів –

реалістичний і натуралістичний. Мова реалістичних сонетів І. Франка досить емоційна, багата на фігури художнього синтаксису: психологічні і синтаксичні паралелізми, анафори, інверсії, аналогії, зіставлення. Вони надають їм жвавості, точності формування думок. Посилюють динаміку висловлювання риторичні запитання, звертання, заперечення, твердження. Використання цих засобів відповідає емоційно-смысловому навантаженню творів. Загальностильовими ознаками натуралістичних сонетів І. Франка є деталізація, а також наскрізна іронія творів, що може доходити до сарказму, глузливого дотепу. Лексика – загальноновживана, зі значною домішкою просторічних слів, інколи зустрічаються латинізми. Ці сонети бідні на тропове оформлення. Лише зрідка в них використано метафори та метонімії.

Отже, поезія І.Франка представлена величезним жанровим розмаїттям. Він створив близько півсотні різноманітних жанрових форм лірики. У своїй творчій практиці поет, зокрема, розширював зображувальні можливості романсів та сонетів, надавав їм народнопісенної мелодійності, ліризму та національної своєрідності.

УДК 821.161.2.09'18/19'І.ФРАНКО

Наливайко К.В.<sup>1</sup>, Бондарчук К.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. ФЕУ-113 ЗНТУ

<sup>2</sup>доц. ЗНТУ

### **ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ ЛІНГВОПОЕТИКИ НОВЕЛИ І. Я. ФРАНКА «СОЙЧИНЕ КРИЛО»**

Іван Франко – діяч, який уособлює цілу епоху української культури, один з найвидатніших письменників слов'янських народів. Його творчість мала великий вплив на культурний розвиток не тільки України, а й Європи. Вона, на думку М. Ткачука, є «феноменальним явищем в історії української та європейської культур останньої третини ХІХ – початку ХХ століття, пройнята масштабним баченням світу з широким у часі розкриттям характерів з їх соціально-психологічним історизмом, глибоко національним духом і колоритом, але водночас і загальнолюдським духом». На думку Т. Гундорової, Франкові загалом судилося творити на зламі різних епох (добі романтизму та позитивізму, позитивізму й модернізму), на межі геокультурних просторів. Останнім часом, на думку І. Денисюка, в українському літературознавстві намітився відхід від традиційного розгляду постаті І. Франка як останнього реаліста нашої літератури й осмислення його творчості у контексті модерністських мистецьких пошуків.

Мета цієї роботи – спроба описати новаторство І. Франка в зображенні гендерних аспектів міжособистісних стосунків персонажів твору «Сойчине

крило». У новелі автор майстерно використав різноманітні прийоми і принципи моделювання дійсності й відносин між персонажами, глибоко розкрив внутрішній цілісний світ героїв. Життєвий матеріал і авторське ставлення до нього вимагали пошуку нових форм оповідної структури. «Сойчине крило» – це твір, що «виріс на перехресті різних літературних родів і жанрів». Твір має яскраві ознаки модернізму, оскільки автор уводить неоромантичні мотиви, поглиблює психологізм. У новелі «Сойчине крило» І. Франко проявив особливі тонкощі в зображенні характерів, аналізуючи психологічні нюанси у відносинах між чоловіком та жінкою.

Традиційно так склалося, що чоловік – активна сторона у взаєминах, жінка ж – пасивна. У «Сойчиному крилі» порушено цей традиційний гендерний стереотип у зображенні міжособистісних стосунків. Саме жінка стає активним суб'єктом дій. Вона долає складний і досить суперечливий, непевний шлях набуття досвіду: злегковаживши почуттями, тікає від коханого. У пошуках пригод і незвичайних пристрастей, пройшовши через багато випробувань, героїня зуміла вистояти, стати сильною і бути опорою для чоловіка, що виявився слабшим духовно і навіть фізично. Герой твору шукає сенс життя в усамітненні, ретельно витворивши романтично-таємничий світ ізоляції. І. Франко відображає конфлікт між цивілізованою, обтяженою умовностями людиною, схильною до певної награності, артистизму й естетства, та людиною природньою, яка витримує удари долі, знаходить у собі сили відродитися, щоб розпочати життя заново. Руйнуючи світ самоти, героїня повертає штучно сформованого відлюдька до справжнього повноцінного життя. Автор аналізує причини того, що змусило жінку стати сильнішою від чоловіка: «Ти все сердився на мене. Твоя любов виявлялася головно сердитістю. Була немов мимовільна, силувана концесія для твоєї пророцької чи апостольської гідності. Тямиш, яким пророком і апостолом я пізнала тебе? Як ти не говорив, а благовістив, не кланявся, а снисходив? І се дразнило мене». Саме ця роль «апостола» спонукала героїню покарати його зарозумілість. Підтвердженням провідної ролі жінки у стосунках є і зміна імені героя: «Тямиш, як я з руського Хоми перехрестила тебе на італійського Томассо, а того здрібнила на Томассіно, а сього вкоротила на Массіно?», адже перейменовує його героїню суголосно до свого імені Манюся. Марія самостійно пройшла етапи самоідентифікації, не піддаючися зовнішньому тиску, не відчуваючи необхідності дотримання консервативних, застарілих поглядів на місце жінки та чоловіка в сім'ї та суспільстві. Вона не відчуває страху залишитися самотньою, що зробило її цілісною особистістю, яка не потребує самоутвердження через награну манеру поведінки, одяг, фальшиву вишуканість, залишається природньою, гармонійною, довершеною у своїй поведінці. Навіть закохавшись, вона не вдається до всіляких хитрощів, як було прийнято, а несе в собі справжні

почуття, сильні та щирі: «Я ж сконцентрувала всю силу своєї волі, весь огонь своєї пристрасті, всі чари своєї душі й тіла, щоб навіки, незатертими буквами вписатися в твою тямку». У новелі розкрито психологічно нелегкий шлях переходу від «паперового існування» Хоми-Массіно до активного життя завдяки підтримці сильної жінки, яка зуміла подолати в ньому егоїзм, безвольність, намагання сховатися від цілого світу у своєму кабінеті, оточивши себе красивими, по-жіночому вишуканими речами. Марія ж зуміла подолати стереотипну думку тогочасного суспільства про другорядну роль жінки як домогосподарки, придатку, доповнення до чоловіка.

I. Франко по-новому підійшов до зображення гендерних взаємостосунків між чоловіком і жінкою, відійшовши від стереотипних уявлень про характери чоловіка та жінки, їх роль у сім'ї та суспільстві. Йому вдалося показати жінку як живу та діяльну натуру, якій не потрібно приміряти маски та грати ролі, пристосовуючись до загальноприйнятих, штучно створених моральних норм. Героїня твору не тільки досягла самоідентифікації, але й зуміла своєю активною життєвою позицією змінити характер безвольного чоловіка, допомігши йому стати сильним, незалежним від стереотипів.



## СЕКЦІЯ «КРАЇНОЗНАВСТВО»

УДК 338.124.2(510):339.9

Дєдков М.В.<sup>1</sup>, Виновець О.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. іст. наук, проф. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ГФ-215 ЗНТУ

### ОСЛАБЛЕНА ЕКОНОМІКА КИТАЮ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ІНШІ КРАЇНИ

Уповільнення зростання в китайській промисловості не є проблемою виключно цієї країни. Кілька країн, особливо ті, які є постачальниками сировинних матеріалів, певним чином стали залежні від стрімкого зростання китайської економіки. У деяких випадках цим країнам доведеться заново будувати і покращувати свою економіку.

Протягом першого кварталу 2015 року світовий обсяг торгівлі впав на 1.5 % і ще на 0.5 % в наступні 3 місяці. Подібне зниження стало найбільшим за останні 6 років, і досі тривають дискусії про його причини. Аналітики ринку і економічні експерти надали кілька різних пояснень, проте, справжня причина може бути іншою. Загальним фактором є те, що Китай відіграв значну роль в надзвичайно високих темпах зростання протягом останніх 20 років.

Завдяки дешевій робочій силі Китаю вдавалося виробляти товари, а потім продавати їх за конкурентними цінами. Наприклад, були запропоновані більш зручні тарифи на імпорту, з метою обробки та реекспорту - дана структура бізнесу відповідальна приблизно за 30–50 % загального обсягу торгівлі в Китаї. Однак в останні роки перевага подібного бізнесу потроху зникає. До кінця 2015 року середня заробітна плата в Китаї становить близько 770 доларів за місяць, що більше, ніж заробітна плата в Румунії та Росії, яка становить 632 долари і 591 доларів відповідно.

Незважаючи на швидке зростання внутрішнього споживання в КНР, останні дані говорять про те, що зростання економіки країни значно сповільнилося, в основному через зниження внеску промисловості в зростання країни.

Схоже, що зростання у виробничому секторі сходить нанівець. Офіційний індекс менеджерів із закупівель впав з 50 в липні до 49,7 в серпні. Відновлення буде можливо тільки завдяки збільшенню експорту, а єдиний спосіб швидко підвищити експорт це продовжити девальвацію юаня.

Це невтішна новина для країн, які стрімко намагалися підтримати процвітання Китаю за рахунок власного експорту. Наприклад, такі країни, як Південна Африка, Австралія і Бразилія, які займалися поставками сировинних матеріалів в цю азіатську країну.

Ще одна країна, яка постраждає від уповільнення економічного зростання Китаю, це Південна Корея, яка в першу чергу поставляла в Китай

готову продукцію. Тільки в серпні повідомлялося про скорочення поставок на 8.8%. Тоді як більшість країн Європи не зазнали негативного впливу уповільнення китайської економіки завдяки диверсифікації свого експорту.

Країни, які значно залежать від Китаю, не входять до 20-ки найбільших країн в світі. У КНР надходить майже 90 % експорту з Монголії, 70% з Туркменістану і приблизно 45–70 % експорту з Гамбії, Республіки Конго і Анголи. Очевидно, що значне зниження попиту в Китаї стане катастрофічним для згаданих країн.

Отже, модель економіки КНР, яка орієнтована на експорт, була успішною протягом тривалого періоду часу і привела до швидкого зростання. Однак з часом це трансформувало економіку в модель, яка повністю залежить від попиту. Потроху зазначена модель стала розвалюватися і бажано, щоб інші країни, які побудували свої економічні плани навколо даної моделі, підготували себе до повільного зростання.

УДК 336.1(410)

Дедков М.В.<sup>1</sup>, Копоть І.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. іст. наук, проф. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ГФ-215 ЗНТУ

## **ФІНАНСИ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ**

Економіка Великої Британії є десятою економікою світу за обсягом ВВП (за паритетом купівельної спроможності) на 2015 рік. Провідним сектором британської економіки є сфера послуг (3/4 ВВП). Лідерство в ній займає її фінансова складова (27,7 % ВВП), що визначає спеціалізацію країни в системі міжнародних економічних відносин. Друга за значимістю галузь британського господарства – промисловість (18,6 % від ВВП) представлена двома підгалузями: гірничодобувним виробництвом (2,2 % ВВП) і обробною промисловістю (14,7 % ВВП). На сільське господарство, яке задовольняє порядку 2/3 внутрішніх потреб в продуктах харчування, доводиться всього лише 1 % ВВП, будівництво (6,1 %).

Британія здійснює 10 % світового експорту послуг – банківських, страхових, брокерських, консультативних, а також в області комп'ютерного програмування. Машинобудування і транспорт, промислові товари і хімікати є основними статтями експорту Великобританії. Починаючи з 1970 -х років, видобуток нафти не тільки дозволила скоротити імпорт нафтопродуктів, а й принесла істотний прибуток в торгівлі. British Petroleum є найбільшою промисловою корпорацією Великобританії і займає друге місце в Європі, поступаючись лише Royal Dutch Shell.

Країна імпортує в 6 разів більше промислових товарів, ніж сировини. Найзначнішим її експортером є США. Сім з десяти провідних постачальників товарів до Великобританії – країни ЄС. Золотовалютні резерви (валові)

Великобританії за станом на кінець 2015 року склали 84,0 млрд. дол. (кінець 2014 року – 79,2 млрд. дол.), в тому числі урядові – 51,8 млрд. дол. (48,1 млрд. дол.), Банку Англії – 32,2 млрд. дол. (31,1 млрд. дол.).

Коливання обмінного курсу британського фунта, що мали місце в 2015 р, по відношенню до основних валют помітно варіювалися. Якщо відносна стабільність курсу фунта стерлінгів по відношенню до загальноєвропейської валюти відображає, перш за все, синхронізацію економічних процесів у Великобританії і країнах, що входять в зону євро, то значне зміцнення по відношенню до долара, частково – збереження Банком Англії своєї облікової ставки на досить високому рівні, і частково – прискорення темпів національного економічного зростання.

Активи місцевих і іноземних банків Великобританії останні чотири десятиліття мають тенденцію до стійкого і стрімкого зростання: якщо в 1975 році вони становили близько 100 % ВВП країни, до 2013 року досягли 450 % ВВП. Це майже в 5 разів перевищує аналогічний показник для США, їх обсяг близько 5 трлн фунтів стерлінгів (7,8 трлн. дол.).

Великий розмір банківського сектора Великобританії зумовлений давньою позицією Лондона як одного з найбільших у світі фінансових центрів. За прогнозами Банку Англії активи банківського сектора Великобританії продовжать збільшуватися на тлі глобального економічного підйому і до 2050 року досягнуть колосальних 950 % ВВП, або близько 60 трлн фунтів.

Отже, останньою ланкою фінансової системи Великобританії є фінанси державних підприємств: державних корпорацій, змішаних і відомчих підприємств. Фінансові відносини цієї ланки фінансової системи представлені в основному фінансовими взаємозв'язками з державним бюджетом, які, з одного боку, проявляються в сплаті податку на прибуток корпорацій і відсотків за отримані в казначействі кредити з капітального бюджету, а з іншого, включають отримання ними коштів з бюджету на модернізацію виробництва та інші цілі, які в обох випадках сприятливо впливають на економіку країни.

УДК 330(430)»20»

Дєдков М.В.<sup>1</sup>, Малов В.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. іст. наук, проф. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ГФ-215 ЗНТУ

## **СТРУКТУРА ЕКОНОМІКИ ФРН ПОЧАТКУ ХХІ СТ.**

Економіка сучасної Німеччини – найпотужніша в Європейському Союзі. Ця країна стала економічним лідером у Західній Європі ще в 70-х рр. минулого століття і міцно займає ці позиції в даний час. Німеччина – одна з найрозвиненіших країн світу, вона належить до «Великої Сімки» найпотужніших й найвпливовіших в економічному відношенні держав. За

розміром ВВП (в поточних цінах) ФРН посідає третє місце у світі, її частка складає 6,4 %.

Німеччина – найбільш розвинута країна Європи. Вона є «локомотивом» Європейського Союзу, від стану її економіки багато де в чому залежать темпи розвитку всієї організації. Можна впевнено твердити, що успіхи ЄС в першу чергу ґрунтуються на економічній стабільності Німеччини. Вона має потужну промисловість; за деякими виробами електротехнічного машинобудування верстатів, хімічної, оптико-механічної промисловості ФРН посідає перше-друге місця в світі.

ФРН більше, ніж США та Японія залежить від світового ринку, її частка в світовому експорті складає 10 %, а за обсягом товарообігу вона посідає друге місце в світі після США. Частка експорту в ВВП Німеччини становить понад 20 %, що є одним з найвищих показників серед держав «Великої Сімки». Німеччина має розвинену науково – технічну базу, витрати на НДДКР становлять 3% від ВВП; проте, за науково – технічним потенціалом ФРН поступається США та Японії.

Федеративна Республіка Німеччина має одну з найкращих в світі систему соціального захисту населення, високий пересічний рівень заробітної платні. Водночас за душевим розміром ВВП вона поступається США, Японії, Канаді й деяким своїм партнерам по ЄС. Вона має високу продуктивність праці (56 тис. дол. ВВП на одного зайнятого), але меншу, ніж в США (83 тис), Канаді (71 тис), Японії (57 тис), Франції (59 тис.) і навіть Італії (58 тис), хоч в 5,5 разів більше ніж в Китаї (10 тис). Висока якість німецької продукції певною мірою компенсує на світових ринках їх високу собівартість, яка утворюється за рахунок підвищення питомих витрат на робочу силу.

Німеччина є значним експортером капіталу, вона є п'ятим за обсягом кредитором у світі, посідає третє місце за експортом інвестицій. Німеччина відіграє важливу геополітичну роль, особливо в Європі. Розташована в центрі Європи, вона протягом майже півтора століття є відчутним фактором в політиці й економіці цієї частини світу. З другої половини XX ст. її геополітична роль підсилилася. Найбільше це виявляється в провідній позиції Німеччини всередині Європейського Союзу.

Основою промисловості Німеччини тривалий час була важка індустрія. Поступово, під впливом науково-технічного прогресу структура промисловості почала трансформуватися. Знизилася частка вугільної промисловості, чорної металургії; водночас підвищеними темпами розвивалися електроніка, приладобудування, автомобільна, авіакосмічна промисловість. Проте і сьогодні Німеччина відзначається в світовій економіці як один з провідних виробників продукції важкого машинобудування, найбільший експортер металообробної техніки, хімічної

продукції. В галузях інформаційної та комунікаційної техніки, авіакосмічної і особливо побутової електроніки Німеччина помітно поступається США та Японії.

Промисловість Німеччини відрізняється високим рівнем концентрації виробництва. Великі підприємства, що складають тільки 2 % від загальної чисельності, охоплюють 30 % всіх зайнятих в промисловості і дають половину виробництва продукції. В обробній промисловості 100 найбільших фірм зосереджують 60 % загального обороту й понад 50 % загального числа зайнятих.

Отже, ФРН сьогодні – четверта країна світу за економічною потужністю (після США, КНР, Японії). За загальним обсягом ВВП, за величиною промислового виробництва і за показником середньодушового ВВП Німеччина входить у першу десятку країн світу. Вона утримує третє місце в світі з експорту слідом за США, хоча її економічний потенціал втричі менше. У Європейському Союзі вона – безумовний лідер за всіма показниками. ФРН, не маючи в своєму розпорядженні великих запасів корисних копалин і особливо сприятливих умов для сільськогосподарського виробництва, зуміла домогтися національного економічного успіху завдяки використанню таких факторів економічного зростання, як досягнення науково-технічного прогресу, висока якість «людського капіталу», активна участь у світових господарських зв'язках, розумна внутрішня економічна політика.

УДК 338.45(73)

Дедков М.В.<sup>1</sup>, Онищенко П.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. іст. наук, проф. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ГФ-215 ЗНТУ

## СУЧАСНА ІНДУСТРІЯ США

Промисловість США є однією з найпотужніших у світі. У країні отримали розвиток усі її галузі, починаючи з традиційних (металургія, автомобілебудування, суднобудування та ін.) і закінчуючи найпередовішими і найсучаснішими (біотехнологія, мікроелектроніка, виробництво космічних апаратів та ін.). Америка сьогодні лідирує в світі в промисловому виробництві в багатьох галузях: у виробництві палива, машин і обладнання, електроніки, електроенергії та ін. Особливістю американської промисловості є те, що тут основну роль відіграють транснаціональні корпорації (ТНК). Серед 500 найкрупніших ТНК світу понад 170 – американські.

США займають перше місце в світі за сумарною потужністю електростанцій (понад 1063 млн. КВт) і з вироблення електроенергії в цілому. В структурі виробництва електроенергії домінують ТЕС – 73,5 %,

АЕС – 11,7 %, ГЕС – 7,4 %, вітроенергетика та інші поновлювальні джерела – 7,4 %.

За обсягами видобутку нафти США поступається сьогодні тільки Саудівській Аравії і Росії. Завдяки новим технологіям (видобуток нафти з горючого сланцю) США починає активно освоювати нові нафтові родовища і збільшувати обсяги видобутку нафти.

Американські компанії з виробництва авіаракетної техніки, машин, комп'ютерів і електроніки, обладнання для АЕС широко відомі у всьому світі. Країна лідирує в світі з виробництва електронної продукції (компанія «ІВМ»), ділить 1–2 місця з Японією з виробництва автомобілів (широко відомі американські компанії «Форд», «Дженерал Моторс» і «Крайслер»). Відомі США і своєю авіаракетнокосмічною промисловістю. Компанії «Боїнг», «Локхід», «Рокуелл», «Х'юз ейркрафт» є основою військово-промислового комплексу США. Значне місце в авіаракетнокосмічній промисловості посідає випуск і цивільної авіаційної техніки (лайнерів, легких літаків, вертольотів), велика частина якої експортується. Важливими центрами машинобудування в США є такі великі міста, як Лос-Анджелес, Чикаго, Детройт, Нью-Йорк, Філадельфія, Клівленд, Бостон. Головний автомобільний штат Мічиган (м. Детройт) дає майже третину вироблених в країні автомобілів.

Важливими центрами у виробництві продукції хімічної галузі є міста півдня: Х'юстон, Чарльстон, Техас-Сіті, де виробляються технічні хімікати, добрива, полімери. Міста півночі, такі як Нью-Йорк, Чикаго, Філадельфія, Цинциннаті відомі своїм виробництвом медикаментів, миючих засобів, парфумерії, барвників.

Важливими центрами чорної металургії є Пітсбург, Чикаго, Балтімор (залізна руда привозиться в основному з-за кордону). Кольорова металургія (виплавка алюмінію, мідеплавильні заводи, виплавка свинцю і цинку, переробка поліметалічних руд) концентрується в районах багатих на дешеву електроенергію (тихоокеанське узбережжя, гірські штати).

Легка промисловість (текстильна, швейна та ін.) зосереджена в основному на півдні країни. Незважаючи на конкуренцію з боку текстильних виробників Південної Америки та Азії, які мають більш низькі витрати та низьку зарплату, галузь залишається одним із найкрупніших, найбільш диверсифікованим і найбільш динамічним сегментом виробничого сектору США. У галузі працюють більш як 6000 підприємств. Галузь постійно оновлюється, тому є високо технологічною і конкурентоздатною. Виробники інвестують величезні капітали на проведення різних досліджень і в розробку нових технологій виробництва. Внаслідок структурних перебудов відбувся перехід від масового виробництва до гнучких виробничих технологій, які дозволяють підприємствам переключатися з продукту на продукт з нульовим

простоем, а також виробляти невеликі партії готового одягу з витратами, що відповідають масовому виробництву.

Харчова промисловість (м'ясна, молочна, виробництво напоїв, консервна, мукомельна) так само активно розвинена в США, її підприємства розміщені досить рівномірно по всій території США. Проте виділяються райони концентрації підприємств мукомельної промисловості у Північно-Західному центрі та вздовж узбережжя Великих озер, м'ясної промисловості – в Чикаго, Канзас-Сіті та Омасі, молочної та сироварної – у штатах Вісконсін та Міннесота, консервної – у Каліфорнії. Найбільшими центрами виробництва кондитерської продукції є Нью-Йорк та Чикаго, віскі – Луїсвілл, кока-коли – Атланта, пива – Сент-Луїс та Мілуокі. Частка галузі в умовно-чистій продукції обробної промисловості складає 12 %.

Тенденції розвитку промисловості США сьогодні характеризуються поступовим зменшенням ролі і питомої ваги видобувних галузей. Все більше дешевої сировини і продуктів її переробки імпортується. У той же час зростає роль машинобудівного і паливно-енергетичного комплексів. В середньому в обробній промисловості кожні чотири роки оновлюється не менше 20 % продукції.

УДК 504.32(430)

Мозуленко Д.І.<sup>1</sup>, Гнатенко С.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>асист. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ГФ-215 ЗНТУ

## **ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ВНУТРІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ СУЧАСНОЇ НІМЕЧЧИНИ**

Людина і природа невіддільні одне від одного і тісно взаємопов'язані. Для людини, як і для суспільства в цілому, природа є середовищем життя і єдиним джерелом необхідних для існування ресурсів.

Саме тому набуває актуальності вивчення екологічного руху, що виник в Європі в другій половині 70-х рр. XX століття. Найбільшого успіху екологісти домоглися в ФРН. Не обмежуючись акціями на захист природи, вони створюють в 1980 році політичну партію, яка починає вести активну боротьбу за участь в місцевому і федеральному управлінні і до кінця XX століття перетворюється в третю політичну силу в країні, увійшовши в правлячу коаліцію з СДПН. При цьому за 25 років партія «зелених» зазнає ідейно-політичну еволюцію: від опозиційної «антисистемної» до екологічно орієнтованої партії соціальних реформ.

Факт входження в правлячу коаліцію надає вивченню партії «зелених» ще більшої значущості, оскільки за цим проглядається тенденція участі

екопартій у великій політиці. У ФРН вже з кінця 70-х рр. починають з'являтися відповідні публікації, а їх проблематика багато в чому була задана об'єктивною логікою розвитку екологічного руху. Робляться спроби осмислити причини його виникнення, розкрити соціально-політичну сутність.

Виникнення екологічного руху в ФРН і його подальша стрімка політизація були обумовлені складним комплексом причин соціально-економічного, політичного і духовного характеру.

Особливе місце серед причин виникнення екологічного руху в ФРН, належить негативним наслідкам антропогенного впливу на навколишнє середовище. Ці наслідки полягали в тому, що екологічна проблема набула характеру руйнівної екологічної кризи, прояви якої можна спостерігати у вигляді кислотних дощів й загибелі природи, були доступні не тільки раціональному, а й чуттєвому сприйняттю громадян ФРН.

Екологічна криза, що виникла в ФРН вже в 60-х рр. була наслідком науково-технічної революції, що привела до посилення антропогенного впливу на природу. Екологічна криза стала наслідком бурхливого післявоєнного економічного розвитку країни. Промислові підприємства, автомобільний транспорт, міське господарство в великих кількостях викидали в атмосферу окиси вуглецю, азоту, сірки, вуглеводні, свинець, ртуть, пестициди і нітрати. Подібна ситуація відбувається з забрудненням вод, ґрунтів та лісів.

Таким чином, перша і найважливіша причина появи екологічного руху полягала в негативному антропогенному впливі на природу в величезному масштабі, що привів до 1970 -их рр. до екологічної кризи, з яким уряд ФРН на той момент впоратися не зміг.

Досвід участі «зелених» у складі урядової коаліції дає підстави для роздумів з приводу того, наскільки в даний час сучасне індустріально-буржуазне суспільство готове проводити великомасштабні екологічні реформи, і наскільки ефективні знаходяться в його розпорядженні політичні інструменти. Однак, в будь-якому випадку присутність в політичному житті країни екологічного руху є необхідною умовою вирішення екологічних проблем.



## СЕКЦІЯ «ФІЛОСОФІЯ»

УДК 140.8.130.1

Аресентьєва Г.О.

канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

### **НІЦШЕАНСЬКА КОНЦЕПЦІЯ ВОЛЯ ДО ВЛАДИ ЯК ВЛАДА НАД СОБОЮ ЯК СВОБОДА САМОВИРАЖЕННЯ**

Твори Ніцше не піддаються однозначній інтерпретації і викликають багато розбіжностей, навіть діаметрально протилежних. Передусім, це стосується його концепції «Воля до влади». Точки зору на неї на стільки різні, що навіть діаметрально протилежні. Тому ціла низка питань і досі залишається дискусійною. Творчість Ніцше завжди стимулювала і продовжує стимулювати до подальших досліджень категорій «воля», «свобода», влада над собою заради самовираження та самовизначення. Повинно відкинути попередні стереотипи щодо тлумачення його філософії і більш ретельно, більш детально вивчати афористичний зміст його творів, враховуючи, що їх інтерпретації, тлумачення тісно пов'язані з внутрішнім життям людини взагалі і Ніцше, зокрема. Він і сам попереджував щодо своєї творчої спадщини, що один і той же текст допускає численні інтерпретації, так як думка – це знак з безліччю смислів. Це стосується і ніцшеанської концепції «надлюдини». Як один із варіантів її інтерпретації – це розуміння волі до влади, як влади над собою, як свободи самовираження.

За Ніцше, людина – це канат, натягнутий між твариною та надлюдиною, це канат над прірвою. Життя людини – це ідеальна життєва програма конкретної людини ще до її народження. Але люди у своїй більшості її не виконують, тому вони не живуть, а проживають, закопавши свій талант (здібності) у землю, живучи чужим життям, одягаючи ту чи іншу «маску». Життя первинне по відношенню до волі, воно – ідеальна програма-план, воно – первинна гармонія світу і людини. Людина ж застає себе та оточуючих вже далеко не гармонійними. Але вона повинна, але вона може, за Ніцше, повернути цю початкову гармонію за допомогою власної сили волі, зуміти реалізувати своє істинне «я», працюючи над собою, фактично відкрити його в собі. Це нелегко, але за допомогою волі до влади над собою це можливо.

Влада над собою є не стільки управління своїми почуттями і вчинками, скільки можливість виплеснутися свободі самовираження свого «я». Завдяки волі до влади над собою навіть «маленька людина» може перетворитися в надлюдину, але може повернутися і до того, хто на початку ніцшеанського канату, – до тварини, якщо у неї не проявилася воля до влади як рухомий механізм, що прагне до «життя».

Надлюдина – це та людина, яка завдяки волі до влади змогла самореалізуватися, у вищій мірі вірніше наближаючись до утвердження повноти існування, тобто до життя як до субстанції.

Проаналізувавши вчення Ніцше, ми спробували виділити такі фундаментальні характеристики категорії життя. Життя ні з чого не з'являється; воно субстанціональне, первісніше за своїх породжень і проявів, це те, що дає початок всьому.

Життя не просто субстанція і першоджерело суцього, це діюча субстанція, а тому проявляє себе у творчості, становленні, у безперервній мінливості, у створенні нових форм. Сутність життя полягає у тому, щоб діяти і утверджувати повноту існування. Рухомий механізм життя, який долає перешкоди, – це воля. Воля прагне до влади, вона хоче тріумфувати перемогу. Життя, за Ніцше, нерациональне і дорациональне. Воно існує ірраціонально. Чим менше раціональності в явищах, тим більше в них життя, тим вони більш істинні та справжні. Життя не є продуктом вдосконалення, воно з самого початку досконале. На думку Ніцше, життя – добіологічна реальність, яка, з точки зору життя, більш досконала. Життя тут здійснюється у своєму чистому вигляді, сюди ще не вторглася брехня, обмеження; тут панує істина, отже, життя – це діюче першоджерело всесвіту, програма-план самореалізації людських «я», зокрема. По-справжньому живе той, у кого свобода мислення і самостійність дій. Людина має мету всередині самої себе, її мета – це життя, тобто її нереалізована життєва програма, її особиста, індивідуальна, єдина у Всесвіті і не повторна.

Влада над собою є не стільки управління своїми почуттями і вчинками, скільки можливість виплеснутися свободі самовираження людини. Мета людини – це вічне повернення до життя, де знаходиться ідеальна програма його самореалізації. Досягти її можна, за Ніцше, тільки за допомогою волі до влади, перш за все, над собою. Воля до влади – це механізм досягнення цього. Ніцшеанська надлюдина безжалісна, перш за все і найбільш, до себе, вона сумнівається і піддає перегляду все наявне у неї, що позбавляє її внутрішньої духовної свободи і радості творчого життя. У людині тварина і творець з'єднані воєдино. Потрібно пам'ятати, що і філософія Фрідріха Ніцше, і його життя – це унікальний і всім життям здійснений експеримент по руйнуванню усередині себе «тварі» і плекання «творця», що по суті і є «надлюдиною».

## ПРО ФІЛОСОФІЮ ЯК СВІТОГЛЯДНЕ ЗНАННЯ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

Посеред центральних тем та проблем, які безпосередньо й опосередковано репрезентують статус та роль філософського знання за усіх часів історії людства, найбільш вагомими постають претензії філософії на світоглядне універсальне знання, завдяки якому, врешті-решт, людина будь-якої епохи усвідомлює світ та себе у світі.

Визнаючи це беззаперечним і очевидним, покажемо більш детально та рельєфно особливості й контекст сучасного світу (сучасної філософії) в аспекті ролі філософського знання у розумінні та у формуванні світоглядних характеристик сучасної людини. Більш того, місце та роль сучасної філософії у діалозі світоглядів сучасного світу.

Висновки, яких доходимо з цього приводу, є загальними як стосовно світових реалій, так й реалій сучасної України. Хоча, звісно, щодо сучасного українського соціуму не можна не бачити певних нюансів, не можна не враховувати складні і різнобічні процеси, що розгортаються у просторі різних національних сфер суспільного життя.

Сучасний світ сьогодні – це й розмаїття «форматів» сучасної соціальності та духовності, й різноманіття атрибутів та модусів соціально-духовного простору, в якому «існує» та діє сучасна людина, й складність, багаторівневність, непередбачуваність процесів та змін у світі, що оточує людину, та у її свідомості (так званий «нелінійний» світ, який у практично-духовному розрізі опановує людина, яка володіє навичками так званого «нелінійного мислення»), це й «суспільство величезних ризиків», в яке занурена сучасна людина, й багато чого іншого.

Некласичний (постмодерністський) сучасний світ, некласичні «правила» його побудови й устрою, світоглядні характеристики сучасної «некласичної» людини, яка живе, діє, мислить у такому світі – як це відбувається сучасним філософським знанням, яким чином «філософські» засади універсального історико-культурного взаємозв'язку «людина – світ» спричиняють розуміння та освоєння сучасного світу сучасною людиною?

Соціокультурна реальність сучасного світу початку ХХІ ст. «запускається» та «обслуговується» некласичним мисленням та некласичною поведінкою у світі його суб'єктів. Недовіра систематизації на користь внутрішній інтеграції. Інтелектуальний протест проти систематизації як домінуючої форми мислення та презентації. Бунт проти тотального домінування у суспільній свідомості «абстрактологізму», формалізму, проти

абсолютизації застиглих соціальних структур, проти громіздких «закритих» академічних текстів, всього стабільного, закостенілого, остаточного.

Культурний простір світу «хаосмосу», позбавленого претензій на одиничність й універсальність культурних змістів. Зруйнований монолізм побудови картини світу та засад людської активності у ній. Принципова множинність та фрагментарність соціального простору. Колаж як принцип організації суспільного цілого. Переривчатість й мозаїчність, установка на радикальний плюралізм, інтерпретативне мислення людини, що є діючим суб'єктом такого світу.

Метафора «ризومي» – певної розгалуженої, заплутаної, безструктурної організації реальності, в якій немає центра, яка є стійкою до пошкоджень, на даний конкретний час є недобудованою до кінця та складається із рівнозначних «доріжок» можливостей. Така «ризوما» сучасного неklasичного світу протиставлена метафорі «дерева», що домінувала у класичній філософії.

Логіка (на рівні логіки культури) внутрішнього структурування та предметного розгалуження світу постмодернізму – й, відповідно, засад розгортання світоглядних орієнтацій людини у такому світі – широко представлена напрацюваннями західної філософії XX–XXI ст., її видатних постатей: Дж. Белл, Ж. Бодріяр, П. Бурд'є, І. Валлерстайн, Ю. Габермас, Е. Гідденс, Ф. Гваттарі, Ж. Дельоз, Ж. Дерріда, Ж.-Ф. йотар, Т. Парсонс, К. Поппер, А. Турен, З. Фройд, Е. Фромм, М. Фуко, А. Шютц й багато інших.

Виникнувши як літературний термін, постмодернізм вийшов за межі власне літератури й мистецтва, перетворився на світоглядно-узагальнюючий принцип соціально-філософського дискурсу. Стає очевидним дедалі глибший та довготривалий його вплив на інтелектуальне, культурне, духовне (й будь-яке інше – соціально-економічне, політичне тощо) життя сучасного соціуму.

Наскільки він сумісний з історико-культурними, ментальними, ідеологічно-культурними «архетипами» сучасного українського суспільства? На наше переконання, попри низку стримуючих та викривляючих сьогоденну суспільну ситуацію факторів, Україна ніколи не стояла осторонь світових процесів, пов'язаних із постмодерністської рефлексією. Відповідні «стиль» мислення та «моделі» поведінки, грамотна (мовою філософії) інтерпретація людиною навколишнього світу та свого місця й ролі у ньому – дозволяє людині у сучасній Україні адекватно відобразити існуючі реалії національного соціуму та ефективно «жити» у ньому.

## **ДО ПИТАННЯ ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ НОВОЇ ПАРАДИГМИ ОСВІТИ**

Проблема невідповідності стандартів освіти і життя стала очевидною ще в другій половині ХХ століття. Її обговорення відбувались в різних контекстах, зокрема в педагогічному, психологічному, філософському.

Освіта – багатогранний феномен, провідною місією якого є антропологічна. Відтак, осмислення питання парадигми освіти необхідно потребує врахування антропологічного принципу як засадничого. На нашу думку, антропологічний принцип доцільно розглядати якнайменше в двох аспектах – широкому і вузькому смислах, що дозволяє тримати в полі зору уваги дослідника його індивідуальну, соціальну і видову значущість.

Широкий контекст антропологічного принципу корелює парадигму освіти до сучасного етапу антропосоціогенезу. Його граничність дозволяє врахувати як особливості поточного моменту видового розвитку людства, так і еволюційну перспективу майбутніх онтологічних змін. Оскільки особливості сучасного етапу антропогенезу засвідчують, що перспективи сучасної людини пов'язані з духовним зростанням [1], то широкий смисл антропологічного принципу вважаємо за доцільне конкретизувати таким чином: метою діяльності кожної освітньої ланки без виключень (і вищої професійної освіти у тому числі), має бути забезпечення духовного розвитку всіх учасників процесу. Відповідно, організаційні засади будь-якої освітньої інституції мають ґрунтуватись на цілісній концепції духовного розвитку, кожний рівень якого має бути враховано в моделях реформ і проектів.

Вузький смисл антропологічного принципу передбачає кореляцію освітніх стратегій до поточного соціального моменту в якому живе і діє індивід. Амбівалентність антропологічної місії освіти виявляється в тому, що соціально-економічний клімат суспільства визначає або соціальний, або індивідуальний її акцент. В демократичних суспільствах функції освітніх інституцій реалізуються більш повноцінно. В олігархічних суспільствах вони зміщені в бік «затятої соціалізації» індивіда, внаслідок чого гальмується його особистісний розвиток. Так, В. Сабадуха [2,с.117–119] знаходить причину неспроможності української системи освіти задати взаємоузгоджений ритм розвитку індивіда і суспільства в економічно-правовій площині. Конкретизуючи ідею взаємозв'язку парадигми буття з парадигмою освіти через повноцінність включення індивіда в економічні відносини, В. Сабадуха ставить питання про граничні обмеження, які накладають онтологічні засади на розвиток сутнісних сил індивіда. Автор характеризує чотири типи

економічних відносин (розподіл, обмін та управління, власність, комплексний тип економічних відносин), у відповідності до діяльнісного засвоєння яких, в межах суспільства формується чотири рівня розвитку індивіда, («залежний», «пристосуванець», «особистість», «геній»), життєдіяльність яких зголошується з чотирма типами психологічних установок (стимул, мотив, інтерес, ідеал). Перші два рівні розвитку індивіда («залежний», «пристосуванець») презентують безособистісну парадигму буття, а третій і четвертий («особистість», «геній») – особистісну.

В ситуації, коли більшість членів суспільства усунута від всього комплексу економічних відносин, канал розвитку їх сутнісних сил залишається замкненим, а вони самі потрапляють в лабеті безособистісної парадигми буття. За таких обставин всі зусилля щодо оновлення освітньої системи зійдуть нанівець. Зазначені виснування підкріплює історія освітянського дискурсу стосовно особистісно-орієнтованого навчання, який жваво точиться ще с останньої чверті минулого століття, реалізується в локальних програмах і пілотних проектах, результати яких не знаходять застосування в тому житті, в яке виходять учні шкіл і студенти вишів.

Діалектика вузького і широкого сенсу антропологічного принципу нової парадигми освіти дозволяє виокремити критерії, яким має відповідати нова парадигма освіти: взаємообумовленість парадигм буття і освіти; реалізація концепції духовного розвитку всіх учасників освітнього процесу; особистісний розвиток виступає тактикою і стратегією сучасної освітньої парадигми.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бондаревич І.М. Духовна цілісність особистості: дійсність та перспектива : монографія / І.М. Бондаревич. – Запоріжжя, ЗНТУ, 2008. – 162 с.
2. Сабадуха В.О. Евристична значущість ідеї ієрархії сутнісних сил людини для зміни парадигми життєдіяльності / В.О. Сабадуха / Трансформація парадигм мислення та концепцій знання під впливом сучасних викликів у загальній, соціальній, практичній і прикладній філософії : матеріали міждисциплінарної конференції, 29–30 листопада 2007 р., Львів / відп. за випуск Карась А.Ф. – Львів : Львів. Нац. ун-тет ім. І. Франка, 2007. – 160 с.

## **РЕЛІГІЙНА ПСИХОЛОГІЯ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЗРІЗ РЕЛІГІЙНОЇ СВІДОМОСТІ**

Світогляд – це система узагальнених уявлень (поглядів) людини на світ та її місце в ньому. Світогляд визначає духовний світ людини. Саме у пізнанні світу полягає призначення людини. Ніщо інше і ніхто інший, крім людини, не може пізнати світ і того, що є в світі. Природа, як відомо, існує вічно, змінюється, переливається різними барвами. Але лише через людину та її світосприймання природа виступає як тепла і холодна, червона і зелена, добра і зла. Пізнання, знання та свідомість стали можливими для людини завдяки наявності в неї мозку, який, у свою чергу, є продуктом тривалого еволюційного розвитку природи.

Пізнаючи навколишній світ, людина починає пізнавати і себе в ньому, де вона усвідомлює себе як істоту природну, суспільну, особистісну. Єдність узагальнених уявлень про світ і своє місце в світі формує світогляд.

Розглянемо найістотніші риси світогляду.

Світогляд поєднує, синтезує наші знання та уявлення про світ, дає змогу освоїтись нам зі світом у цілому, почувати себе в ньому відносно комфортно, працювати і перетворювати його відповідно до цього бачення світу. У світогляді відображається не лише наше світорозуміння, а й світовідчуття і ставлення до світу, тобто виявляються в органічній єдності всі аспекти нашої психічної діяльності – розум, почуття і воля. Крім того, що є у природі (відоме нам) і що може у ній бути (наші припущення), світогляд формує наші уявлення про світ. Лише через світогляд ми дістаємо відповідь на питання про сенс людського буття.

Світогляд – вищий рівень духовного життя особи і суспільства. У ньому втілюються найвищі досягнення людського духу, він є адекватним вираженням досягнень усієї людської культури. За змістом і рівнем світогляду можна судити про зміст і рівень усього духовного життя особи і суспільства. Культура особи і суспільства зберігається і виявляється у світоглядних положеннях. Збагатити культуру людини – означає збагатити її світогляд; сприйняти те чи інше явище культури – означає сприйняти, засвоїти його світоглядний зміст.

Світогляд – духовна основа людської особистості. Решта явищ духовного життя особи і суспільства виростає на ґрунті світогляду. Сама культура особи і суспільства входить коренями у світогляд, культивується на його основі і дає лише світоглядні результати. Культура людини і суспільства немовби ілюструє, розкриває зміст світогляду.

Світогляд – духовна основа мотивів людської діяльності. Оволодівши світоглядом людини, змінивши його, можна змінити поведінку людини. Ось чому боротьба за світогляд широких верств населення – це головна ставка в ідеологічних боріннях сучасності. Всесвітньо-історичний досвід свідчить, що більшість громадян ідуть за тими, чий світогляд вони поділяють. Найважливіше завдання виховання особи – формування наукового світогляду.

Світогляд за своєю специфікою та обсягом є предметом вивчення філософії. Вивчаючи, пояснюючи світогляд, його проблеми, філософія постає перед нами як теоретична форма світогляду. Осягаючи світогляд, філософія встановила, що світогляд різнобічний, проте в аспекті окремої особи – єдиний і неповторний.

Неповторність, самобутність особи – це неповторність її світогляду, особистого бачення світу. Водночас попри всю багатоманітність і неповторність світогляду його можна класифікувати, вивчати, виявляти в ньому спільні риси. Світогляд може бути науковим чи ненауковим, прогресивним або реакційним, оптимістичним чи песимістичним, цілісним або фрагментарним, нерелігійним чи релігійним.

У суспільній свідомості наших співвітчизників переважає науковий світогляд, який тією чи іншою мірою виражає не локальну, а загальну тенденцію, характерну для країн сучасної цивілізації. Ця тенденція полягає в неухильному процесі секуляризації всіх сфер суспільного життя, в тому числі індивідуальної та суспільної свідомості. Це складний та непрямолінійний процес; у ньому є свої позитивні й негативні сторони, навіть поворотні рухи, але загальна його спрямованість збігається з досягненнями наукових знань, прогресу і гуманізму.

За останніх півстоліття науковий світогляд оволодів свідомістю майже третини населення земної кулі. Принципово, що цей світогляд поділяють переважно молоді, освічені, працездатні люди. Отже, світогляд, зокрема й вільнодумство, – це світогляд більшості наших сучасників, він визначає специфіку і сучасне обличчя епохи. Без його знання не можна мати істинних уявлень про духовний світ особи, найсуттєвіші сторони культури сучасного людства, самому бути сучасним. Ось чому вивчення феномена релігії крокує поряд, у глибокому внутрішньому зв'язку з вивченням вільнодумства, його становлення, розвитку, багатства змісту і моральної цінності.



## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІЛОСОФІЇ ОСВІТИ

Початок розбудови незалежної Української держави призвів до демонтажу радянської системи освіти, реідеологізації вітчизняної освітньої моделі, широкого впровадження в життя демократичних важелів управління суспільством та освітою, що відкрило шлях формуванню національної моделі останньої. Саме тому актуалізується в сучасній українській та зарубіжній філософії проблематика філософії освіти.

В українському освітньому просторі філософія освіти розглядається як галузь філософського знання, спрямована на дослідження сфери освіти і виховання як процесів самовідтворення соціокультурної основи суспільства у світоглядному, методологічному, Через застосування фундаментальних філософських принципів теоретичні та практичні принципи педагогіки, освітньо-виховні цілі та ідеали набувають конкретно-історичного, функціонують як методи проектування і створення нових освітніх інституцій і систем.

На думку академіка В. Андрущенка, освіта є «фокусом суперечливих і складних проблем сучасної епохи, поєднуючи суспільне й індивідуальне, цивілізаційне і культурне, раціональне й ірраціональне, знання і віру, знання і мораль. У сучасному світі освіта – одна з домінант у житті людини й суспільства» [1, с. 5]. Економічні, технологічні, соціальні, інформаційні, комунікативні тощо зміни, динамізм і різноманітність знання підносять значення освіти на вищий щабель і потребують адекватної системи її організації. Водночас загострення кризових явищ у світі актуалізує проблему пошуку нових шляхів подальшого розвитку освіти. Рух до нової системи освіти «пов'язаний зі зміною ролі і статусу людини, зі становленням і розвитком творчого характеру мислення, з інтеграцією наукового знання та інших засобів пізнання і самопізнання», – підкреслює В. Андрущенко.

Академік М. Згуровський упевнений, що зміни в освіті, покликані інтеграційним процесом у науці й освіті та формуванням спільного освітнього і наукового простору Європи, «вже не зможуть бути «косметичними». Вони мають стосуватися корінних основ науки і освіти» [2, с.11]. Болонський процес, вважає він, є нерівномірним, суперечливим, складним. Як приєднання до Болонського процесу, так і неприєднання мають свої переваги та ризики для України. На шляху реформування науки і освіти виникне ще багато складних проблем, але «не проводячи реформ або зволікаючи з ними, Україна підсилюватиме ізоляційні явища як з боку Європи, так і з боку Росії, дедалі більше поглиблюючи власну суспільну й

економічну кризу». Потрібна рішуча політика держави, щоб на шляху цих перетворень Україна реалізувала свій шанс для «прориву» до групи високорозвинених країн світу. Вона може втратити цей шанс «за умови, якщо обере шлях свого розвитку, зорієнтований переважно на споживання чужих технологій, товарів і послуг та надання Європі своїх природних ресурсів, дешевої робочої сили і екологічних квот» [2, с.54].

Оновлення освіти такого рівня складності в таких суперечливих умовах потребує узагальнень діалектичного характеру, нових стратегій і фундаментального філософського обґрунтування. До завдань, розв'язання яких може забезпечити реальну, а не декларативну пріоритетність освіти, В. Кремень відносить і таке: «Виробити у людини здатність до свідомого і ефективного функціонування в умовах небувалого ускладнення відносин у глобалізованому, інформаційному суспільстві, зрослої комунікативності життя та інформаційної насиченості середовища життєдіяльності» [3, с.10–11]. Ці та інші вимоги щодо освіти обумовлюють необхідність перегляду ряду звичних упродовж десятиліть і століть характеристик, ustalених норм освітньої діяльності. Значна роль у процесі модернізації освіти належить філософії освіти. Отже, окреслені вимоги і завдання актуалізують дослідження сутності людини і її самоусвідомлення у власному становленні. За влучним висловом В. Кременя, філософія освіти має предметне поле «стратегічного прориву у майбутнє» [3, с. 15]. Докорінних змін потребує, відповідно, і усвідомлення цього процесу, прийняття і реалізація доцільних рішень, що ґрунтувалися б на філософському принципі розвитку і творчості. І саме філософія освіти знаходить граничні основи освітньої системи і педагогічної думки, обґрунтовує орієнтири для якісних зрушень. Впровадження її здобутків в освітянську практику спрямоване на самовідтворення соціокультурної основи суспільства, якою, перш за все, є розвинена особистість. Саме з її розвитком будуть пов'язані стратегії філософії освіти.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрущенко В.П. Роздуми про освіту: Статті, нариси, інтерв'ю / В.П.Андрущенко. – К.: Знання України, 2004. – 804 с.
2. Згуровський М.З. Болонський процес: головні принципи та шляхи структурного реформування вищої освіти України / М.З.Згуровський – К.: НТУУ КПІ, 2006. – 544 с.
3. Кремень В.Г. Філософія освіти ХХІ століття / В.Г. Кремень // Вища школа. – 2002. – № 6. – С. 9–17.

## **ТЕМПОРАЛЬНИЙ ХАРАКТЕР МАРГІНАЛЬНОСТІ ЯК ПАРАДОКСУ ЛЮДСЬКОГО БУТТЯ**

Природа маргіальності є свідомість в аспекті можливості іншого, яка являє собою реалізацію «інтуїції невизначеності», іншими словами, те, що не потребує доведення. Її підґрунтя не в чомусь заданому наперед, але в потенції творити інше.

Маргіальність передбачає одкровення, яке може відбутись в свідомості, а може і не відбутись. Становлення маргіальності та реалізація її в свідомості є неможливим без переходу всіх меж визначеності, що робить її сутність абсолютно іншою у відношенні до будь-яких дефініцій. Маргіальна свідомість по своїй природі постійна, проте її постійність її виражається в нескінченному і невинному переході.

Визначена свідомість виключає з себе маргіальність, оскільки замкнена в межі: вона вже є минуле. Свідомість, що відкрила себе як маргіальна, не знає спокою, намагаючись знайти можливість вийти за межі заданих меж, для здійснення переходу. Тільки в таких помежевих станах свідомість проявляє маргіальність.

Маргіальність є джерело оновлення та змін. Проте, наскільки такий поштовх до дійсної екзистенції посилює пересічним масам, адже, по суті, такий поштовх є кризовим станом?

В помежевих ситуаціях людина поставлена перед обличчям глибокої тривожності власного буття, що тільки загострюється в умовах сучасного суспільства. Так, єдине спільне, що є для людей в нинішньому суспільстві, це те, що в ньому немає нічого твердого, чіткого, жодного визначеного абсолюту, жодної опори, яка б встояла перед тим чи іншим досвідом або думкою.

Маргіальність – це зміст свідомості, що знаходиться поза межею прояву та усвідомлення власної сутності. Маргіальні зони завжди плинні і змінювані, вони вказують на можливість стати іншим і в результаті сформувані іншу цілісність свідомості. Вони переходять певні рамки меж, і через свою мінливість дають свідомості потенцію зміни та визначення іншого цілого.

Таким чином, помежеві (маргіальні) ситуації демонструють конечність буття як можливість іншого найбільш вирішальним чином, оскільки вони не тільки окреслюють тверду межу, але й вказують на необхідність її подолання, що робить можливим будь-яке гармонійне існування.

На буденному рівні свідомості, маргінальність протиставлена будь-якій заспокоєності свідомості в гармонійному та визначеному стані, вона підтримує відчуття неспокою, яке гнітить, змушує постійно рухатись вперед та постійно змінюватись. Невелика кількість осіб здатна віднайти гармонію і баланс в стані постійного пошуку та переходу.

Маргінальність, будучи моментом свідомості, забезпечує їй мінливість та рухливість, тому її можна розглядати як чистий час, час в процесі постійного становлення. Маргінальність є не просто безкінечний процес переходу з однієї якості в іншу, що реалізує себе на межі будь-якого визначення, але й сама можливість для такого переходу. При цьому маргінальна свідомість хоч і змістовна, проте завжди неоформлена, перехідна. І саме в цій якості вона несе в собі важливу роль для породження нової свідомості, оскільки постійно штовхає її на перехід для того, щоб вийти за звичні межі до пошуку нового, іншого.

Проте, людина виявляє потребу у як розвитку та самореалізації, але так само і потребу в безпеці і стабільності, що забезпечується перебування всередині певних меж. Постійне порушення балансу між цими потребами часто несе руйнівні для психіки і свідомості наслідки, а безперервна перехідність і занурення у помежеві ситуації і є порушення такої рівноваги. Саме парадоксальний характер маргінальності є головною перепорою для подолання її негативних наслідків.

УДК 165 : 37

Лук'янова О.І.

старш. викл. ЗНТУ

### **ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КРЕДИТНО-MOДУЛЬНОГО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ТЕХНІЧНИХ ВНЗ**

Сучасна організація навчально-виховного процесу у вищій школі дозволяє визначити кредитно-модульне навчання як найбільш доцільне щодо підготовки творчої особистості студента до майбутньої професійної діяльності. Здійснений нами теоретичний аналіз психолого-педагогічної літератури свідчить, що підготовка студентів технічних ВНЗ в умовах вищої школи спрямовується на впровадження в навчальний процес кредитно-модульного навчання.

Зауважимо, що сучасний стан вищої освіти в Україні має низку суперечностей між:

– необхідністю впровадження Європейської кредитно-трансферної системи освіти у навчальних закладах України та некомпетентністю викладачів щодо організації кредитно-модульного навчання;

– психолого-педагогічною потребою підготовки кадрів для роботи за європейськими освітніми стандартами та недостатнім рівнем професійно-педагогічної компетентності викладачів до організації навчального процесу в умовах модернізації вищої освіти.

Традиційний підхід до освіти вступає в протиріччя з сучасними методами інформатизації суспільства. Це вимагає від викладачів технічних знань здійснювати відповідний вибір видів, форм й методів навчання й виховання студентської молоді, постійно розв'язувати складні педагогічні ситуації, які не мали аналогів у минулому професійному досвіді.

У сутність педагогічної діяльності викладачів щодо організації кредитно-модульного навчання ми вкладаємо такі складники: ґрунтовні знання із психолого-педагогічних дисциплін; використання новітніх технологій у навчальному процесі в системі післядипломної освіти; комплексні підходи до організації навчального процесу; високий рівень педагогічної майстерності викладачі. Зміст кредитно-модульного навчання в системі професійної підготовки містить сукупність загальнонаукових і професійних знань, умінь і навичок. Вважаємо, що професійну діяльність викладачів слід розглядати в узагальненому вигляді як цілеспрямований освітній процес або цілісну систему, що враховують відповідні парадигми, принципи, закономірності.

Отже, на нашу думку, слід відзначити, що в організації навчального процесу у технічних ВНЗ слід відмовитися від єдиних програм, єдиних підручників. Перспективним також є перехід на прийняту в більшості країн світу модель організації навчального процесу, коли обов'язковим для студента є певна кількість базових курсів й деякі елементи обов'язкової науково-дослідницької роботи (курсіві та дипломні роботи тощо), а решту студент повинен обрати за власним бажанням, набираючи необхідну кількість аудиторних годин.

Впровадження технологій у сферу освіти сприяє розв'язанню проблеми щодо їх якісного впливу на зміст, методи та організаційні форми навчання, які, у свою чергу, створюють умови для процесу оновлення в галузі підготовки майбутніх педагогів. Вже сьогодні технології в системі освіти конкретизуються в нових інформаційних і модульних формах навчання. Перша – забезпечує комп'ютерну підтримку навчання, друга – спрямована на його індивідуалізацію.

В. Кремень зазначає, що кожна форма організації модульних занять в навчальному процесі пов'язана з необхідними методами навчання. Форми навчання та методи тісно пов'язані між собою, але існує й різниця, тому що

форми навчання відображають організаційний бік навчально-виховного процесу, а методи – процесуальні й методичні.

Вивчення педагогічної літератури, на нашу думку, свідчить про те, що професійна діяльність викладачів вищої школи характеризується наявністю певного рівня професійно-педагогічної компетентності. Професійно-педагогічну компетентність викладачів до впровадження кредитно-модульного навчання студентів розуміємо як сукупність психологічних якостей, академічних і управлінських знань, вмінь та навичок, які дають змогу ефективно здійснювати викладацьку діяльність на основі поєднання модульних технологій навчання та сучасних систем оцінювання навчальних досягнень студентів або слухачів курсів підвищення кваліфікації. Складовими професійно-педагогічної компетентності викладачів, на нашу думку, слід вважати науково-предметну та управлінську компетентності.

Так, було визначено такі педагогічні умови підготовки викладачів до впровадження кредитно-модульного навчання студентів як: орієнтація змісту професійної підготовки студентів на організацію кредитно-трансферної системи вищої освіти; залучення студентів до самостійної проектувальної діяльності, що забезпечить свідоме ставлення до майбутньої професійної діяльності.

УДК 378

Коваль В.М.

старш. викл. ЗНТУ

## **ОПТИМІЗАЦІЇ ПЕДАГОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ І ЗАСОБІВ**

Найважливішим завданням освітньої політики України є формування та розвиток всебічно розвиненої, моральної та соціально активної особистості. Технологізація педагогічного процесу спрямована на вибір методів, засобів та форм які спрямовані, на досягнення конкретної мети. Освітні технології це системний метод проектування, реалізації, оцінки, корекції, а також послідовного відтворювання навчально-виховного процесу.

Застосування освітніх технологій дає можливість:

- змінювати функції викладача і студента, де викладач стає консультантом-координатором, а студентам надається більшої можливості для самостійного засвоєння навчального матеріалу;
- навчальні технології надають більші можливості диференціації та індивідуалізації навчальної діяльності;
- застосування пов'язано з підвищенням ефективності навчання та виховання, які направлені на якісну підготовку кваліфікованих фахівців.

Найбільшого застосування у ВНЗ отримала модульна технологія навчання. Для вирішення проблеми систематизації знання та його засвоєння, викладач має можливість моделювати зміст навчальної дисципліни, вибирати форми та методи навчання. Таким чином надається можливість проявити здібності студентів, скоротити затрати часу на практичну підготовку, систематизувати знання, підвищити їх якість.

Проблемний метод навчання спирається на логіку проблемних ситуацій, які послідовно моделюються шляхом проблемних питань або задач. Вміння вирішувати проблеми є важливою компетенцією для професійної діяльності та в повсякденному житті.

Діяльні технології орієнтовані на формування професійних, практичних вмінь, по відношенню з якими навчальна інформація виступає інструментом, забезпечуючи можливість якісно виконувати професійну діяльність.

Адаптивна технологія навчання дисциплінам психолого-педагогічного циклу. Така технологія була розроблена та впроваджена в навчальний процес О. Границькою. Мета технології полягає в застосуванні в навчанні методів самостійної роботи, самоконтролю, дослідницької діяльності, в розвитку самостійно працювати.

Організація бінарних лекцій для формування системи інтегративного знання. Така проблема актуальна для психолого-педагогічної освіти, яка пов'язана інтегративним міждисциплінарним характером професійної психолого-педагогічної діяльності. Інтеграція змісту психолого-педагогічного навчання має свою організацію цілей, яка складається з трьох рівнів. Ціль першого рівня це досягнення удосконалення змісту навчання, структури та організації процесу. Другий рівень – розвиток студентів в когнітивній, інтелектуально-креативній та морально-етичних сферах, формування професійних якостей. Мета третього рівня – становлення людини як особистості та професіонала.

Сучасний період розвитку професійної освіти дає можливість викладачам вузів оптимізувати педагогічний процес, шляхом удосконалення методів та засобів, переглядаючи своє відношення до професійної та особистісної

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Сметанський М. Проблема професіоналізму у вищій школі. / М. Сметанський // Вища освіта України. – 2006. – № 2. – С. 23–27
2. Гузій Н.В. Педагогічний професіоналізм: історико-методологічні та теоретичні аспекти/ Н.В. Гузій // Монографія. – К.: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2004. – С. 234

## **ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

В рамках процесса современного экологического образования и воспитания будущим специалистам в этой отрасли необходимо усвоить следующую аксиому: на данном этапе развития общества экология решает круг проблем и пользуется методами, выходящими за рамки, например, химической или биологической науки. Не отрываясь от изучения природы, экология продолжила свое формирование в качестве синтетического междисциплинарного знания, приобретая этим своеобразные философские функции и философский характер. Хотя данный род знаний до сих пор сохраняет свое название «экология», который был унаследован с периода становления аналитических дисциплин, но сегодня цель этой науки коренным образом трансформируется. Здесь имеется в виду, чтобы на основе фактологического материала специальных аналитических научных дисциплин дать общую картину структуры и модель сохранения природы и определить место и роль человека в данных процессах. То есть философский подход в экологии (в том числе и в рамках образовательного процесса) будет направлен на то, чтобы актуализировать внимание экологов, прежде всего, на выработку реальных и конкретных системных механизмов рационального природопользования, разработке модели оптимальной стратегии развития системы «Человек – Природа», направленной на стабилизацию связей между ее основными структурными элементами. Поэтому на современном этапе сверхнеобходимо философское обоснование теоретической модели экологического образования и экологического воспитания, способствующей становлению целостного видения мира. В это направление входит решение целого ряда микрозадач, а именно: исследовать антропологизацию экологического знания в неклассический период развития науки; показать возможные пути выхода из кризисного состояния в отношениях «Человек – Природа»; исследовать экологическое образование, экологическое воспитание, этическую экологию как продукт социокультурного развития. В первую очередь, в рамках экологического образования следует руководствоваться антропологическими, человекоизмерительными критериями, когда человекоприродоцентричность системы отношений субъект-объект предполагает понимание природы, окружающей среды существования человека в качестве объекта исследования, но наделенного свойствами субъективного характера.

Философия экологии субъекта, объекта предполагает системные методы и средства исследования экологических проблем, которые необходимо усваивать обучаемому в процессе экологического образования. Философия



екології людини і природи повинна направити думку суспільного мненія на те, щоб у освітньому процесі екологічні знання повинні засвоюватися через два взаємопов'язані напрями: через теоретичне знання про природу і людину, а звідси через практичне знання про межі і наслідки людської діяльності. Все повинно розглядатися у взаємозв'язку, що буде сприяти роз'ясненню ціннісно-цілевих орієнтирів у системі раціонального природопольовання і формуванню екологічної культури, нової парадигми збереження життя на Землі.

УДК 1 (091)

Тарадайко С.М.

канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## **ДАВНЬОГРЕЦЬКЕ ПОНЯТТЯ ТЕХНН Й ГУМАНІТАРНІ ВИТОКИ ТЕХНІКИ**

Розрізнення чи й протиставлення технічного й гуманітарного знання видається нам уже звичним і не викликає жодного сумніву. Та варто лише поглянути на походження й витоки техніки, як зазначене протиставлення може стати досить умовним. І найперше треба згадати про давньогрецьке поняття τέχνη [tekhnē], від якого, принаймні термінологічно, й походить поняття техніки.

Цікаво, що, застосовуючи слово «техне», давні греки вживали його не так, як ми вживаємо слово «техніка». Звичайно це τέχνη перекладають як «мистецтво», та сучасне слово «мистецтво» позначає, швидше, певну сферу культури й значно меншою мірою, власне, майстерність і навички відповідного виду діяльності. Для греків же, навпаки, це мистецтво було найперше саме майстерністю й умінням. Аби в тому переконатися, варто звернутися до Платона, який постійно досліджує це питання. Недаремно слово τέχνη вживається ним у стосунку до найширшого кола дуже різних видів діяльності. Від гончарства до музики, від медицини до політики та військової справи, від будівництва до софістики й філософії. Й у кожному випадку тут йдеться про «техне».

Таким чином, оте τέχνη не пов'язували з якоюсь окремою сферою й відносили до різних видів діяльності. Суттєвіше було вказати на високий рівень умінь і майстерності. Тож якості суто людські й, так би мовити, персональні. Для нас особливо варто відзначити, що згадувані тут якості належали саме людині й вважалися найважливішими. Платон, як відомо, найвище цінує тих, кому притаманна саме майстерність у певній справі. Недаремно він обговорює, в кого краще навчатися тому вміню.

Ми бачимо, що спочатку слово τέχνη було спрямоване на людину й не мало нічого «технічного» в сучасному сенсі слова. Тоді звідки взялося це технічне, власне, теперішнє розуміння? Щоб відповісти на це питання, треба найперше зауважити, що згадані сфери діяльності можна відразу ж розділити на дві численні категорії. До першої стосуватимуться ті сфери, де відбувається практична, скажімо, виробнича діяльність. Як, приміром, у гончарстві чи ковальстві. Й, окрім якихось навичок і майстерності, тут потрібні ще певні пристрої та знаряддя. Зрозуміло, що до другої категорії треба відносити такі сфери, де потрібні лише здібності та майстерність. Як, приміром, у риторичі й ораторському мистецтві.

Не важко здогадатися, що техніка формувалась у діяльності, власне, першого типу, де набуття певного вміння супроводжувалося й розвитком якихось пристроїв і знаряддя. Ці пристрої, сказати б, акумулювали в собі те вміння та підвищували продуктивність. Окрім цього, треба відзначити, що розвиток таких пристроїв і полегшував саму працю, й не вимагав уже від людини найвищого рівня майстерності. Тому, зрештою, такі пристрої мали стати самодостатніми й застосовувалися людиною з посередньою й невисокою підготовкою. При цьому винятково велику роль у від'єднанні, власне, «техніки» від «людини» відіграло й застосування джерел енергії, не пов'язаних уже з м'язовою силою.

На підтвердження даного тут уявлення про людські витoki техніки, варто згадати про ще одне значення слова «техніка». Його застосовують, якщо йдеться про певне вміння. Наприклад, у спорті чи навіть у музиці. Незважаючи на наявність якихось пристроїв, інструментів або знаряддя, зрозуміло, що тут йдеться саме про вміння і майстерність, отже, про щось «аж надто людське», коли казати мовою Ніцше. Відтак у слові «техніка» ще відчувається грецьке τέχνη, що й підтверджує наведену точку зору.

УДК 347.211.000.141

Волков М.А.<sup>1</sup>, Бондаренко О.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. Е-121м ЗНТУ

<sup>2</sup> д-р філос. наук, проф. ЗНТУ

## **СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКА ПРОБЛЕМА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ**

Проблема інтелектуальної власності є проблемою не тільки сфери права та економіки, але й є важливою соціально-філософською проблемою, яка набуває особливого значення у контексті концепцій інформаційного суспільства, суспільства знань. Інтелектуальну власність можна вважати соціальною технологією, основна функція якої – дотримання балансу

інтересів правовласників та індивіда (суспільства), балансу справедливості в ім'я розвитку суспільства. Цією основною функцією і визначаються критерії ефективності права інтелектуальної власності. Монополізація ресурсів (наприклад, патентне законодавство, що породжує маргінальні соціальні групи з використання певних технологій) негативно впливає на розвиток суспільства. Заборона вільного використання об'єктів інтелектуальної власності підриває розвиток науки, освіти, створення нової техніки та технологій, стримує розвиток суспільства в цілому.

Знадобився значний час для формування у Європі правил власності щодо матеріальних цінностей. Ці правила поступово розповсюдилися і на нематеріальні цінності, до яких, зокрема, відноситься програмне забезпечення, яке сьогодні набуло самостійної цінності. Але програмні продукти мають принципові відмінності від матеріальних об'єктів – їх можна скопіювати. Копіювання матеріального продукту вимагає практичного такого ж рівня витрат, як і створення оригіналу. Через вказану вище відмінність для програмного забезпечення не діє принцип «користуватися річчю одночасно може тільки одна людина», завдяки якому існує поняття «власник» або «хазяїн». Тому слідувати цьому принципу у ситуації із програмним забезпеченням не є можливим.

Для розв'язання цієї ситуації використовують законодавчі, технічні та програмні міри захисту, наприклад, від нелегального копіювання. Це змушує до винайдення витончених засобів технічного та програмного захисту й постійної їх модернізації. Звичайно, розвиток систем захисту є дуже важливим в інформаційному суспільстві, але чи варто це зусиль та затратених коштів? Невже немає якогось іншого шляху для вирішення цієї проблеми? Справа у тому, що практично будь-яка система захисту може бути зламана, і люди тим чи іншим шляхом, все одно отримують можливість користування цим програмним забезпеченням. Отож чому б не направити ці гроші на створення вільної, безкоштовної його версії? Існування програмного забезпечення неминує породжує питання про те, як повинні прийматися рішення з використання програм. Наприклад, уявимо ситуацію, дехто, хто має ліцензійну копію програми, зустрічає людину, яка бажає скопіювати її собі. Така можливість є, але хто повинен дозволити це зробити? Той хто купив програму? Або третя сторона, яка називає себе «власником»?

Питання інтелектуальної власності та вільного програмного забезпечення в Україні зараз займає не останню роль. Україна за останні роки перенесла багато потрясінь, що не пішли на користь її економічному становищу. Фінансування науки та освіти в Україні навіть зменшується. В цих умовах університети, наукові організації й громадяни просто не можуть купувати програмне забезпечення. Ціни за копію технічного програмного забезпечення, такого як ANSYS, можуть досягати десятків тисяч євро. Це

обмежує наше суспільство у розвитку в порівнянні із зарубіжними країнами у багатьох галузях науки. Вітчизняні науковці, навіть в інформаційну епоху, залишаються в якомусь сенсі ізольованими один від одного. Хоча зараз й є деякі зрушення щодо цього, проте не такі, які повинні бути. Вважаємо, що не варто шукати відповіді у діючому законодавстві. Єдиний шлях вирішення цієї проблеми у тому, щоб зрозуміти, кому допомагає, а кому завдає шкоди визнання права власності на інтелектуальну власність, та розібратися чому це відбувається та в якій мірі. Варто проаналізувати витрати та прибуток в інтересах суспільства у цілому, беручи до уваги особисту свободу так само як й виробництво матеріальних цінностей. Зокрема, має бути осмислений феномен піратства (незаконного копіювання), як з негативного боку, так й з позитивного.

В інформаційну епоху на соціальну філософію покладається важлива місія. Людство дійшло того моменту, коли творіння людського розуму можуть бути записані на електронний носій й скопійовані необмежене число разів та відправлені у будь-яку точку земної кулі. Конче необхідно передбачити тенденції розвитку такого суспільства, можливих ближчих та віддалених наслідків діяльності людей. Саме зараз прийшов час для прийняття рішення, чи піде людина шляхом інформаційної та інтелектуальної свободи. І чи буде досягнутий компроміс між двома діаметрально протилежними думками, щоб зробити інформацію доступнішою, але у той же час не знизити мотивацію тих людей, які її створюють. Звісно враховуючи особливості та економічний стан України. Тобто досягти суспільної та індивідуальної гармонії й справедливості.

УДК 514.8.000.141

Басанський М.С.<sup>1</sup>, Бондаренко О.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. Е-121м ЗНТУ

<sup>2</sup> доктор філософ. наук, професор ЗНТУ

## ГЕОМЕТРИЗАЦИЯ ФИЗИКИ: ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ

Составной частью физической теории является математический аппарат. Пространство и время – это центральная философская, онтологическая проблема современной физики. Исходя из этого, геометризация физики рассматривается как один из основных методологических принципов физики. Принцип геометризации фиксирует единство математики и естествознания и способствует становлению научной картины мира.

Методологический принцип математизации физических теорий играет важную роль в процессе получения нового знания. В XVII веке Галилей совершил переворот в мировоззрении и методе науки, показав, что вся Все-

ленная является бесконечным полем для исследования рациональными методами земной механики. Он применил к изучению космоса новый, навеянный техникой метод научного мышления и дал образец нового стиля научного исследования. С помощью научного метода были установлены основы механической картины мира – целостного образа пространства, что тесно переплетается с философским осознанием существования бытия, людей и технологий в нем.

Основным положением классической механики стал принцип относительности Галилея (математическое преобразование Галилея), в котором  $x$  мыслится как время, а  $y$  как координата на прямой. В специальной теории относительности А. Эйнштейна пространство рассматривается как четырехмерное с псевдоевклидовыми метрическими свойствами. Идеализированными объектами теории являются мировые линии. Геометрической моделью являются диаграммы Г. Минковского (мир Минковского), согласно которому мировое пространство имеет четыре измерения, а главное – не собственно евклидовы метрические свойства, названные впоследствии псевдоевклидовыми.

Следующим этапом были диаграммы Р. Фейнмана, которые продолжают и развивают принцип геометризации физики в области квантовой электродинамики. Они представляют собой графический способ изображения решений нелинейных уравнений квантовой теории поля (метод предложен Р. Фейнманом в 1949 г.). Фейнмановские диаграммы успешно используются в квантовой теории твердого тела, квантовой хромодинамике и других областях физики, где используются методы теории малых возмущений. Эти диаграммы объединяют все виды взаимодействий, как реальных, так и виртуальных частиц, и весьма существенно упрощают расчёты.

Фейнмановский подход можно рассматривать как развитие идей Минковского. Принцип геометризации физики является обобщением достижения науки в данной области и служит одним из оснований ее развития. Обращение к методологическим проблемам науки характерно для периодов интенсивного развития науки, выхода из кризисных ситуаций. Такая ситуация и возникла в современной физике. Методологические принципы, по мнению автора, можно рассматривать как синтез развития рефлексии. Методологические принципы имеют непреходящее значение для истории науки. Принцип геометризации, наряду с другими методологическими принципами физики, фиксирует определенные требования к физическим теориям, оказывая тем самым воздействие на процесс научного познания. Геометризация физических теорий способствует их становлению и, если так можно выразиться, является одним из источников их саморазвития.

В заключение отметим, что развитие представлений о поле, как о характеристике геометрии и топологии пространства-времени, долгое время про-

водилось без отказа от категории пустоты, но теперь под пустотой понималось состояние, в котором геометрия пространства-времени не деформирована. То есть пустота отождествлялась с отсутствием как точечных частиц, вызывающих деформацию пространства-времени, так и собственных волновых возбуждений его геометрии. Интерпретация всех типов взаимодействий как искажений искривленной расслоенной геометрии пространства-времени представляет собой центральную идею современной базисной концепции геометризации физики. В новой формулировке естественнонаучные проблемы затрагивают гораздо более глубокие уровни материи, более фундаментальные свойства пространства-времени и других базисных категорий.

Помимо осмысления конкретных проблем естествознания и попыток их решения, независимо от нашего желания, мы переоцениваем место человека в мире, поскольку человеческое самосознание в первую очередь определяется уровнем и объемом наших знаний о природе.

УДК 141.7 : 316.3

Сахно С.С.<sup>1</sup>, Бондаренко О.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ІФ-311м ЗНТУ

<sup>2</sup> д-р філос. наук, проф. ЗНТУ

## **ФІЛОСОФСЬКА КОНЦЕПЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Дослідження показують, що домінуючими тенденціями розвитку цивілізації у ХХІ ст. є глобалізація та інформатизація суспільства. Вже сьогодні на наших очах цілеспрямовано формується глобальне інформаційне суспільство (або інформаційна цивілізація), становлення яких є переходом на якісно новий рівень організації життя та діяльності мільйонів людей. Розглядаючи філософську концепцію інформаційного суспільства, вчені і філософи осмислюють феномен загальних інформаційних потоків, в які включається сучасна людина, для якої отримання і компетентне використання всіх форм та видів інформації стає визначальним фактором успішного саморозвитку.

Поняття «інформаційне суспільство» було запропоновано на початку 1970 -х рр. Ю. Хаяші, професором Токійського технологічного університету. Вчений мав на увазі таке суспільство, в якому більшість працюючих зайнято виробництвом, зберіганням, переробкою і реалізацією інформації, зокрема вищої її форми – знань. У новому суспільстві на заміну праці і капіталу, типовим для традиційного суспільства, придуть інформаційні технології та фундаментальні знання. Остання обставина рано чи пізно призведе до «розчинення класів» і зародженню соціально-диференційованих суспільних груп, або «інформаційних співтовариств». Це відбудеться, коли інформаційна

сфера стане сферою масового споживання з усіма притаманними їй законами становлення і розвитку попиту на принципово новий товар – інформаційний. Основою даних процесів є винахід мікропроцесорної технології і масове використання у науці й у побуті персональних комп'ютерів, комп'ютерних мереж, а також програмно-керованих пристроїв. Саме вони зробили можливою інформаційну революцію у сучасному суспільстві, яка, у свою чергу, внесла і продовжує вносити величезний внесок у розвиток цивілізації.

Перехід до інформаційного суспільства фундаментальних і прикладних знань припускає інший принцип розвитку наук, створення нової системи освіти і виховання. У цьому зв'язку варто зазначити, що деякі сучасні науки, а також освітні програми і виховні системи, посилюють суспільну кризу в еволюції людства, бо вони підмінюють високі ідеали людської життєдіяльності ідеями отримання найбільшої користі. Розширення і поглиблення інформаційно-комунікативних технологій радикально змінює структуру суспільства. Але справа не стільки у самих змінах, скільки у тому, що утворення нових суспільних структур може мати різні за соціальним значенням наслідки. Це або звільнення мільйонів людей від важкої, виснажливої праці й можливість продуктивно використовувати вільний час, або глобальні економічні кризи із безробіттям і потужними соціальними потрясіннями. Спеціалісти з інформації перетворюються нині на головних ідеологів політичних і економічних технологій у суспільстві.

Таким чином, внутрішній (духовний та інтелектуальний) світ людини в інформаційному суспільстві серйозно деформується. Під пресингом інформації індивід поступово втрачає здатність до критичного судження і тим більше до заперечення. Що веде до кризи культури, яка посилюється соціально-економічним хаосом сучасного життя. Якщо у західному суспільстві, особливо в елітних його колах, виробився механізм захисної реакції на бомбардування свідомості «інформаційними частками», то у громадян України, на жаль, такого імунітету ще немає. Наслідком може стати «заморожування» розумових і чуттєвих здібностей людини. У цій непростій ситуації людина об'єктивно змушена шукати нові форми самовираження й інші способи досягнення особистої свободи. Прагнення сучасної особистості до адекватного сприйняття інформації і вибір соціально значущого стилю мислення й поведінки визначаються різними елементами нової духовної культури, враховуючи комп'ютерну грамотність, інформаційну обізнаність, гуманітарну раціональність.

Філософська інтерпретація інформаційного суспільства органічно пов'язана із осмисленням становлення його інформаційно-комунікаційної фази. Це насамперед проявляється у новітніх концепціях інформаційного суспільства. Автори цих концепцій бачать головне протиріччя сучасного суспільства у протиборстві різноманітних інформаційних форм управління

суспільством з традиційною державною бюрократією. Специфіка сучасного інформаційного суспільства полягає у тому, що воно найбільш повно відображає і чітко виражає весь наявний сукупний духовно-інтелектуальний потенціал, насамперед у таких сферах, як філософія, соціально-економічні, морально-політичні, релігійно-моральні традиції. Проте перспективи розвитку суспільства, що виникають завдяки новим інформаційно-комунікативним технологіям і пов'язані, насамперед, з перетворенням сфери особистого буття людини на головний регулятор суспільного розвитку, не можуть реалізуватися автоматично.

УДК 1 (07)

Концур О.А.<sup>1</sup>, Бондаренко О.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ІФ-211м ЗНТУ

<sup>2</sup> д-р філос. наук, проф. ЗНТУ

## ФИЛОСОФИЯ СМЕХА

Человек рождается на свет, чтобы смеяться. Мы, люди, можем злиться, как собаки, быть ласковыми, как кошки, уставать, как лошади, но смеяться и улыбаться мы будем всегда только как люди. Природа вместе с разумом наделила нас удивительным даром – во всеуслышание заявлять миру о том, что нам хорошо жить на свете.

Если рассматривать существующие классификации видов смеха, то можно отметить, что называются различные виды смеха, которые определяются в основном по психологической окраске. И прежде всего стоит отметить смех насмешливый.

Именно этот вид смеха стабильно связан со сферой комического. Этот же вид смеха чаще всего встречается в жизни. Смеяться насмешливым смехом можно над человеком почти во всех его проявлениях. Смешными могут оказаться наружность человека, его лицо, фигура, движения; комическими могут представляться его суждения, в которых он проявляет недостаток ума; особую область насмешек представляет характер человека, область его нравственной жизни, его стремления, его желания и цели.

Смех возможен только тогда, когда недостатки, которые осмеиваются не принимают характера пороков и не вызывают отвращения. Может оказаться, что недостатки настолько ничтожны, что они вызывают у нас не смех, а улыбку. Такой недостаток может оказаться свойственным человеку, которого мы очень любим и ценим, к которому мы испытываем симпатию. На общем фоне положительной оценки и одобрения маленький недостаток не только не вызывает осуждения, но может еще усилить наше чувство любви и симпатии. Таким людям мы охотно прощаем их недостатки. Такова психологическая основа доброго смеха.



В отличие от элементов сарказма и злорадства, присущих насмешливому смеху, мы здесь имеем мягкий и безобидный юмор. Юмор есть некоторое душевное состояние, при котором в наших отношениях к людям мы сквозь внешние проявления небольших недостатков угадываем положительную внутреннюю сущность. Объяснение доброго смеха помогает понять и определить его противоположность – злой смех. При добром смехе маленькие недостатки тех, кого мы любим, только оттеняют положительные и привлекательные стороны их. При злом смехе недостатки, иногда даже мнимые, воображаемые и присочиненные, преувеличиваются, раздуваются и тем дают пищу злым, недобрым чувствам и недоброжелательству.

Психологически злой смех близок к смеху *циничному*. И тот, и другой виды смеха порождены злыми и злобными чувствами. Но сущность их все же глубоко различна. Злой смех связан с мнимыми недостатками людей, циничный смех вызван радостью чужому несчастью.

Существуют другие виды смеха, которые, выражаясь философским языком, внеположны по отношению к каким бы то ни было недостаткам людей, то есть не имеют к ним никакого отношения. Эти виды смеха не вызваны комизмом и не связаны с ним. Они представляют собой проблему скорее психологического, чем эстетического порядка. Они могут стать предметом смеха или насмешки, но сами никакой насмешки не содержат. Это, прежде всего, смех жизнерадостный, иногда совершенно беспричинный, или возникающий по любым самым ничтожным поводам, смех жизнеутверждающий и веселый.

На взгляд современного человека нарочитый, искусственный смех есть смех *фальшивый* и вызывает в нас осуждение. Но так смотрели не всегда. Смех в некоторых случаях был обязателен так же, как в других случаях был обязательным плач, независимо от того, испытывал человек горе или нет.

Смех способен не только придавить человека к земле, но и поднять вверх, задержать или вообще отодвинуть в сторону. Смех волен делать с человеком все, что пожелает. Он свободен по настоящему, а мы, смеясь, испытываем лишь иллюзию свободы, спеша назвать в романтическом упоении и смех, и свободу своим достоянием.

УДК 621.315.626

Михайлюк В.В.<sup>1</sup>, Бондаренко О.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. Е-811м ЗНТУ

<sup>2</sup> д-р філос. наук, проф. ЗНТУ

## ФІЛОСОФІЯ ТЕХНІЧНОЇ АВТОМАТИЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

Філософія і наука – дві взаємопов'язані діяльності, спрямовані на вивчення світу і людей, що живуть у ньому. З XVI ст. й до сьогодні взаємини філософії і науки є актуальною проблемою. Філософія прагне пізнати все: видиме і невидиме, реальне і позареальне, для філософії немає меж, вона

цікавиться навіть ілюзорним. Наука ж вивчає, перш за все, те, що можна побачити, потримати, вирахувати, зважити.

Філософія техніки – одна з відносно молодих гілок філософського знання. Не маючи достатньо тривалий історичний час потреби у вивченні проблем техніки, на межі ХХ ст. філософія рішуче залучила феномен техніки до свого «предметного поля».

Техніка і технологія існували, з погляду історії людства, завжди, оскільки сама ця історія починається не раніше того моменту, коли люди починають використовувати знаряддя праці, тобто найпростішу техніку. Однак до промислової революції техніка та технологія не мали того загально-універсального й детермінуючого характеру, які вони здобули в Новий, і, в особливості, у Новітній час. Увійшовши у Новий час використовуючи елементарні механізми давнини та їх комбінації, людство розпочало з нового джерела енергії пару й дуже швидко просунулося ланцюжком мінеральні види палива – електрика – атомний розпад. Потужність, знайдена новою технікою, була настільки велика, що жодна держава світу не могла більше дозволити собі ігнорувати те, що відбувається у сфері техніки. Техніка стає максимально універсальним феноменом сучасної історії людства.

У ХХ ст. створювалися нові машини і системи машин. У виробництво починають впроваджуватися роботи, відбувався процес автоматизації. Якщо не вважати час, що пішов на створення передумов, то можна стверджувати, що у середині 1940-х рр. був створений комп'ютер, який різко збільшив продуктивність розумової праці. Був винайдений напівпровідниковий транзистор.

Вищим ступенем механізації є автоматизація. Автоматизація означає застосування машин, приладів, апаратів, пристосувань, що дозволяють здійснювати виробничі процеси без безпосередньої участі людини, а лише під її контролем. Автоматизація виробничих процесів неминуче пов'язана з рішенням процесів управління, які також повинні бути автоматизованими. Здійснюючи комплексну автоматизацію технологічних процесів ділянок, цехів і заводів, створюють роботизовані технологічні комплекси (РТК). Роботизований технологічний комплекс є сукупністю технологічного обладнання і промислових роботів. РТК розміщується на певній площі і призначається для однієї або декількох операцій в автоматичному режимі.

Які зміни принесла техніка у своєму класичному вигляді у сфері праці? Можна виділити три моменти, які характеризують суть змін.

По-перше, техніка скорочує витрати праці, але разом з тим посилює її інтенсивність. Техніка ніколи повністю не усуне фізичну працю. Поступившись місце машинам в одній області, праця відтискується в інші області. Десь залишається споконвічний болісний труд, замінити який не може жодна техніка. У принципі, звичайно, сучасна техніка пов'язана із

здійсненню ідеї все більшого звільнення людини від тягаря фізичної праці, збільшення її дозволів для вільного розвитку її здібностей.

По-друге, техніка змінює характер праці. Творчому творенню протистойть у технічному світі залежність нетворчого застосування результатів цих творчих шукань. У механізованому «світі» позитивно оцінюються спостереження за машинами та їх обслуговування; виробляється дисципліноване, осмислене ставлення; задоволення від розумної діяльності; може виникнути навіть любов до машин. Однак повна автоматизація праці чинить негативний вплив на людину, яка змушена постійно повторювати одні й ті самі операції, спричиняє психологічні, інтелектуальні й інші проблеми.

По-третє, техніка вимагає серйозної організації. Лише на значних за розміром підприємствах може бути досягнута і досить економно здійснена технічна мета.

«Моделі обмеження» – це група моделей, заснованих на необхідності обмеження або людських потреб, або масштабів технічних проєктів, виходячи з вивчення тих критичних порогів, за якими вдосконалення техніки радше шкодить, ніж приносить користь. Моделі першого виду зазвичай пропонуються для виконання країнам що розвиваються, враховуючи їх обмеженість у коштах і темпи зростання населення. Моделі другого виду припускають, що оскільки одні і ті ж людські потреби можуть бути задоволені за допомогою техніки різних видів, то слід уважно вивчити їх, і застосовувати ті, які приносять менше шкоди.

Крім названих, сучасний світ надає широке поле для залучення до своїх потреб та проблем сучасної філософії техніки.

УДК 17.022.1

Лосева А.А.<sup>1</sup>, Бондаренко О.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. КНТ-621м ЗНТУ

<sup>2</sup> д-р філос. наук, проф. ЗНТУ

## **ФІЛОСОФІЯ ЧИСТОЇ МОДИ АБО ФІЛОСОФІЯ ЦНОТЛИВОГО ЖІНОЧОГО ОБРАЗУ**

Здавалося б, яка різниця – що одягнути? Адже Бог дивиться не на зовнішню людину, а на внутрішню, не на обличчя та одяг, а на душу і серце. Так, це так, але саме наша «внутрішня таємна людина» обирає одяг для зовнішньої. Тому справа не в одязі, який носять, а у тому, що всередині людини змушує його вибирати. Наш одяг – це сукупність знаків. Він відображає, що є цінним для його власника, по ньому складається перше враження про моральні якості власника.

Будь-яка стародавня міфологія обертається навколо ідеї протилежності і одночасно єдності, взаємопроникнення чоловічого і жіночого начал, при цьому чоловік частіше зображується носієм активного, соціально-творчого начала, а жінка – як пасивно-природна сила. Наприклад, у стародавній міфології жіноче начало «інь» і чоловіче «янь» трактуються як полярні космічні сили, взаємодія яких робить можливим нескінченне існування Всесвіту.

Бог не просто створив чоловіків і жінок різними. Однією з головних відмінностей, окрім фізичних та психологічних, є відмінність у напрямку руху енергії енергетичними центрами (чакрами). Чоловікові відповідає сонячна енергія, жінці – місячна.

У найдавнішій культурі, яка так чи інакше входить до основи всіх вірувань людства, у ведичній культурі, жінки дуже цінувалися. На санскриті «дева» означає «божественна». Веди кажуть, що дівчинка народжується вже досконалою, й її найголовніша задача – зберегти свою чистоту.

Розвиток жіночої природи завжди відбувається одночасно зі змінами зовнішності, такими як зміна гардеробу, зачіски, аксесуарів, взуття тощо. Метою цнотливого одягу є накопичення та збереження жіночої енергії, яка благотворно впливає на емоційне, фізичне та психофізіологічне здоров'я жінок.

У всіх традиційних культурах жінки покривали голову. Хустка, у Священному писанні, є знаком сімейної ієрархії, тобто підпорядкування дружини своєму чоловікові. Тому, жінка без головного убору наче підкреслює свою помилкову незалежність, тобто проявляє духовну гордість.

У давні часи було дуже важливо поєднати дві речі – це краса та захист. Захист полягав у тому, що закриті були всі енергетично вразливі точки. Форма жіночого одягу повинна нагадувати вісімку або пісочний годинник. Прикраси і макіяж також несуть функцію захисту тонкого тіла. У жінок східних країн завжди нафарбовані очі. Коли очі обведені фарбою, увага залучається до очей. І це дає захист.

Практично у всіх культурних колах волосся є життєвою енергією жінки. Вважалося, що воно охоплює її енергетичними лініями, слугує найсильнішим оберегом (в символізмі буддизму/індуїзму – захищає всі чакри, розташовані у тонкому тілі по лінії хребта). Волосся повинно бути вплетене у зачіску. На Русі говорили: чим довша коса у дружини, тим більше триває земне життя її чоловіка.

Але навіщо жінці стримувати силу своєї краси? Природна жіноча краса також має свою тривалість. У ведичній культурі вважається, що чим більше чоловічих поглядів жінка збрала, тим більше витратила свою красу. Вся краса жінки повинна належати лише одному чоловікові. Саме тому мусульманські жінки носять паранджу. Виставляючи себе напоказ,

створюється ситуація, коли чоловіки сприймають у буквальному сенсі те, що жінкам потрібні інтимні стосунки.

Мораль і звичаї у всіх народів різні, але вони пов'язані не тільки з людськими почуттями, але й з місцевими звичаями, вони змінюються в міру того, як змінюються часи й умонастрої. У слов'янській культурі у жіночому одязі була присутня особлива оберегова Родова символіка, а також необхідні відомості, за якими можна було дізнатися, заміжня вона чи ні, які Боги-Покровителі оберігають Рід, в якому вона живе. Зараз багато продуктів дизайну не несуть смислового навантаження. В результаті споживач не вгадує і не розуміє сенсу дизайнерської концепції.

Мода служить символу-мовним засобом комунікації, що виражає характер внутрішніх поривів людини. Мода виражає прагнення людини до краси, творчості і свободи, і саме у цьому полягає її невід'язна метафізична (філософська) цінність.

У наше століття, кажучи про чисту моду, мається на увазі розмаїття стилів, які поєднані ідеєю збереження жіночої природи. Не важливо – з квіточками наряд або з ромбиками, на шпильках або в кедах. Важливо те, що тіло закрито від зайвих очей, не провокує оточуючих на похоть і деградацію. Це є важливою місією жінки в соціумі.

УДК 165.42

Котов Р.О.<sup>1</sup>, Бондаренко О.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. КНТ-621м ЗНТУ

<sup>2</sup> д-р філос. наук, проф. ЗНТУ

## **ВПЛИВ ФІЛЬТРІВ СПРИЙНЯТТЯ РЕАЛЬНОСТІ НА КОГНІТИВНІ МОЖЛИВОСТІ ІНДИВІДУУМУ**

Основою життя у сучасному світі постає взаємодія з навколишнім оточенням. Різноманітні зовнішні чинники впливають на процеси сприйняття та пізнання оточення. Адекватність відображення реальності у свідомості дуже сильно залежить від минулого досвіду. Він накладає певні фільтри на сприйняття, обмежує його. Так, наприклад, яскрава емоція довкола певної події у минулому робить більш позитивним сприйняття схожої події. Невідоме здається складнішим, а те, про що у досвіді вже є доступна інформація, видається простішим. До того ж, з накопиченням досвіду, деякі речі (такі як реакції, події, думки) стають автоматичними, свідомо чи підсвідомо утворюючи шаблони звичних дій та рішень. Досвід заважає нам сприймати нову інформацію неупереджено. Саме тому дуже важливу роль у процесі пізнання нового на першому плані постає проблема адекватності рефлексії дійсності у свідомості шляхом поєднання різноманітних фільтрів.

Шаблонне мислення спрощує багато повсякденних завдань, хоча саме воно може бути перешкодою в освоєнні нового. Звісно, повністю відмежувати вплив досвіду на сприйняття нереально. Але можна пам'ятати про цю особливість, сформулювати звичку уважніше ставитись до інформації – особливо, коли мова йде про важливе рішення. Чим важливішим є те, з чим ми маємо справу, тим більш слушною буде рефлексія: чому існує впевненість саме у цьому ставленні? як впливає досвід на оцінку? Перевіряти таким чином буде корисно не лише наявні варіанти на поверхні, але й свідомо працювати з неочевидними на перший погляд альтернативами, аргументуючи всі «за» та «проти». Фільтрування навколишньої дійсності на основі попереднього досвіду має важливе значення для розвантаження психіки у звичній для індивідууму ситуації, що значно підвищує його когнітивні здібності за умови схожості матеріалу. Іноді можливо лише виділити нові шляхи або відмінності у ситуаціях або підходах до вирішення задач пізнання, що істотно зменшує час на запам'ятовування нового. У цьому випадку фільтр досвіду має позитивний вплив.

У будь-якій комунікації завжди разом з фактами отримуємо на додаток також емоції оповідача, оцінки та судження. Якщо свідомо не відділяти об'єктивне від суб'єктивного, можна перейняти оціночні судження за факти. А потім на основі цієї викривленої картини реальності непомітно формується власне сприйняття ситуації та ставлення до неї. Чужа оцінка, звісно, може бути важливою та корисною. Головне – сприймати її свідомо. Рішенням цієї проблеми є створення фільтру критичного мислення.

Також існує механізм емоційного спотворення сприйняття. Люди дуже залежні від емоційного фону, бо саме почуття роблять нас живими людьми. Але коли мова йде про прийняття свідомих раціональних рішень, краще абстрагуватись від емоцій. Ключова річ тут – створення фільтру їх усвідомлення.

Для покращення об'єктивності сприйняття використовується фільтр вибіркової уваги. Саме він дозволяє аналізувати середовище, виділяти окремі елементи. Це може відбуватись стихійно або свідомо. Вибіркова увага стосується саме свідомого контролю та оцінки того, що потрапляє у мозок, і передбачає проактивний вибір об'єкту, зосередження.

Також дуже сильний вплив на когнітивні можливості людини має інформаційний шум. Дуже велике навантаження на органи сприйняття впливає на адекватність їх роботи. Саме тому сьогодні одним із найважливіших способів підвищення якості сприйняття є обмеження їх впливу, тобто підтримання гігієни сприйняття. Кожна людина має свої способи, які дозволяють перемкнути увагу з постійних думок на внутрішній світ.

Також могутній вплив на когнітивні процеси мають рамки, які притаманні свідомості людини, та які вона ставить собі. Наприклад, сприйняття скрізь фільтр релігійних або культурних цінностей дуже швидко звужує перелік дозволених способів пізнання, саме тому спрощує вибір інструменту, хоча іноді повністю виключає можливість розгляду ситуації з нової точки зору.

Підсумовуючи, слід зазначити таке. Людське життя дуже сильно залежить від процесу пізнання навколишнього середовища, тому фільтри сприйняття займають важливу роль у цьому процесі. Оскільки вони можуть впливати з позитивної сторони на швидкість пізнання, так і з негативної на його об'єктивність, то важливо гармонічно поєднувати їх, зважати на попередній досвід, але завжди пам'ятати про те, що кожна точка зору може бути суб'єктивною і більш свідомо приймати важливі когнітивні рішення.

УДК 122

Фомічова А.В.<sup>1</sup>, Бондаренко О.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ІФ-211м ЗНТУ

<sup>2</sup> д-р філос. наук, проф. ЗНТУ

## **ФИЛОСОФИЯ РИСКА**

Так бывает, что одни люди достигают своих целей, находят свой смысл жизни, свое общечеловеческое и уникальное творческое предназначение и исполняют его, а другие – не достигают, не находят и не исполняют этого. Философский подход в данном случае состоит в том, чтобы сфокусировать внимание на познании себя и наших методов и возможностей повышать свою удачливость или вероятность достижения желаний и целей как личного, творческого, так и корпоративного, социального характера.

Согласно определению, риск это величина возможного отклонения от запланированного уровня цели. В феномене «риск» можно выделить следующие элементы, взаимосвязь которых и составляет его сущность: возможность отклонения от предполагаемой цели, ради которой осуществлялась выбранная альтернатива; вероятность достижения желаемого результата; отсутствие уверенности в достижении поставленной цели; возможность материальных, нравственных и других потерь, связанных с осуществлением выбранной в условиях неопределенности альтернативы.

Последние самые значительные исследования поведения людей в условиях риска и неопределенности выполнили психологи Д. Канеман и А. Тверски. Наибольшую известность получила их «теория перспективы», за что в 2002 году Д. Канеман был удостоен Нобелевской премии по экономике. Несомненным по значимости результатом теории перспективы стал фе-

номен асимметрии в принятии решений, направленных на достижение выигрыша, и решений, направленных на избежание проигрыша.

В практике каждого человека риск реализуется через принятие ним, как субъектом, решения, отягощенного риском. И здесь, в основном, условно выделяется три типа позиционирования человека, как субъекта, принимающего решение, отягощенного риском. Первый тип – рискофоб. Это самый распространенный тип людей несклонных к риску или рискующих лишь иногда или когда точно уверены, что риск оправдан. Большинство таких людей являются постоянными страхователями по личному, имущественному страхованию и страхованию ответственности. Они предпочитают допустимый риск, если он сулит будущие выгоды, при сохранении необходимого уровня комфортности. Второй тип – рискофил. Это люди, имеющие с риском профессиональные отношения – риск-менеджеры, страховщики, перестраховщики, финансисты, предприниматели и т.д. Третий тип – рискософ. Это могут быть люди, связанные профессионально с риском, как и рискофилы, но уже высоко квалифицированные страховщики, финансисты, предприниматели, которые параллельно занимаются теорией и практикой, и иногда могут еще преподавать, передавая свои знания умения и опыт молодежи. А также это могут быть люди, не связанные с риском профессионально, и может быть иррационально относящиеся к нему, но развитые по сознанию настолько, что это позволяет им принимать оптимальные решения, отягощенные риском, помогать другим в этом вопросе, и обучать молодежь и всех желающих.

Проводился эксперимент по выяснению отношения к риску у студентов на занятиях по страхованию. Предлагалось рассмотреть четыре варианта игры в лотерею. Восемьдесят процентов студентов оказывались, как правило, рискофобами, не соглашавшимися с предложениям экстремальных рисков, и только двадцать – рискофилами, выбиравшими очень рискованные предложения. Согласно оценкам проведенных исследований в современном обществе распределение между рискофобами и рискофилами колеблется в пределах 95–97 % рискофобы и 3–5 % рискофилы соответственно.

В заключение следует отметить, что каждый человек, независимо от того, кто он по условной типизации – рискофоб, рискофил или рискософ, бывает счастлив независимо от того, нашел и исполнил он свое уникальное или общечеловеческое предназначение или нет. Жизнь разнообразна в моделях нашего восприятия ее. Постоянный и может быть даже где-то автоматический взгляд через призму риска, похож чем-то на привычку опытного водителя читать дорогу, что обеспечивает безопасное движение. Он позволяет фокусировать наше внимание на важных значимых для нас моментах и аспектах жизни, и постигать по возможности все накопленные знания человечества в области управления риском, проверять их на практике, активно разрабатывать новые научные идеи, связанные с устойчивостью и безопасно-



стью, вызванные острой общественной потребностью, прогнозировать чрезвычайные ситуации во всех сферах жизни, смягчать их последствия, повышать эффективность соответствующих социальных институтов и улучшать состояние гражданской защиты в обществе в целом.

УДК 130.31

Єськов К.О.<sup>1</sup>, Арсентьева Г.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-514 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## **ІНСТИНКТ – ОДИН ІЗ НАПРЯМІВ ЖИТТЄВОГО ПОРИВУ**

Французький філософ Анрі Бергсон, як один із найвидатніших філософів ХХ століття, як представник інтуїтивізму і філософії життя, стверджував, що інстинкт – це одна із найголовніших життєвих сил, що із давніх давен поділила життя на системи та різні напрямки розвитку.

У своїй роботі «Творча еволюція» Бергсон говорить про силу, про життєвий порив, який складається, по суті, у творчості. Але на перешкоді цій творчості стоїть матерія, яку філософ називає рухом, і він є зворотний цій творчості. Отже, йде протистояння сил, але все ж у ньому перемагає життєвий порив, який породжує невизначеність та свободу. Головне те, що породжує це протистояння. Саме це питання найбільш хвилювало філософа.

Бергсон знайшов відповідь та пояснив собі, що у протистоянні матерії та пориву з'являється органічне життя, і навіть не просто життя, а його еволюція. Але він виявляє, що життєвий порив є кінцевим, і він був даний раз і назавжди. «Він не може подолати всі перешкоди. Повідомлений ним рух, то відхиляється, то розділяється, завжди зустрічає протидію, і еволюція органічного світу є не більшим ніж розгортання цієї боротьби».

Першим великим поділом, яке повинно було відбутися, був поділ на два царства, рослинний і тваринний, які, таким чином, доповнюють один одного, хоча між ними і немає згоди.

Другий великий поділ виявив, що вся еволюція тваринного світу, за виключенням повернень до рослинного життя, здійснювалася за двома розбіжним шляхами, один з яких вів до інстинкту, інший – до інтелекту.

Для філософа поява розумного життя означала вихід на новий, більш складний етап боротьби пориву із матерією. Згідно Бергсона, відтепер інстинкт, а разом із ним і інтуїція, потіснили розум та інтелект. Він переконаний, що так і мало статися. Якщо, «Царство інтелекту» – це, перш за все, речі, взяті в якості застиглих твердих тіл, до яких застосовуються закони механіки, геометрії, логіки, то інстинктом він називає операційну та

інтелектуальну спроможність духу, яка ближче за все стоїть до життя. Тоді інстинкт являє собою ядро для інтуїції.

У цій боротьбі виробляються дві протилежні форми пристосування відносин організму до навколишнього світу: інстинкт і інтелект. Інстинкт отримує своє вираження в створенні органічних знарядь (кляшні, зуби і т.д.), пристосованих до виконання необхідних для організму функцій, інтелект – у свідомому створенні штучних знарядь, потрібних для практичної дії.

Взагалі, для роз'яснення цих двох понять француз рекомендує їх порівнювати та аналізувати. Якщо «інтелект характеризується природним нерозумінням життя», то «інстинкт відливається за формою життя. У той час, як інтелект характеризує всі речі механічно, інстинкт же діє, у деякому сенсі, органічно».

Далі у філософа виникла думка, що раніше саме інстинкт, як найсильніша рушійна сила, був двигуном розумного життя. Цим він зробив нас тими, якими ми є зараз.

Але, наразі, для філософа, людство охопив тотальний інтелект. Людство загубило свою найголовнішу рушійну силу, хоча та зникла не повністю. Він порівнює її із загасаючою лампою, яка спалахує час від часу лише на мить, але саме у ту мить, коли це дуже необхідно. Цей спалах наче освітлює нашу волю та усе наше Я, яке ми займаємо у цілому Всесвіті. Цей короткий спалах перемагає інтелект, який взяв нас у свій полон.

Проте цей факт ніяк не пригнічував А. Бергсона, адже він сприймав це, як належне, через те, що у процесі еволюції життєвого пориву кожна форма життя необмірковано робить свій природний вибір у шляху свого розвитку: «Капітальний обман, який передався від Аристотеля, спотворив більшу частину філософії природи; він полягає в тому, що у житті рослинному, у житті інстинктивної і у житті розумному вбачаються три послідовні ступені однієї і тієї ж тенденції, однієї діяльності, що розділилася в процесі свого зростання. Різниця між ними не є різницею ні в інтенсивності, ні в ступені: це різниця по природі».

Анрі Бергсон називає людство однією з гілок еволюції інтелекту, проте переконує, що для людей характерне збереження зворотньої сили – інстинкту у глибині свого Я. Навіть порівнює людей із мурахами, адже у всіх випадках саме інстинкт проголошується основою спільного життя і її організації.

Саме створення суспільної системи функціонування відносин, що являє собою інстинкт, пліч-о-пліч із інтелектуальною еволюцією Бергсон називає головним дивом своєї теорії напрямку життєвого пориву.

## **«НРАВСТВЕННОСТЬ ДОЛЖНА ЛЕЖАТЬ В ХАРАКТЕРЕ», – ПО КАНТУ**

Нравственность, по Канту, должна быть не относительной, скованной частными интересами, а абсолютной, всеобщей, в противном случае ее вовсе нет. Иными словами, враг подлинной нравственности – релятивизм, относительность принципов, приспособление к ситуации. Вот тут приобретает особенно острую форму коллизия между абсолютным, строго необходимым, всеобщим нравственным законом, который отстаивает Кант, и всегда детерминированными обстоятельствами, поступками конкретных людей. Ведь конкретный человек не может жить и действовать иначе, чем ориентируясь на обстоятельства, строя свои, именно субъективные характеры поведения. Быть может, ему и нечего ориентироваться на всеобщую нравственность? И не становится ли всеобщий нравственный закон – категорический императив – всего лишь идеалом и химерой? Наступает черед нового, весьма интересного и остро драматического акта кантовского рассуждения. Категорический императив защищает свои права и притязания. Но делается это своеобразно: в союзники призываются как раз обыденное человеческое действие и поведение. Человеку предлагается присмотреться к самому себе и убедиться в том, какие сильные возможности движения к всеобщему нравственному закону в нем заключены.

Кант развивает учение об автономии морали: утверждая свободу, человек выступает творцом собственного нравственного мира, он сам себе предписывает закон действий. Кант провозглашает нравственную установку, характер и законы которой, существенно отличаются от тех, что преобладают в периоды спокойного и размеренного постепенного развития, отличаются радикализмом предъявленных требований: «эти законы повелевают, безусловно, каков бы ни был исход их исполнения, более того, они даже заставляют совершенно отвлечься от него», людям «достаточно того, что они исполняют свой долг, что бы ни было с земной жизнью и даже если бы в ней, быть может, никогда не совпадали счастье и достоинство его». В отличие от обычных правил поведения долг выступает по своей сущности абсолютным требованием, следовать которому надлежит безусловно.

В структуре характера обычно выделяют две группы черт – нравственные черты, в которых выражается система отношений человека к действительности, отношение к другим людям, к самому себе, к труду и его результатам, а также волевые черты. Нравственность и характер – неразрывно связанные между собой категории. Если говорить о нравственности, то следует отметить, что нравственность является важной духовной составляющей личности, определяет способы взаимодействия с людьми. Количество выпадающих нам страданий прямо зависит от того, насколько мы нравствен-

ны. Нравственность – это формула счастья и выживания. Чем меньше нравственности, тем отвратительнее жизнь. Люди придумали много правил, помогающих провести границу между добром и злом. Но еще никому не удалось сделать это лучше, чем Иммануилу Канту в его знаменитом императиве, позволяющим точно взвешивать на весах нравственности любые поступки. Звучит он так: «Человек сам в себе цель и не должен быть средством». Человек выше любых концепций, идеологий, государств; его предназначение никому не известно; никто не вправе его использовать; нравственно лишь то, на что он дает добровольное согласие; всякое принуждение безнравственно; расплата – страдание, разрушение, вражда. И нигде это не проявляется столь ясно, как в любви и близости. Мы вправе лишь просить и предлагать. Позволив себе манипуляцию, шантаж, давление, мы становимся безнравственными. А значит, обречены расплачиваться. Но самое печальное, что с помощью безнравственных методов, мы никогда не попадаем в то светлое завтра, ради которого пускаемся во все тяжкие. Как сказал тот же Кант: «Средства деформируют цель». Нравственность, по Канту, должна быть не относительной, скованной частными интересами, а абсолютной, всеобщей, в противном случае ее вовсе нет. Иными словами, враг подлинной нравственности – релятивизм, относительность принципов, приспособление к ситуации. Вот тут приобретает особенно острую форму коллизия между абсолютным, строго необходимым, всеобщим нравственным законом, который отстаивает Кант, и всегда детерминированными обстоятельствами, поступками конкретных людей. Ведь конкретный человек не может жить и действовать иначе, чем ориентируясь на обстоятельства, строя свои, именно субъективные максимы поведения. Человеку предлагается присмотреться к самому себе и убедиться в том, какие сильные возможности движения к всеобщему нравственному закону в нем заключены.

УДК 17.023.34

Голованова А.С.<sup>1</sup>, Арсентьева Г.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-514 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. филол. наук, доц. ЗНТУ

## **А. ШОПЕНГАУЭР. СЧАСТЬЕ КАК ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ БЫТИЯ**

Счастья не существует и его невозможно достичь. Так считал известный немецкий философ XVIII века Артур Шопенгауэр. Он утверждал, что невыполнимые желания причинят боль, исполненные – принесут пресыщенность и пустоту. Когда мы добиваемся поставленных целей, – мы перестаем чувствовать радость, она растворяется, но чем больше страдаем, тем она значительнее. Земное счастье обманчиво, оно все время ускользает, едва его ухватишь. Жизнь никогда не может дать окончательного удовлетворения жела-

ний, поэтому Шопенгауэр делает вывод, что «жизнь – такое предприятие, которое не окупает своих издержек; и это должно отвратить нашу волю от жизни. Удивительно, но эти мысли имеют актуальность и сейчас, спустя два века.

Шопенгауэр утверждает, что любое проявление счастья, к чему так стремятся люди, имеет неблагоприятный характер. Исполненное желание порождает следующее желание, и этот процесс бесконечен. Ярko ощущается только страдание – вот что, по его мнению, положительное, всегда присутствующее, то, от чего возникает желание. Всё, что окружает нас, носит на себе след неутешительности, наслаждение – разрушается, облегчение – ведет к новым тяготам. Отсюда следует, что мы должны быть несчастны, чтобы быть счастливыми, более того, мы не можем не быть несчастными, и причиной этого является сам человек, его воля. «Чтобы оценить положение человека с точки зрения счастья, надо знать не то, что дает ему удовлетворение, а то, что способно опечалить его, и чем незначительнее это последнее, тем человек счастливее: чтобы быть чувствительным к мелочам, надо жить в известном довольстве: в несчастьи ведь мы их вовсе не ощущаем». Понятие счастья, по мнению ученого, имеет зыбкие границы. Он считал, что многое зависит от темперамента человека. Один продолжает смеяться там, где другой близок к отчаянию. Один, достигнув девяти целей из десяти, не радуется девяти удачам, а печалится об одной неудаче, другой в одной-единственной удаче находит утешение и радость. «Жизнь всякого отдельного человека... собственно, всегда трагедия, – такой пессимистичный вывод делает Шопенгауэр, – но разобранный в частности, она имеет характер комедии». Этот мир, по Шопенгауэру, еще ужаснее Дантова ада, потому что в нем каждый человек, что ищет счастье, «должен быть дьяволом для другого». Или другими словами, собственное счастье – залог чужой беды, и, следственно, ненависти друг к другу и душевной пустоты.

В идеях Шопенгауэра чётко указано, что для человека на первом плане всегда должна быть его личность. Если человек достигнет этого чувства в полном объёме, то он сможет открыть больше источников наслаждения, а, следовательно – будет более счастлив. По словам мыслителя, все внешние источники счастья мимолетны, ненадежны, подчинены случайностям, поэтому могут исчезнуть в любой момент. Даже более – эти источники не всегда могут находиться рядом. К старости человека покидают большинство источников, приносящих радость и удовольствие. В этом возрасте мы перестаём чувствовать страсть к чему-то, любовь и. наконец, после смерти мы лишаемся близких, друзей, всего. Поэтому для человека важно понимать, что он имеет в себе. Эти чувства и свойства сохраняются внутри нас дольше всего.

Люди отчаянно пытаются обрести счастье любой ценой за счет друг друга, а получают лишь разочарование. Человеческие потребности становят-

ся неограниченны, но не приносят долгожданной радости в душе, зарождается ненависть к жизни, начинается бесцельная погоня за миражами. Наблюдая за всем этим, можно сказать, что Шопенгауэр отчасти прав. Он видел мир не «лучшим из возможных миров», как доказывает Лейбниц, а «худшим из возможных». Он видел, что человеческая жизнь не имеет ценности: сумма вызываемых ею страданий гораздо значительнее, чем доставляемые ею наслаждения, он видел, как бесконтрольно растут запросы людей, и как потом исполненные желания их же разрушают. Он отводит нас от привычной философии Эпикура: «Смерть нисколько нас не касается: пока мы есть, нет смерти, а когда есть смерть, нет нас».

Шопенгауэр показывает нам реальный мир под другим углом, заставляя задуматься, что истинно является ценностью жизни – мимолетное и скоротечное наслаждение от исполнения желания или же то, что предшествует этому – воля, страдания. Он показывает, что значит жить. Но далеким эхом звучат его слова: «... Как бы ни менялись на мировой сцене пьесы и маски, но лицедеи в них остаются все те же, то же самое будет и через тысячу лет».

УДК 130.31

Трубачова Е.А.<sup>1</sup>, Арсентьева Г.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-514 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. филол. наук, доц. ЗНТУ

### **ИНТЕЛЛЕКТ – ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ «ЖИЗНЕННОГО ПОРЫВА» ФИЛОСОФИИ АНРИ БЕРГСОНА**

«Жизненный порыв» (фр. *élan vital*) – термин философии Анри Бергсона, впервые употребленный им в работе «Творческая эволюция» (1907г.); метафора, с помощью которой Бергсон сформулировал ряд важных для него эволюционных идей. Жизнь зарождается в одном центре в силу начального импульса, а затем ее порыв продвигается по множеству параллельных направлений, претерпевая по пути целую серию качественных скачков, подобных взрывам. Среди направлений движения порыва Бергсон выделяет три основных – чувственность, инстинкт и интеллект, которые приводят, соответственно, к растениям, животным и человеку. Жизненный порыв – некая гипотетическая, движущая сила всей творческой эволюции по гипотезе Анри Бергсона.

Понятие «Жизненный порыв» развивает сформулированное ранее понятие длительности, которое являлось действительным открытием философа. Говоря о жизненном порыве, Бергсон приводит много сравнений. Задача философа – проникнуть в явление, пережить жизнь, а не понять ее, излагая в некоторых категориях. Проникнуть в нее можно лишь таким образом, каким

проникают в свой собственный мир; давая эти образы, сравнения, Бергсон помогает нам найти в нашем собственном мире ту опору, которую мы можем пережить, и понять изнутри сущность бытия. Что такое жизненный порыв? Это жизненное начало, которое имеет некоторую энергию, и она, развиваясь, может направляться в разные стороны. Со временем жизненный порыв может остывать.

«Жизненный порыв, состоит по существу в потребности творчества. Он не может творить без ограничения, потому что он сталкивается с материей, то есть с движением, обратным его собственному. Но он завладевает этой материей, которая есть сама необходимость, и стремится ввести в неё возможно большую сумму неопределённости и свободы».

С точки зрения Р. Виолетта, в концепции Бергсона можно выделить три силы: Бог; жизненный порыв до его частичной деградации и преобразования в материю; жизненный порыв после такого преобразования.

Жизненный порыв признается движущим фактором эволюционного процесса, ведущего мир к высшим, более совершенным и сложным формам. Рано или поздно этот порыв исчерпывает себя и кончается замыканием на себя.

Инстинкт и разум – две тенденции сознания. Инстинкт – способность пользоваться и создавать орудия, интеллект – способность изготавливать и употреблять их. Инстинкт – понимание вещей, ум – отношений; врожденный ум – знание формы; врожденный инстинкт – знание материи.

Интеллект разлагает и синтезирует, достигает ясности, имея своим объектом мир вещей. Но ему трудно уловить текущее, неразделяемое, творческое, еле уловимое, ибо оно неразложимо, невещественно, непредвиденно, несводимо к своим элементам. Интеллект не способен постичь жизнь.

Главную ошибку рационализма А. Бергсон видит в том, что интеллект рассматривался им в законченной форме безотносительно проблем его возникновения и развития. В результате интеллект возносился на недостижимую высоту, ему приписывались функции абсолютного и непогрешимого познания или, наоборот, его функции сужались до «чистого разума», которому недоступна сущность вещей. Только эволюционный подход к интеллекту все расставляет по своим местам, давая возможность понять все его сильные и слабые стороны.

Ни материя не определяет формы интеллекта, ни интеллект не предписывает своей формы материи, ни оба они – интеллект и материя – не применяются друг к другу в силу какой-то предустановленной гармонии, – но интеллект и материя последовательно приспосабливались друг к другу, чтобы, в конце концов, прийти к одной общей форме. Это приспособление должно притом совершаться вполне естественно, так как одно и то же обращение

одного и того же движения создало разом интеллектуальность духа и материальность вещей.

Интуиция без интеллекта смутна, интеллект без интуиции бессилён. Интуиция и интеллект взаимно усиливают друг друга.

УДК 130.31

Мілосердова А.К.<sup>1</sup>, Арсентьева Г.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-414 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## **ФИЛОСОФИЯ Ф. НИЦШЕ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ОТЧУЖДЕНИЯ**

Ф. Ницше – создатель самобытного философского учения, которое имеет широкое распространение, выходящее далеко за пределы научно-философского сообщества. Фундаментальная концепция включает в себя особые критерии оценки действительности, поставившие под сомнение базисные принципы действующих форм морали, религии, культуры и общественно-политических отношений и, впоследствии, отразившиеся в «философии жизни». Будучи изложенными в афористической манере, сочинения Ницше не поддаются однозначной интерпретации и вызывают много разногласий. Ницше являлся одним из самых ярких представителей иррационализма в своем времени. Иррационализм предполагает понимание мира по средствам веры, инстинктов, чувств.

Близкой к иррационализму является «философия жизни», которая ставит в центр внимания не отвлеченные понятия – бытие, идея, материя и т.д., а бытие человека в мире – то есть жизнь, единственную реальность для человека.

Ницше оценивает окружающий мир как «хаотический поток жизни». Жизнь – это первая реальность, предшествующего разделению материи и духа, бытия и сознания. Оно выступает вечным принципом бытия, который реализуется в индивидуальных и неповторимых формах человеческой деятельности. Ум, сознание выполняет в жизни лишь второстепенную, подчиненную роль защиты от разрушительных воздействий внешней среды.

На основе «воли к жизни» Ницше развил концепцию «воли к власти». Понятие свободы, как основы всего существующего, он заимствует у Шопенгауэра, но в его работах речь идет не об абстрактной «мировой воле», а о конкретно определенной свободе – воле к власти. Ницше убежден, что основным законом мироздания является неиссякаемая воля к воздействию и господству. Воля к власти – это как «душа» мира, укоренённая в его глубинных недрах. Мир представляет собой арену борьбы за власть, за превосходство над другими. Любое действие человека, по мнению философа, – это «род



властолюбия». Несправедливость и угнетение в обществе вполне естественны, поскольку они порождены пересечением разных направлений к власти и расширением своего могущества. Стремление к власти является неизменной внутренней сутью человека.

Ницше призывает к «переоценке ценностей», к уничтожению существовавших моральных норм, считая их безнравственными. Переоценка всех ценностей – таков характер всех цивилизаций. Она начинается с того, что перечеканивает все предшествующие культуры. Она уже ничего не порождает, она лишь дает новые интерпретации. В этом заключается негативный аспект всех эпох подобного рода.

Ницше отрицает традиционную мораль как устремление к идеалу и внешнее ограничение поведения. Отсюда его тяготение к «сильным» человеческим типам, которые могли бы «прорвать горизонт» установленных моральных норм и правил, стать вне обычной морали. Он развивает свою теорию «сверхчеловека». Идея сверхчеловека была своеобразной реакцией немецкого философа на догматическое христианство, которое, по мнению Ницше, сделало человека слабым, покорным и униженным. Все лучшее в человеке, писал философ, уничтожило христианство. Оно всегда было на стороне слабых, оно настойчиво культивировало в людях слабость и убивало в них силу, воспитывало чувство страха. В противоположность христианскому идеалу Ницше дает свой идеал человека сильного, властного.

Очень интересна оценка, которую мыслитель даёт феномену государства, настаивая на том, что «государство холодно лжёт». Государство для Ницше – подмена понятий, прежде всего, подмена общности людей через глубинные пласты культуры, подмена собой нации – кровного родства и единства.

Философ критикует современное ему буржуазное общество, рассматривает и частные проявления «мещанства». В главе книги под названием «О базарных мухах» он пишет: «Где кончается уединение, там начинается базар; и где начинается базар, начинается и шум великих комедиантов, и жужжанье ядовитых мух». Кого Ницше имеет в виду под «ядовитыми мухами» можно понимать по-разному. Возможно, что говоря о «базаре» он выражает своё негативное отношение к экономической основе нынешней европейской цивилизации («рыночная экономика»), безусловно, определяющей и сознание наших современников. Более того, многие фразы в книге похожи на завуалированную критику «представительной демократии», в том числе критику тех, кто участвует в ней как избиратель.

Философ считает, что толпа, захватившая власть, неизменно породит тирана, отсюда тирания – естественное следствие всякой плебейской демократии. Аристократия же – власть лучших. Хотя дворянство, по мнению

Ницше, выродилось. Поэтому, нужна «новая знать», которая против деспотизма, она возродит «благородство».

Идеи Ницше пронизаны ощущением кризисности и трагичности наступившей и будущей эпох.

УДК 130

Силивоненко Д.С.<sup>1</sup>, Коваль В.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. М-814 ЗНТУ

<sup>2</sup> старш. викл. ЗНТУ

## СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Социальная психология возникла во второй половине XIX в. на стыке психологии и социологии. Ее возникновению предшествовал длительный период накопления знаний о человеке и обществе. Первоначально социально-психологические идеи формировались в рамках философии, социологии, антропологии, этнографии и языкознания. Вводились такие понятия, как «психология народов», «инстинкты масс» и т. п. Отдельные по существу социально-психологические идеи встречались уже в трудах Платона и Аристотеля, французских философов-материалистов, социалистов-утопистов, а затем в трудах Л. Фейербаха и Г. Гегеля.

Само сочетание слов «социальная психология» указывает на специфическое место, которое занимает эта дисциплина в системе научного знания. С одной стороны, любое общественное явление имеет свой «психологический» аспект, поскольку общественные закономерности проявляются не иначе как через деятельность людей, а люди действуют, будучи наделенными сознанием и волей. С другой стороны, в ситуациях совместной деятельности людей возникают совершенно особые типы связей между ними, связей общения и взаимодействия, и анализ их невозможен вне системы психологического знания.

Другой причиной двойственного положения социальной психологии является сама история становления этой дисциплины, которая вызревала в недрах одновременно и психологического, и социологического знания и в полном смысле слова родилась «на перекрестке» этих двух наук. Все это создает немалые трудности, как в определении предмета социальной психологии, так и в выявлении круга ее проблем.

Крупными представителями эмпирической социальной психологии в Европе были французский юрист и социолог Г. Тард, французский социолог Г. Лебон и английский психолог У. Мак-Дугалл. Эти ученые еще в конце XIX и в начале XX в. пытались обосновать социальное развитие общества

отдельными психическими свойствами человека: Тард – подражательностью, Лебон – психическим заражением, Мак-Дугалл – инстинктами.

Г. Тард широко использовал социально-психологические понятия и в своих криминологических исследованиях.

По концепции Г. Тарда (1843–1904) общественное развитие определяется факторами межличностного влияния, особенно подражанием, обычаями, модой. Благодаря подражанию возникают, по Тарду, групповые и общественные нормы и ценности. Усваивая их, индивиды приспосабливаются к условиям общественной жизни. Низшие слои особенно усердно подражают высшим слоям. Но невозможность достичь идеала порождает социальную оппозицию, конфликтность в социальном взаимодействии. Тард впервые глубоко разработал психологию толпы как фактора подавления индивидуальности. Под влиянием идей Тарда стали различаться два вида наследственности – естественная и социальная.

Другой французский социолог и социальный психолог Г. Лебон (1841–1931) разработал эмоциональную теорию социальных процессов, введя понятие психического заражения.

В отличие от «социальной атомизации» Г. Тарда (считавшего индивида «клеткой общества») Э. Дюркгейм отстаивал идею единения социума на основе общепризнанных социальных ценностей. Социальное качество поведения людей, как справедливо полагал Дюркгейм, зависит от ценностно-нормативной интегрированности общества, развитости его социальных связей. Ценностно-нормативный кризис общества порождает массовую правовую десоциализацию, которую Дюркгейм назвал аномией (франц. *anomie* – отсутствие закона). В состоянии аномии для многих членов общества утрачивается значимость социальных и прежде всего правовых норм. Индивид, лишенный эталонных образцов поведения, резко снижает уровень саморегуляции, выходит из-под социального контроля. Аномия, порождающая массовую девиантность, подготавливает и приближает, по мнению Дюркгейма, социально-экономические перемены в обществе.

Г. Тард, Г. Лебон и Э. Дюркгейм оказали существенное влияние на развитие социальной психологии, утвердив первичность социального фактора в формировании личности.

Важная черта современного состояния социальной психологии в мире – повышение авторитета идей, развиваемых в Европе. В странах Западной Европы активно работает Европейская ассоциация экспериментальной социальной психологии (ЕАЭСП). Привлекается внимание ученых к необходимости большей ориентации социальной психологии на реальные социальные проблемы. Ключевые идеи разработаны в трудах таких известных европейских социальных психологов, как А. Тэджфел (Великобритания) и С. Московичи (Франция). Тэджфел разработал теорию социальной идентичности, а

Московичи является автором теории социальных репрезентаций. Благодаря их идеям становится все более очевидным, что социальная психология должна быть в большей степени социально-ориентированной и включаться в решение реальных проблем общества.

УДК 1(091) : 141.7

Біденко І.П.<sup>1</sup>, Арсентьєва Г.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-524 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## **ЧЕЛОВЕК МАССЫ – ОСТРАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОСТИ**

Испанский философ Хосе Ортега-и-Гассет стал первым философом, который изложил основные принципы доктрины «массового общества» в научных трудах.

В своей работе «Восстание масс» он обратил внимание на социально-культурную ситуацию, которая сложилась в XX веке, а именно – кризис культуры – крах установленных традиционных ценностей и норм в обществе. По мнению ученого, кризис был обусловлен демографической ситуацией и перенаселением. Хосе Ортега-и-Гассет так характеризует это явление: «В современной общественной жизни Европы есть – к добру ли, к худу ли – один исключительно важный факт: вся власть в обществе перешла к массам. Так как массы, по определению, не должны и не могут управлять даже собственной судьбой, не говоря уж о целом обществе, из этого следует, что Европа переживает сейчас самый тяжелый кризис, какой только может постигнуть народ, нацию и культуру. Такие кризисы уже не раз бывали в истории; их признаки и последствия известны. Имя их также известно – это «восстание масс».

В подобных условиях возникает новый тип человека – человек массы. Человек массы – это тот, кто не ощущает в себе никакого особого дара или отличия. При наличии большого количества возможностей человек теряется в выборе своего будущего и в связи с этим реализовывает лишь часть того, кем он может стать. Складывается система общественных связей, внутри которой каждый человек чувствует себя статистом, исполнителем извне навязанной ему роли, частицей безличного начала – массы.

Массовизация общества представляет собой объединение двух противоположных понятий. С одной стороны – это существенный рост жизни и возможностей. С другой стороны – это обесценивание личности, её деградация в культурном и социальном плане.

Массовый человек утверждает свое равенство не путем восхождения к высотам культуры, самосовершенствования, а путем низведения до себя ок-

ружающего его социума. Все эти новые дары и возможности он получает как готовый результат, не имея представления о процессе и цене. Вокруг возникает множество новых соблазнов, и человек массы уверен в своем праве получать все современные блага без надлежащего труда. Ему свойственны «комплекс самодостаточности», жажда руководства, безразличие, отказ от традиций культуры, материальный интерес, эгоизм. Хосе Ортега-и-Гассет говорит о качествах людей массы так: «...основные черты психики масс – это инертность, замкнутость в себе и упрямая неподатливость; массы от природы лишены способности постигать то, что находится вне их узкого круга – и людей, и события. Они захотят иметь вождя – и не смогут идти за ним; они захотят слушать, и убедятся, что глухи».

Современным олицетворением, апофеозом «человека массы» является так называемый «специалист», человек, в совершенстве знающий какую-либо одну науку, свой крохотный уголок Вселенной, но абсолютно ограниченный во всем, что выходит за его пределы. В политике, в искусстве, в социальной жизни, в остальных науках он придерживается примитивных взглядов, но излагает и отстаивает их с авторитетом и самоуверенностью знатока, не принимая возражений людей компетентных. Это явление Хосе Ортега-и-Гассет называет «амбициозность полуобразованности».

Человеку массы противостоит другой тип – человек элиты, это человек избранного меньшинства. Однако избран он не потому, что считает себе выше других, а потому что требователен к себе и готов, приняв свои обязательства, служить более высокой цели.

Таким образом, Хосе Ортега-и-Гассет формирует целостное представление о человеке массы и о его возможной угрозе для культуры. Массовизация общества – это результат средств массовой коммуникации, широкое распространение и потребление культур, и, если процесс не будет приостановлен, то общество может утратить самое ценное, – мораль и человечность.

УДК 159.9

Ткаченко І.О.<sup>1</sup>, Лук'янова О.І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. Т-114 ЗНТУ

<sup>2</sup> старш. викл. ЗНТУ

## ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЧОЇ УЯВИ ПІДЛІТКІВ

Підлітковий вік відрізняється переходом від дитячого сприйняття навколишньої дійсності до дорослого. Школяр починає більш критично сприймати світ навколо себе і будує плани свого майбутнього. Його уява приймає більш критичні форми. Він уже не вірить в казкові чудеса. Уява набуває форми мрії як позитивної життєвої перспективи.

Підліток за допомогою уяви будує плани свого майбутнього, «програє» в своїй уяві різні соціальні і моральні ситуації, немов тренуючись перед складним дорослим життям. Підлітки відчують насолоду від творчого творення. Вони з задоволенням складають вірші і музику, імпровізують танці, намагаються вирішити найскладніші (нерідко не мають рішення як, наприклад, створення вічного двигуна) питання науки.

Багатьма психологами (Т. Рибо, Л. Ю. Суботіна, В. Г. Крисько і ін.) Пропонуються різноманітні способи розвитку уяви: уособлення, фантастичне додавання, фантастичний ефект, гіперболізація, типізація, малювання емоцій, акцентування, засновані на перетворенні елементів дійсності, частково застосовуються в навчальній діяльності. В умовах загальноосвітньої школи досвід учнів розширюється і за рахунок знань з предметів, що вивчаються, отже, творча діяльність, спрямована на розвиток творчої уяви повинна бути заснована на міжпредметних зв'язках, які дозволяють перетворювати елементи дійсності, використовуючи досвід попередніх поколінь.

У підлітковому віці, коли особистісний розвиток стає домінуючим, особливого значення набуває така форма творчої уяви, як мрія – образ бажаного майбутнього. Підліток мріє про те, що доставляє йому радість, що задовольняє його найпотаємніші бажання і потреби. У мріях підліток будує бажану особисту програму життя, в якій нерідко визначається її основний сенс. Часто мрії бувають нереальними, т. ч. визначена тільки мета, але не шляхи її досягнення, проте на етапі підліткового віку це має позитивний характер, оскільки дозволяє підлітку в уявному плані «перебрати» різні варіанти майбутнього, вибрати свій шлях вирішення проблеми.

Розвиток творчих здібностей знаходиться в тісному взаємозв'язку з таким психічним процесом, як уява. Істотні зміни у розвитку уяви у підлітків відзначав і Л. С. Виготський. Він говорив про те, що під впливом абстрактного мислення уява «іде у сферу фантазії». Говорячи про фантазії підлітків, Л. С. Виготський зазначав, що «вона звертається у нього в інтимну сферу, яка ховається зазвичай від людей, яка стає виключно суб'єктивною формою мислення, мислення виключно для себе». Підліток ховає свої фантазії «як сокровенну таємницю і більш охоче признається в своїх вчинках, ніж виявляє свої фантазії».

Німецький філософ і психолог Е. Шпрангер у своїй праці «Психологія юнацького віку» характеризував підлітковий вік як вік початку якісного «вростання в культуру». Дитина починає засвоювати і приймати «вростати психікою» в об'єктивний і нормативний дух епохи.

Уява властива кожній людині, але відрізняється за її спрямованістю, силі і яскравості. Особливо інтенсивно цей процес виражений в дитинстві і в ранньому підлітковому віці, поступово він втрачає свою яскравість і силу. На думку ряду авторів, це відбувається за рахунок того, що в період навчання ця

функція втрачає свою значимість і не розвивається, щоб запам'ятати якесь правило або інформацію, уява і фантазія не потрібні.

У чому важливість уяви? Всі наші цілі народжуються «в голові», в уяві. Якщо уява обмежена стереотипами, то і думки стереотипні. Уява – це джерело ідей і для бізнесу, і для любові, і для творчості. Бурхливо розвинута уява впливає на формування особистості. В силу специфічності того, що життя стало більш емоційним, підліток найчастіше занурюється в якесь одне значуще переживання, ось тоді особливо сильно проявляється дія законів загального емоційного знака та емоційної реальності уяви. Сутність закону загального емоційного знака полягає в тому, що будь-яке почуття, всяка емоція прагне втілитися в відомі образи, відповідні цьому почуттю. Емоція має, таким чином, як би здатністю підбирати враження чи образи, які співзвучні тому настрою, яке володіє підлітком в дану хвилину. Враження та образи, які мають загальний емоційний знак, т. е. виробляють подібне емоційний вплив, мають тенденцію об'єднуватися між собою, незважаючи на те, що жодного зв'язку ні за подібністю, ні по суміжності немає очевидна.

Таким чином, значення функції творчої уяви підлітка в психічному розвитку велике. Однак фантазія, як і будь-яка форма психічного відображення, повинна мати позитивний напрямок розвитку. Вона повинна сприяти кращому пізнанню навколишнього світу, саморозкриття і самовдосконалення особистості, а не переростати в пасивну мрійливість, заміну реальному житті мріями.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Выготский, Л. С. Собрание сочинений: в 6 т. Т. 2 / Л. С. Выготский. – М., 1982. – 504 с.
2. Субботина, Л. Ю. Развитие воображения детей : популярное пособие для родителей и педагогов / Л. Ю. Субботина. – Ярославль : Академия развития, 1997. – 240 с.

УДК 159.9

Третьякова Я.О.<sup>1</sup>, Дёвочкина Н.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ІФ-814 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## **КОНЦЕПЦІЯ РІВНІВ ПСИХОЛОГІЇ ОБМЕЖЕНЬ**

Будь-яка людина – це сукупність розв'язаних нею завдань. Вирішуючи завдання, які ставить перед людиною життя, кожен з нас зростає, набирається досвіду, стає особистістю, набуває повагу колег і сусідів, а то й всього

людства. Навчитися ходити або говорити – зовсім не так просто, як здається. Проте ми всі з успіхом вирішили ці завдання. Що ж заважає нам в більш зрілому віці йти вперед по цьому шляху, що стримує нас в нашому прагненні до мети? В цьому контексті постає цікавим питання про те, що з себе представляє психологія обмежень і вирішення цієї проблеми.

У своєму «Вступі до кібернетики» Росс Ешбі дає формальне визначення обмеження: «Це відношення між двома множинами, яке виникає, коли різноманітність, яка існує за однієї умови, менша, ніж різноманітність, яка існує при іншій умові»[1].

Фізичний і соціальний світ сповнений ситуацій обмеження. Ми настільки звикли до їх існування, що приймаємо обмеження як щось дуже зрозуміле і навіть не завжди усвідомлюємо їх існування. Аналізуючи тему психології обмежень можна виділити декілька рівнів.

Перший рівень, на якому ми виявляємо обмеження, – це рівень біологічної будови нашого організму і фізичної структури навколишнього світу. Історію розвитку техніки можна представити як історію спроб подолати біологічні та фізичні обмеження: літак і підводний човен, мікроскоп і телескоп – дозволили нам подолати обмеження, що накладаються будовою нашого біологічного тіла і фізичного світу.

Другий рівень обмежень – рівень соціальної системи. Існуючі економічні, соціальні, політичні та культурні процеси та їх внутрішня динаміка встановлюють межі діяльності наших можливостей.

На третьому рівні ми маємо справу з обмеженнями з боку організацій, в яких живемо і працюємо: сім'ї, підприємства, добровільних громадських об'єднань. У всіх цих організаціях існують правила і норми, які пов'язані з цілями і діяльністю подібних організацій, використання ресурсів, що знаходяться в розпорядженні організацій. Особливий інтерес в даному контексті представляють робочі місця.

Звернемося до четвертого рівня обмежень – рівню міжіндивідуальних дій і взаємодій. На цьому рівні зустрічаються обмеження двох типів: по-перше, обмеження, викликані взаємодією при дотриманні формальних правил і запропонованих ролей (наприклад, взаємодія між військовослужбовцями різних звань) або викликаних взаємодією, на яке впливають стан і престиж взаємодіючих індивідів (наприклад, взаємодія прихожанина і священика, лікаря і пацієнта). По-друге, в самому процесі комунікації зустрічаються обмеження всіх рівнів, оскільки всі види вербальної комунікації і всі тексти слід розуміти в конкретному контексті.

На п'ятому та завершальному рівні індивід сам встановлює для себе обмеження, турбуючись, не оцінюючи свої сили або не знаючи, як подолати ці перешкоди.



Коротка характеристика рівнів і концепцій різних типів обмежень приводить до наступних висновків:

1) існують різні типи обмежень, і значення терміну залежить від контексту;

2) кожен рівень аналізу вимагає свого теоретичного підходу;

3) залишається незавершеною задача створення загальної теорії обмежень, яка об'єднала б теорії, застосовні до різних рівнів обмежень. Не вдаючись у подробиці, можна її змалювати в найзагальніших рисах: запозичивши з біології концепцію «ієрархії рівнів», з п'яти рівнів аналізу обмежень можна скласти ієрархію, так, щоб нижчі рівні накладали обмежуючі умови на вищі, і навпаки. Це просуне аналіз однієї з центральних проблем психології: проблеми відношення між дією індивіда і суспільною практикою або між процесами індивідуального характеру і індивідуальною діяльністю, з одного боку, і суспільними процесами, структурами – з іншого.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Эшби У.Р. Введение в кибернетику /У.Р. Эшби // Пер. с англ. Д.Г. Лахути. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1959 . – 144 с.

2. Кукалев С.В. Правила творческого мышления, или Тайные пружины ТРИЗ: учебное пособие / С.В. Кукалев – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014 . – 417 с.

3. Леонтьев Д.А. Из истории проблемы смысла в психологии личности: 3. Фрейд и А. Адлер / Д.А. Леонтьев // Методологические и теоретические проблемы современной психологии / Под ред. М.В. Бодунова и др. – М.: ИП АН СССР, 1988 . – 521 с.

4. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность. / Х. Хекхаузен // СПб.: Питер; М.: Смысл, 2003. – 860 с.

5. Кузьмина Е.И. Психология свободы: теория и практика. / Е. Кузьмина // М.: Изд-во Моск.ун-та, 2007 . – 490 с.

УДК 323.372. «312»

Захаров М.С.<sup>1</sup>, Дєвочкіна Н.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ІФ-214 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

### **КОНЦЕПЦІЯ СУЧАСНИХ РЕВОЛЮЦІЙ**

Концепція сучасних революцій є реалією нашого часу і нашої держави. Наприкінці ХХ – Початку ХХІ ст. повсюдно спостерігається зростання кількості та громадської значущості соціальних змін, які можуть

розглядатися і описуватися як революції. Революція як специфічне явище суспільно-політичного життя має глибокі історичні корені і входить складовою частиною в фундаментальну проблему людства – застосування насильства заради досягнення певних цілей.

Але щоб Україна виділилась із сірої комуни російської імперської маси, вона повинна бути сприйнята як культурно-політичне ціле сучасного європейського масштабу, а не як територія. Але якщо українське суспільство завжди нагадуватиме єврею чи росіянину, що він не свій, а гість, хоч би й страшенно дорогий, – ми залишимося Сходом із його системою рая, неприйнятним для Європи і для Заходу в цілому [2].

Очевидно, що нинішня модель управління країною абсолютно не відповідає рівню її розвитку. Відсталий і закритий абсолютний президенціалізму, при якому панує тільки одна людина, а правлять кілька фаворитів, не здатний ефективно вирішувати серйозні завдання. Президент начебто має владу, але закритий від суспільства і не може приймати правильні рішення. Люди, яких він збирає в свою команду за принципом особистої відданості, також на це не здатні. У результаті політична система працює сама на себе, виробляючи не рішення, а політичний шлак.

Сучасна концепція революції ґрунтується на двох традиціях: історіософської та соціологічної. Згідно з першою, революція означає радикальний розрив безперервності, фундаментальну тріщину, «катаклізму-прорив» в ході історії. Прихильники соціологічної концепцією революції, звертаються до масових виступів, що використовують або загрожуючим застосувати примус і насильство по відношенню до влади, для того щоб посилити базис і провести подальші зміни в суспільстві.

Головною слабкістю сучасних революцій є у них відсутність позитивної програми. Чи не простого набору благих побажань – а тверезої і частково Реалізму. програми суспільних перетворень, відповідної сучасному рівню суспільних протиріч і сучасному рівню розвитку продуктивних сил. Програми, яка при всій своїй науковості і реалістичності, увійшла б при цьому в свідомість роблять революції мас і стала б тому потужною ідеєю-силою, мотором, що приводить в рух боротьбу цих мас. Основним протиріччям сучасної епохи є те, що продуктивні сили, належать не людству, а чиновникам і капіталістам, тим, хто має владу і власність. Тому ці сили перетворюються з продуктивних сил в руйнівні сили.

Сорокін поділяє революційний процес на дві стадії – підйом і зниження. Першій стадії відповідає згасання умовних рефлексів, зростання безумовних. Утиск рефлексів пітання, власності, самозбереження, статевих рефлексів, рефлексів свободи, самореалізації служить «спусковим гачком» революції, який послаблює дію умовних рефлексів. Оскільки всі найбільш значущі потреби взаємопов'язані, остільки депривація однієї з них тягне до

деформації інших. Якщо еліти не в змозі це зупинити-відбувається революція.

Огляд сучасних концепцій революції, підкреслює значимість розробки даної проблематики, тим більше, що у вітчизнянійсоціології цієї теми практично не приділяється уваги.

Висновок: Концепція сучасних революцій – ключ до розуміння таких новітніх революційних подій кінця XX – початку XXI ст. Висока евристична значимість багатьох емпіричних висновків щодо причин, функціональних і процесуальних характеристик революції дозволяє використовувати їх в якості пояснювальних моделей для вивчення сучасних політичних і соціальних змін. Причиною революції служить об'єктивне протиріччя між виробничими силами і виробничими відносинами, механізмом революції служить класова боротьба.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Попович М. Европа-Україна: праві та ліві. / Мирослав Попович. // К.: Центр громадської просвіти «Київське братство», 1996 . – 108 с.
2. Штомпка П. Социология социальных изменений / .Петр Штомпка //Пер с нем. – М.: Аспект Пресс, 1996 . – 416 с.

УДК 659.1 : 159.9

Подопригора О.І.<sup>1</sup>, Дєвочкіна Н.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ІФ-814 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

### **ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ**

Одним з ефективних інструментів вирішення актуальних суспільних проблем є соціальна реклама: саме вона транслює ті чи інші цінності, впровадження яких важливе для нормальної життєдіяльності людини та суспільства.

Під впливом постійного розвитку соціальної реклами створюються нові, а також доповнюються існуючі методи і форми впливу на свідомість індивідів. Новизною даної роботи у структуруванні видів укладена в особливому ставленні соціуму до соціальної реклами, так як в останні роки з розвитком інфраструктури соціальної реклами з'явилася необхідність її найретельнішого вивчення. Лише кілька років тому соціальна реклама займала порівняно малу частину ринку, а сьогодні вона надзвичайно важлива, тому що соціальна реклама здатна в деякій мірі вплинути на суспільство.

Якщо говорити, що реклама лише інформує, а не створює потребу в товарах, що право вибору завжди залишається за споживачем, то це буде не зовсім так. В основі будь-яких рекламних повідомлень завжди лежить маніпулювання споживчою поведінкою. Реклама в цілому – це не тільки інформація, як це може здатися спочатку. Реклама – це психологічне програмування людей, адже в кінцевому підсумку люди повинні забажати зробити те, до чого закликає дана реклама.

Як правило, основне призначення соціальної реклами полягає в тому, щоб інформувати споживачів, привертати увагу до суспільно важливих проблем, до різних соціальних програм. Але головне завдання реклами – спонукати до дії.

У більшості випадків, соціальна реклама – це канал зв'язку, що зосереджен між державою і суспільством.

Психолог А.Н. Леонтьєв вважав, що будь-яка діяльність починається з неусвідомлюваної потреби, яка реалізується в зовнішньому по відношенню до людини матеріальному предметі. Цей предмет, а точніше його образ у свідомості людини, є мотивом діяльності. Мотив – інстинктивні імпульси.

Існує декілька стадій маніпулювання свідомістю. Спочатку визначаються стійкі стереотипи, проводиться мотиваційний аналіз, і, виявивши існуючі в суспільстві цінності, маніпулятор намагається підкреслити їх. Потім вносяться практично непримітні, але вельме значні елементи, які починають поступово впливати на сприйняття даної дії. Мотив виконує в людській психіці дві основні функції:

1. Спонукальна функція – реальне спонукання до дії, яке задовольняє існуючу потребу.

2. Змістотворна функція. Наявність мотиву надає індивідуальне значення діяльності людини по задоволенню його потреб.

Демонструючи той чи інший мотив, реклама створює потребу. Спочатку з'являється бажання отримати необхідний предмет, потім реклама використовує навіювання, щоб змусити споживача задовольнити потребу. У підсумку вона всіляко стимулює масове наслідування того, про що говорить і що демонструється в рекламі.

У соціальній рекламі велике значення має її соціальний ефект, а це, як правило, ставлення громадськості до даного соціального повідомлення. Ефективність психологічного впливу реклами характеризується числом охоплення споживачів, яскравістю і глибиною вражень.

Соціальну рекламу можна визначити як вид комунікації, орієнтований на привернення уваги до актуальних проблем суспільства і його моральних цінностей. Соціальна реклама актуалізує проблеми суспільства. Існує чотири види соціальної реклами: Некомерційна громадська, державна, власне соціальна.

Соціальна реклама впливає відразу на підсвідомість споживача, уникаючи розумової діяльності, що значно підвищує її ефективність.

Мрією кожного рекламіста є створення «вірусного» рекламного продукту: такого відеоролика, яким би користувачі Інтернету ділилися з друзями в соціальних мережах, ставили на сайти та блоги, або якогось слогана, плаката, ролика, про який би люди розповідали одне одному.

Рекламисти використовують найсучасніші досягнення психології та інших наук щоб завоювати нашу увагу, «прикувати» її до своїх творінь.

Давно вже встановлено, що найсильнішими є негативні емоції: страх, обурення, ненависть, тому й найбільш вживаним прийомом привернення уваги до рекламних роликів та плакатів є використання так званих «шокових методів».

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Дмитриева Л.М Социальная реклама. Учебник / Л. Дмитриева – М.: Юнити, 2014 . – 271 с.
2. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы / А.Н. Лебедев-Любимов // СПб.: Питер, 2002 . – 368 с:
3. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: Учеб. Пособие / Р.И. Мокшанцев // Науч. ред. Удальцова М. В. – М.: Инфра-М, 2000. – 230 с.

УДК 165-057.87

Підковинська У.В.<sup>1</sup>, Дєвочкіна Н.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ІФ-714 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## **ВПЛИВ ПІЗНАВАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ НА СУЧАСНИХ СТУДЕНТІВ**

Людині для адекватного існування в сучасному світі завжди був потрібний оптимальний рівень розвитку мислення та професійного мислення як однієї з приватних його форм. Розвинуте професійне мислення є важливим компонентом компетентності студентів в умовах вузівської підготовки і дозволяє прогнозувати успішність професійної діяльності. Стрімка змінюваність умов життя і діяльності фахівця або студента у зв'язку з появою великої кількості інноваційних технологій тільки загострює необхідність розгляду цієї теми.

Мислення людини розвивається, його інтелектуальні здібності удосконалюються. До цього висновку вже давно прийшли психологи в результаті спостережень і застосування на практиці прийомів розвитку мислення. У практичному аспекті розвиток інтелекту традиційно

розглядається в трьох напрямках: філогенетичному, онтогенетическом та експериментальному. Онтогенетический включає дослідження процесу і виділення етапів розвитку мислення протягом життя однієї людини, з народження до старості. Експериментальний підхід до вирішення цієї ж проблеми орієнтований на аналіз процесу розвитку мислення в особливих, штучно створених (експериментальних) умовах, розрахованих на його вдосконалення [1].

Так, наприклад, розрізняються творче і критичне мислення.

Умови їх успішного здійснення майже протилежні: породження нових творчих ідей має бути повністю вільно від всякої критики, зовнішніх і внутрішніх заборон; критичний відбір і оцінка цих ідей, навпаки, вимагають строгості до себе та інших, не допускають переоцінки власних ідей і т.п. Наприклад, у відомих методиках управління розумовим процесом і підвищення його ефективності («мозковий штурм») творче і критичне мислення як різні режими свідомої роботи використовуються на різних етапах рішення одних і тих же прикладних задач [2].

Розвиток творчого мислення людини здійснюється в процесі його цілеспрямованої діяльності. Без цього неможливо ні глибоке засвоєння наукових знань, ні вироблення вміння самостійно використовувати їх на практиці. Знання повинне бути «запліднено» здатністю до свідомого соціальної творчості. Освіта повинна сформувати особистість, здатну до плідної соціального життя [3].

У міру оволодіння навчальною діяльністю і засвоєнням наукових знань, суб'єкт поступово долучається до системи наукових понять. Він опановує прийомами дії в думці і аналізом власних міркувань. З розвитком понятійного мислення починає розвиватися рефлексія власної розумової діяльності, формуються навички теоретичного типу мислення. Теоретичне мислення оперує науковими поняттями, які є формою розумової діяльності, завдяки якій відтворюється предмет і система його зв'язків. Понятійне мислення студентів проявляється в ефективності вирішення різноманітних розумових ситуаційних завдань і успішної адаптації до різних умов життєдіяльності [4].

Вивчення вузівської практики показує, що рівень розвитку культури мислення студентів не відповідає вимогам ринку праці до фахівців вищої ланки. Однією з важливих причин такого становища є недостатня увага до питань розвитку культури мислення в процесі вивчення навчальних дисциплін. У ряді вузів вводиться самостійний навчальний курс «Логіка», однак без спеціального Дідак-тіко-методичного забезпечення цей захід не призводить автоматично до ефективному формуванню культури мислення студентів.

Як вдосконалюється світ так і вдосконалюється мислення людства. Говорячи про студентів, у воно унікальне, ґрунтується на вихованні і захопленні тієї чи іншої галуззю. Розвиток професійного мислення студентів дуже важливо в сучасному світі, для розвитку його навичок як провідного спеціаліста і для досягнення хороших результатів. Залежно від ситуації студент буде використовувати той чи інший вид мислення. У сучасному суспільстві багато досягнень приписуються саме студентам, адже їхнє мислення свіжо і не завантажено досвідом життя. Але все ж слід більше приділяти розвитку культури мислення, адже вивчення вузівської практики показує, що рівень розвитку культури мислення студентів не відповідає вимогам ринку праці до фахівців вищої ланки.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Немов Р.С. Психологія: Учеб. для студ. вищ. пед. навч. Закладів. / Р. Немов // Гуманітарний видавничий центр «ВЛАДОС», 1997. – 688 с.
2. Петухов В.В. Психологія мислення: Навчально-методичний посібник. / В. Петухов // – М., 1987. – 324 с.
3. Курлянова Н.В. Педагогічні засоби розвитку творчого мислення студентів / Н. Курлянова // Магнітогорськ, 2004. – 178 с.
4. Лушпаєва І.І. Психологічні особливості динамічних характеристик понятійного мислення студентів. / І. Лушпаєва // Казань, 2006. – 210 с.

УДК 330.101

Бабков О.В.<sup>1</sup>, Бондаревич І.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. Е-114 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

### **ДОВІРА ЯК ІНДИКАТОР ЕФЕКТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Роль довірчих стосунків в фінансовій галузі багатогранна. Дослідники [1–4] виокремлюють декілька аспектів впливу довіри на економічний розвиток: сприяння узгодженню інтересів учасників економічної взаємодії і активізації інформаційних обмінів та кооперації в інноваційній сфері; зменшення ризиків великих інвестиційних проектів за рахунок зниження рівня невизначеності; скорочення транзакційних витрат на здійснення моніторингу і контролю тощо.

У ряді емпіричних досліджень виявлено статистичний зв'язок між довірою і економічним зростанням, підтверджено, що суспільству з низьким рівнем довіри загрожує пастка бідності [3–4]. Активно використовується

також визначення довіри як соціального капіталу, а саме як ключового його індикатору [2].

А.В. Беянін, В.П. Зінченко відзначають, що взаємозв'язок рівня ВВП та індексів довіри, як правило, є позитивним [1]. Помічаючи, що однорідність суспільства за доходами, соціальним та етнічним складом, ступенем розвиненості громадянського суспільства, розвитком формальних інституцій, автори зазначають, що є не тільки факторами підвищення довіри, а і її наслідками [1].

Економічний ефект соціального феномену довіри утворюється внаслідок виникнення різноманітних типів соціальних контактів, що сприяють виникненню і впровадженню нових форм організації, розвитку індивідуальної ініціативи, підвищенню ефективності управлінської діяльності. Зазначене складає підстави дослідження феномену довіри як індикатора ефективної економіки.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Беянін, А.В. Доверие в экономике и общественной жизни / А.В. Беянін, В.П. Зінченко. – Москва: Фонд «Либеральная миссия», 2010. – 164 с.
2. Delhey J. Who Trusts? The Origins of Social Trust in Seven Nations [Electronic resource] / J. Delhey, K. Newton. – Social Science Research Center Berlin (WZB). – May, 2002. – Режим доступу: [www.colbud.hu/honestytrust](http://www.colbud.hu/honestytrust)
3. Zak P. Trust and growth [Electronic resource] / P. Zak, S. Knack. – The Economic Journal Royal Economic Society. – 2001. – P. 295–321. – Режим доступу <http://www.sba.muohio.edu/davisgk/growth%20readings/19.pdf>

УДК 111.83

Куляс А.О.<sup>1</sup>, Бондаревич І.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. Е-514 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

### **ЛАО-ЦЗИ І Ф.ФУКУЯМА: ДВА ПОЛЮСИ РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ «ДОВІРА»**

За Ф. Фукуямою [2], солідарність довірчих відносин виникає на тлі «очікування чесної, постійно орієнтованої на взаємодію та заснованої на загальноприйнятих нормах поведінки з боку інших членів спільноти». Очевидно, що така довіра є умовною. Редукція довіри до очікування означає, що, по-перше, людина не буде робити добро, вірити і довіряти скрізь, де цього не роблять інші, і, по-друге, довіряти взагалі буде мало хто: кожен буде



чекати від іншого те, що інший чекає від нього. Умовність довіри гарантує її брак в суспільстві.

Ідея китайської філософії щодо гармонії, самобутньої природності і спонтанності між природною і людською Піднебесними походить з безумовної довіри людини до світу. Саме в дусі цієї безумовності філософ Лао-цзи вибудовує ідеал мудреця: «Добрим я роблю добро і недобрим також роблю добро. Таким чином і виховується чеснота. Щирим я вірний і нещирим я також вірний. Таким чином і виховується щирість» [1]. Чесноти не можуть бути частковими і виявляться за певних умов, або до певних людей. Стверджуючи, що той, хто стрибає з високої вежі не загине, Лао-цзи має на увазі саме мудреця, чий ідеал постає вічним орієнтиром. Тож, старокитайська філософія спирається на онтологічні підстави довіри людини до світу, вибудовуючи на них суспільні довірчі відносини. За такою логікою, західна світоглядна позиція, будучи антропоцентричною, мала б продукувати обмежені чи умовні довірчі відносини, але Ф. Фукуяма приводить приклади успішних суспільств, як то Америка, Германия, Японія, що тримають високий рівень соціальної довіри за рахунок демократичних стандартів.

Отже, виявляється, що суспільна довіра несе на собі відбиток як світоглядних міркувань, так і стану соціально-економічних, правових, політичних і інших стосунків, що існують в суспільстві. Перший висновок акцентовано Лао-цзи, а другий – Ф. Фукуямою.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Дао Дэ Цзин. Книга о пути и силе / пер. с кит. и комментарии. А. Кувшинова. – Красноярск: «Ника», 1998. – 158 с.
2. Ф. Фукуяма. Великий разрыв / Фукуяма Ф. – пер. с англ. под общ. ред. А. В. Александровой. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 474 с.

УДК 111.83

Череута А.І.<sup>1</sup>, Бондаревич І.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. Е-114 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## **СПЕЦИФІКА ФЕНОМЕНУ ДОВІРИ**

Феномен довіри належить до тих феноменів які вимагають від дослідника використання різних класів підходів. Наприклад, феноменологічний підхід дозволяє дійти розуміння щодо проявів феномену в політиці, економіці, інформаційній та інших сферах суспільства. Зауважимо, що зазначений підхід вимагатиме мультидисциплінарного дослідження, аналізу великих масивів даних та літератури різної специфіки.

Дослідження політичних проявів довіри ґрунтується на з'ясуванні життєспроможності реального (не декларативного) державного устрою, ступеня ефективності державних інституцій, рівня авторитету місцевої влади, тощо.

Прояви довіри в економічному сегменті суспільства відкривають показники соціальної справедливості суспільства, надійності економічних інституцій, характеризують інвестиційний клімат в середині держави.

Дослідження проявів довіри в інформаційній галузі дозволяє змодельовати уявлення про провідний тип соціальних стосунків в певному суспільстві (йдеться про шкалу В. Сагатовського), про наявний ступінь демократичних свобод, про зрілість громадянського суспільства, тощо.

У будь-якому разі всі дослідження проявів довіри за сферами суспільного життя можливо синтезувати в понятті «міжособистісна», «загальна», або «суспільна», чи «генералізована» довіра [2].

Якщо застосувати такий підхід для визначення показників довіри в сучасному українському суспільстві, то доведеться досліджувати феномен браку суспільної довіри, з огляду на її нестачу в кожній окремій галузі суспільства, що актуалізує комплекс значень антифеномену [1]. Очевидно, що існуючий комплекс визначень феномену довіри очікують суттєві поповнення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гудов, Л. «Доверие» в России: смысл, функции, структура // Весник общественного мнения. – 2012. – № 2 (112). – С. 8–47.

2. Морозов, Н.А. «Политическое доверие как феномен социальной интеракции» [Электронный ресурс] / Н.А. Морозов, Е.Н. Черныцына // Известия Алтайского гос. ун-та. – 2014. – Т.1, № 4(84). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskoe-doverie-kak-fenomen-sotsialnoy-interaktsii>.

УДК 330.101

Шевченко А.Д.<sup>1</sup>, Бондаревич І.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. Е-514 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ СОЦІАЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ ДОВІРИ

В економічному сенсі довіра – це суб'єкт-суб'єктні або суб'єкт-об'єктні відносини, які існують на тлі очікувань сумлінного виконання зобов'язань іншою стороною і надій на економічний, соціальний або моральний ефект для кожної із сторін [2].

Суть довіри вкладників до банківської установи полягає в тому, що вони обмінюють реальні цінності (грошові кошти) на обіцянки прибутку. У відсотках отриманого вкладником прибутку має знаходитись винагорода за вказану ними довіру.

У випадку, коли банківська система сприймається як ненадійна, виділяються вторинні об'єкти довіри: експерти, друзі, знайомі.

Довіра до банківської системи настільки важливий фактор її розвитку, що робота в цьому напрямку як то: створення належного іміджу банку, визначення національних пріоритетів, підтримка банком національних компаній [1] – є складовими стратегічного планування.

Економічний ефект соціального феномену довіри виявляється в наступному:

- довіра зменшує економічні ризики;
- довіра компенсує елементи невизначеності і непередбачуваності в співпраці економічних агентів;
- довіра створює надсистемний ефект в розгалуженій мережі формальних і неформальних економічних інституцій держави;
- довіра виступає у ролі специфічного ресурсу економічного зростання країни [2].

Отже, будучи соціальним феноменом, довіра продукує економічні ефекти. В ситуації економічної кризи збільшується роль довірчих стосунків як нематеріального ресурсу, яким необхідно скористатись для досягнення успіху. Варто враховувати, що наявність певного рівня довіри є необхідною умовою як існування економіки так і її розвитку, а криза довіри є ознакою розгортання економічної кризи.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Вантух, Т.З. Аксіологічна складова довіри до банківських вкладів / Т.З. Вантух // Фінансовий простір. – № 3 (15). – 2014. – С. 19–21.
2. Турчин, Л. Є. Сутність поняття «довіра» як економічної категорії [Електронний ресурс] / Л. Є. Турчин // Ефективна економіка. – № 5. – 2012. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1173>

## ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ДОВІРА»

Наслідком різноманітних підходів до дослідження феномену довіри є певна кількість його структурних класифікацій.

За культурологічним підходом розрізняють довіру суспільну і міжперсональну. Формування суспільної довіри відбувається в процесі соціалізації і пов'язане з думками, стереотипами щодо незнайомих осіб. Суспільна довіра близька до світоглядної настанови, згідно якої оточуючі заслуговують довіри. Цим пояснюється один з парадоксів довіри, помічений Т. Ямагіши [1] – низький рівень суспільної довіри в колективістських суспільствах.

З точки зору психологічного підходу в структурі довіри виокремлюються два основні елементи: ціннісні установки та їх дійове звершення. Довіра безпосередньо пов'язана із ціннісним ставленням суб'єкта до навколишнього світу і самого себе, з очікуваннями, переконаннями, волевиявленням, або установкою. Як соціологічний феномен, довіра доволі часто характеризується через вчинки, які виступають способом прояву довіри, а також через результати і наслідки виявлення довіри – передбачається, що вчинки контрагента можуть бути передбачені і позитивно оцінені суб'єктом довіри. За умов нестачі інформації довіра може розглядатись в якості стратегії поведінки.

Нові грані проблеми довіри відкриваються в контексті теорій обміну (Дж. Хоманс, П. Блау, Р. Емерсон, К. Кук, М. Дойч та ін.).

В цілому дослідження феномену довіри здійснюються за сферами активності людини: економіка, політика, інформаційна сфера, особистісна, сфера соціальної взаємодії, що обумовлює наявність занадто широкого сегменту його визначень. З огляду на активований дослідниками масив визначень феномену довіри постає питання класифікації присутніх в полі наукового дискурсу підходів до визначення поняття «довіра».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Yamagishi T. Trust and social intelligence: the evolutionary game of Mind and Society / T. Yamagishi. – Tokyo: Tokyo University Press, 1998. – P. 48.
2. Luhman N. Familiarity Confidence Trust: Problem and Alternatives // Trust: making and breaking cooperative relations / N. Luhman. – Oxford: university of Oxford, 2000. – P. 94-107.

3. Fukuyama F. Trust the social virtues and the creation of prosperity / F. Fukuyama. – N.Y.: The free Press. – 1995 . – 458 p.

УДК 159.9

Сахно Д.І.<sup>1</sup>, Лук'янова О.І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. Т-114 ЗНТУ

<sup>2</sup> старш. викл. ЗНТУ

## ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНІСТЬ

Зайве застосування Інтернету – тема суперечлива. Деякі люди задаються питанням про те, наскільки взагалі реальний даний феномен. Айвен Голдберг який висунув в 1990 -х роках критерії залежності від Інтернету зробив це як жарт, оскільки він не вірив – і досі не вірить – в існування залежності від Інтернету. Проте накопичений за останні десятиліття і постійно зростаючий обсяг досліджень показує, що невеликий відсоток користувачів Інтернету в усьому світі застосовує Інтернет руйнівним для себе чином, і це приносить в їхнє життя серйозні проблеми. При тому, що зібрано чимало цінних свідчень зайвого застосування Інтернету, все ж залишилося чимало запитань і невирішених проблем. Для вивчення зайвого застосування Інтернету фахівцями розроблені неспівпадаючі між собою критерії, використовується різна термінологія. Якби критерії були стандартизовані, це сприяло б порівнянню результатів проведених різними групами фахівців досліджень. Фахівці ввели цілий ряд термінів, таких як Інтернет-адикція, залежність від Інтернету, зайве застосування Інтернету, компульсивне застосування Інтернету, патологічне застосування Інтернету або проблематичне / руйнівне застосування Інтернету.

У людей, які демонструють проблематичні способи застосування Інтернету, висока (в порівнянні з іншими групами населення) ймовірність деяких інших відхилень, таких як депресія, біполярні розлади, тривожність і сором'язливість в соціальному оточенні, дефіцит уваги з гіперактивністю. Співвіднесення зайвого застосування Інтернету з іншими захворюваннями породжує ряд досі не вирішених проблем. Наприклад, співвідношення коморбидности зайвого застосування Інтернету з іншими захворюваннями може означати, що зайве застосування Інтернету є симптомом інших, більш традиційних захворювань, а тому лікування зайвого застосування Інтернету як окремого захворювання означає ігнорування первинної проблеми або, можливо, декількох первинних проблем. Інший момент, пов'язаний з коморбідних зайвого застосування Інтернету з іншими захворюваннями, полягає у з'ясуванні питання, не передує та чи інша патологія розвитку зайвого застосування Інтернету, а також чи не є причиною подальших проблем з Інтернетом його руйнівне застосування. Для вирішення такого роду проблемних питань терміново потрібні лонгітюдні дослідження за участю репрезентативних груп.

Ще одне питання, тісно пов'язаний з тим, про що вже говорилося, полягає в тому, наскільки доцільно зосередити увагу на неадекватних застосуваннях конкретних областей застосування Інтернету, або ж на зайвому застосуванні Інтернету в цілому. Чималий обсяг дослідницької роботи присвячений паттернам неадекватного застосування Інтернету взагалі без диференціації конкретних областей застосування, хоча останні цілком можуть виявитися проблематичними. У той же час збільшується кількість досліджень, присвячених конкретним областям проблематичного застосування Інтернету – таким, як багато користувачів рольових ігор типу MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Games), сексуальні застосування Інтернету або онлайніві азартні ігри (гемблінг).

Істотним було б зрозуміти причину або причини зайвого застосування Інтернету. Було запропоновано ряд моделей, покликаних пояснити зайве застосування Інтернету, однак жодна з них не стала універсальною, бо не отримала загального схвалення з боку фахівців.

Належить визначитися і з тим, яку роль відіграють культурні особливості. Все більша кількість робіт з аналізу зайвого застосування Інтернету виконується в Азії, і можна припустити, що культурні особливості впливають на те, яким чином Інтернет сприймається і використовується. Наприклад, згідно вступникам новин, в Південній Кореї деякі гравці в MMORPG набули статусу знаменитих спортсменів.

Нарешті, абсолютно недостатній обсяг досліджень по лікуванню залежності від Інтернету. Звіти про ефективні способи лікування необхідні, особливо якщо взяти до уваги повідомлення про можливу кількість залежних користувачів Інтернету.

Такими є найбільш актуальні питання і проблеми, вони повинні лягти в основу подальших досліджень зайвого застосування Інтернету. Якщо вдасться пролити на них світло, це істотно поглибить наше розуміння проблематичних способів застосування Інтернету. Дана дослідницька область є цікавою і плідною.

УДК 298 : 23/28

Коротич Ю.С.<sup>1</sup>, Дєвочкіна Н.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ІФ-414 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## НЕОХРИСТИЯНСЬКА РЕЛІГІЯ

Актуальність: на сьогоднішній день тема неохристиянства дуже актуальна, у всіх цих течіях беруть участь сотні тисяч людей, і це не може не позначатися на суспільстві в світовому масштабі.

Поряд з традиційними християнськими релігіями в сучасному світі з'явилося ще багато релігій заснованих на християнській вірі. Ці релігії називають неохристиянськими релігіями.

Неохристиянство – релігійні течії, які виникають в рамках християнської традиції. До неохристиянських течій з певними зауваженнями можна віднести Церкву Ісуса Христа Святих Останніх Днів, відому як церкву мормонів. Найбільш динамічно в світі розвиваються харизматичні церкви. Харизматичний (від грец. – Божа благодать) рух виник в 1906 році в Лос-Анджелесі, США.

До цього класу належать релігійні течії, що виникли в рамках традиційного християнства з метою приведення його до вимог сучасності. Ці течії ґрунтуються на Біблії як на основному джерелі віри і в особі Ісуса Христа – центральній фігури своїх релігійних доктрин. Вони критикують ортодоксальне християнство за відхід від первісних традицій; оголошують свою церкву виключно істинною. Послідовники досконало володіють текстом Біблії з дозволом її вільного прочитання і власної інтерпретації. Для них характерно визнання Ісуса Христа нарівні зі своїм лідером – керівником церкви, який вважається пророком, посланцем Бога.

Особливості кожної окремої організації:

1. Церква Ісуса Христа Святих Останніх Днів вважає себе відновленою ранньохристиянською церквою, створеною особисто Ісусом Христом, яка зникла в результаті смерті Апостолів Христа. Вчення організації має деяку схожість, але своїми догмами про природу Бога і потенціал людського розвитку кардинальним чином відрізняється від християнських конфесій. Організація має в своєму розпорядженні відкритий канон, в який входять чотири священних тексту: Біблія (Старий і Новий Завіт), Книга Мормона, Учення і заповіді і Дорогоцінна перлина. Крім Біблії, основну частину канону організації становлять одкровення, продиктовані Джозефом Смітом, а також коментарі та доповнення до Біблії, тексти, які вважаються мормонами втраченими частинами Біблії, і інші праці, приписувані древнім пророкам.

2. Свідки Єгови. Найбільш швидко число послідовників у світі зростає в неохристиянській церкві «Свідки Єгови».

Традиційні християнські церкви розглядають Свідків Єгови як окрему деноменацію, незважаючи на їх сповідання Біблії і Ісуса.

Для СЄ характерно очікування швидкого кінця світу і встановлення раю на землі, де будуть жити вічно ті, кого СЄ вважають хорошими людьми. Послідовники вчення буквально тлумачать слова Ісуса про те, що учні його повинні бути «не від світу цього». Тому вони не беруть участі в політичному житті і війнах. Основна діяльність Свідків спрямована на вивчення і пропаганду Біблії.

3. Харизматична Церква. Харизматичні громади складають особливу групу нових релігійних рухів, віровчення яких дуже близько до протестантського.

Назва течії походить від поняття «харизма», що означає обдарованість якоїсь особи (харизматичного лідера – пророка, проповідника, вождя, політичного діяча) особливими якостями надприродності, винятковості, непогіршеності, святості в очах прихильників або послідовників.

«Хрещення Духом Святим» є центральним догматом і кульмінаційним пунктом релігійного життя харизматів. Харизмати вважають, що харизму може отримати кожний охрещений при спілкуванні зі Святим Духом. Головне – правильно молитися. Тому молитовна практика є одним з найважливіших моментів релігійного життя харизматів.

Я вважаю, що всі неохристиянські церкви досить сумнівні організації. Кожна така церква трактує Святе Письмо, так як їм це вигідно. Кожна вірить в Армагеддон, після якого зникнуть всі невіруючі, тобто злі люди, і настане рай на землі.

Я не вважаю, що їх доводи вразили б мене і змусили повірити і вступити в ряди, будь-якої з цих організацій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Форостюк О. Д. Новітні релігійні рухи // Релігієзнавство: Навчальний посібник / За загальною редакцією О.М. Єременка. – Луганськ: РВВ ЛАВС, 2005. – 474 с.
2. Прокошина Е. С. Неокульты: «Нові релігії століття» / Є.С.Прокошина, Т. П. Коротка, І. Ф. Рекуц, А. А. Тітовець та ін – Мн.: «Чотири чверті», 2002. – 240 с.
3. Девіна І. В. Мормони: філософія, релігія, культура. Науково-аналітичний огляд. / І.В. Девіна // М.: ІНІОН, 1994. – 412 с.

УДК 2 : 159.9

Дирман К.О.<sup>1</sup>, Головка Л.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. КНТ-514 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## ТЕНДЕНЦІЇ ПСИХОЛОГІЇ РЕЛІГІЇ В КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЇ РЕЛІГІЄЗНАВЧОЇ ДУМКИ

Одним із найважливіших аспектів концептуально-категоріального аналізу релігійного феномену є поняття «релігійність» як сутнісна характеристика психічного стану особистості. Саме релігійність як форма буття релігії і як її суб'єктивний вияв дає змогу чіткіше окреслити предметне поле релігії. Найбільш значущими її компонентами є релігійне світорозуміння, релігійне світовідчуття, релігійне світоставлення. Таке трактування доречне лише в плані розуміння релігійності як відповідного



способу життя. Якщо в релігійному світогляді переважно відображається спосіб життя людини (а він може проявлятися досить різноманітно – у бісоодержимості, крикливстві, фанатизмі, святості тощо), то релігійна духовність «самоконструює» свій власний образ відповідно до образу Божого. Людина «шукає» в образі Бога насамперед власний сенс і відповідь на свої почуття та водночас заражається всім домінуючим емоційним настроєм божественної реальності. Через співпереживання вона осягає всезагальну духовність, основи своєї екзистенційної буттєвості.

Релігійність можна визначити, використовуючи певні якісні й кількісні емпіричні показники, зокрема її ступінь, рівень, стан, динаміку та характер. Ступінь релігійності характеризує її з точки зору інтенсивності релігійних ознак. Цей показник визначає силу релігійної віри, глибину релігійних почуттів, активність культових дій. Ступінь релігійності найчастіше використовують при дослідженні індивідуальної релігійності. Рівень релігійності є кількісним показником, індикатором екстенсивності релігійних ознак, у якому відображаються територіальні та соціально-демографічні особливості поширення релігій. Стан релігійності є інтегральною характеристикою процесу змін і розвитку релігійних явищ як на рівні індивідуальної свідомості, так і колективної. Перехід від одного стану релігійності до іншого прийнято називати динамікою релігійності. На неї впливають соціально-економічні, демографічні, екологічні та інші чинники. Характером релігійності є сукупність стійких якісних особливостей, що формуються і розвиваються в процесі релігійної діяльності. Саме цей показник дає змогу визначити значущість релігійності, її вплив на психічне здоров'я окремої особи та суспільства загалом. Ступінь, рівень, стан, динаміка, характер релігійності визначаються за допомогою критеріїв, щодо яких в науковій літературі немає однозначної думки. На думку одних дослідників, для фіксації релігійності достатньо вивчення релігійної поведінки, інші основну увагу зосереджують на ставленні людини до релігії. Очевидно, що дослідження релігійності повинно бути цілісним системним комплексом, де б ураховувалися як психологічні, так і соціальні чинники.

Значні зміни у вітчизняному релігієзнавстві загалом та в психології релігії зокрема пов'язані як з реаліями нашого національного буття, так і з світовими глобалізаційними процесами, які, актуалізуючи екзистенційну напруженість людини, з одного боку, прагнуть надати їй всезагального, універсального статусу, з іншого – посилюють її бажання зберегти національну самобутність та унікальну самоідентичність. Релігієзнавча наука прагне збагнути всю складність релігійного феномену, зорієнтуватися в релігійно-церковних питаннях як доктринального, так і практичного характеру, вчить вдаватися до діалогу та співробітництва між невірними та віруючими різних конфесій як засобу досягнення консенсусу, громадянської злагоди в суспільстві. Українське релігієзнавство переживає складний і цікавий період розвитку. Не задовольнившись марксистською парадигмою витлумачення релігії, релігієзнавча наука опинилася перед необхідністю вибору, наукового самовизначення.

Соціологічний підхід до осмислення релігійних феноменів, який упродовж багатьох років домінував у релігієзнавстві, сприяв її розвитку, поглибив розуміння релігії як соціального і духовного феномену, виявив особливості її функціональності в різноманітних суспільствах і культурах. Завдяки застосуванню соціологічного підходу стали зрозумілішими соціальні вияви релігії, а також її вплив на ті чи інші соціокультурні процеси. Однак з часом дедалі більше відчувається обмеженість такого підходу. Релігієзнавці звертаються до психоаналітичних концепцій релігії З. Фрейда, К. Юнга, В. Франкла, прагнуть осмислити її «зсередини». Ці розвідки значно посилились у зв'язку з досягненнями в трансперсональній психології. Реалії сьогодення змушують замислитись над такими проявами релігії, як релігійний фанатизм, релігійні почуття, уявлення, віра тощо. Стає зрозумілим, що ці феномени пов'язані не лише з соціальними реаліями, а й із певним особистісним станом людини, її внутрішнім світом.

Українцям притаманна внутрішня релігійність, в якій упродовж століть плекалась, духовно формувалась ота сковородинівська «внутрішня» людина, яка й визначала сенс її буття як співжиття, сердечний порив до таємничого світу, утверджувалася в самовдосконаленні і тим самим вносила зміни в навколишній світ. Дослідники, аналізуючи українську духовність, доходять висновку, що в ній емоційно-чуттєвий компонент домінує над інтелектом і волею. Отже, неможливість ствердження себе в зовнішньому світі зумовлювала розвиток внутрішнього життя, на протигагу його зовнішнім виявам.

Нині проблематика психології релігії значно розширюється і ускладнюється, що, безперечно, актуалізує проблему уточнення і розробки її понятійно-категоріального апарату. Без розв'язання цього завдання неможливе наукове самоствердження психології релігії в межах релігієзнавчої науки. У цій царині плідно працюють В. Москалець, А. Сафронів, О. Карагодіна, А. Колодний, Б. Лобовик, О. Сарапін та ін. Таким чином, предметним полем психології релігії є релігійність як «увнутрішнена» релігія, певний особистісний, душевний стан, функціональні вияви якого залежать від духовної наповненості індивідуального буття, від його людинотворчих можливостей.

УДК 2 : 159.9

Бражко Л.В.<sup>1</sup>, Головка Л.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. КНТ-514 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## ПСИХОЛОГІЯ РЕЛІГІЇ

Релігія це складне та багатоаспектне соціокультурне явище. Існування релігії пов'язане з діяльністю особливого суспільного інституту церкви. Кожна релігія має свою неповторну історію та систему цінностей.

Осмислення релігії завжди було складовою світового історико-філософського процесу. Відколи людство почало задумуватися, звідки походить і на чому базується віра в надприродні, потойбічні сили, відтоді беруть початок релігієзнавчі знання. Психологія релігії сформувалась завдяки зусиллям представників філософії, релігієзнавства, психології, соціології, теології, богослов'я: кожна із цих наук по-своєму вимальовує психологічне поле релігії. Без урахування останнього навряд чи можна зрозуміти особливості психології релігії. Спроби багатьох учених зарахувати психологію релігії до будь-якої галузі знань відображають радше професійну орієнтацію автора, аніж пошук істини. Американський психолог В. Кларк вказував, що психологія релігії належить частково релігії, частково психології і «часто провалювалась між цими двома стільцями». Психологія релігії як релігієзнавча дисципліна зосереджується на феномені релігії та її виявах як об'єкті вивчення. Визначення предмета психології релігії ускладнюється тим, що вчені використовують різноманітні підходи, які відображають не тільки авторську позицію, а й вплив культурно-історичних традицій, менталітету тощо.

Спроби зводити предмет психології релігії до вивчення окремих релігійних феноменів (релігійних почуттів, релігійних уявлень, релігійного досвіду чи до їх комплексного розглядання) не мають сенсу, оскільки не дають змоги зрозуміти власне специфіку предмета психології релігії і поза увагою залишаються як субстанціональний, так і функціональний її зрізи. На думку Д. Угриновича, предметом психології релігії може бути вивчення психологічних особливостей релігійних людей, які відрізняють їх від нерелігійних та реалізуються в їхній поведінці. Це визначення ґрунтується на особливостях дихотомічної моделі психіки «релігійний – нерелігійний». Однак теоретичний аналіз поняття психологічних особливостей зумовлює такі проблеми: сутність поняття «психологічні особливості релігійної людини» потребує пояснення і визначення; не існує критерію, який розмежовував би дихотомію «релігійний – нерелігійний». О. Карагодіна наголошує, що психологія релігії вивчає переживання надприродного, його психологічні корені та значення для суб'єкта. Однак слід з'ясувати, чи переживання надприродного може бути сутнісною характеристикою будь-якої релігії. Поняття надприродного безпосередньо пов'язане з трансцендентним, з тим, що лежить поза межами свідомості та пізнання, тобто надприродне є трансцендентним, потойбічним.

Отже, питання розв'язання специфіки психології релігії є проблематичним. Розмаїття поглядів на проблему спонукає до більш детального аналізу предметного поля психології релігії. З різноманітних спроб осмислення специфіки психології релігії можна виділити принаймні

чотири підходи, що демонструють радше ескізи становлення побудови цього особливого дисциплінарного утворення в історичному контексті.

Суто психологічний підхід, відповідно до якого психологія релігії є переважно галуззю загальної психології, а її предметом є релігійність як психологічний факт, суть свідомості й релігійна поведінка людини як втілення її внутрішніх переживань, неоднорідний, поле його досліджень надзвичайно широке – від обґрунтування теорії релігійного інстинкту (Дж. Коу, Й. Пастушко та ін.) до розуміння релігії як глибинного пласта людської психіки (В. Джеме, К. Юнг та ін.). Психологи досліджують релігію не лише у функціональному значенні, а й з точки зору її об'єктивації в теологічних, канонічних, культових утвореннях. Згодом під впливом ідей біхевіоризму до кола проблем, які вивчала психологія релігії, були включені й проблеми релігійної поведінки, але основою розгляду залишався релігійний досвід, особливо ті моменти осяння, коли розкривається нове релігійне розуміння сутнісного. Учені дискутують з приводу того, чи входять до предмета психології релігії проблеми вивчення аномальних явищ релігійної свідомості. В. Джеме перший включив до предмета психології релігії патологічні явища релігійної свідомості. Інтенсивний розвиток соціології та соціальної психології вніс корективи в розуміння предмета психології релігії, спричинив виникнення підходу, який можна ідентифікувати як соціально-психологічний. Але багато вчених, досліджуючи психологію віруючого у цьому напрямі, надають пріоритет або соціологічним, або психологічним аспектам. Французький психолог Р. Грассері наголошував, що будь-яка релігія – злиток із людського духу і несе в собі відтінок всіх його особливостей, виникаючи як психічне явище в своєму безпосередньому прояві, а в подальшому розвитку стає явищем соціальним. Німецький філософ і соціолог Зіммель підкреслював однаковість структур як у релігійних, так і в соціальних формах існування людини. Деякі психологи вважають, що в межах психології релігії потрібно відмовитися від питання істинності надприродної дійсності (Т. Флурнуа, А. Годен, Р. Тулес, Г. Кжистечко, Ю. Макселон), але можна досліджувати створені людьми відображення, образи, поняття надприродної дійсності.

Після Другої світової війни в багатьох країнах посилювався процес теологізації психології релігії, саме існування релігійних вірувань пояснювалося як результат впливу «святого», «Абсолюту», «трансцендентного» на людську психіку, як результат зустрічі людини з Богом. Предметом психології релігії стає вічний зв'язок людини з трансцендентним, Абсолютом, тобто констатується релігія як складне та багатоаспектне соціокультурне явище. Існування релігії пов'язане з діяльністю особливого суспільного інституту церкви. Кожна релігія має свою неповторну історію та систему цінностей. Осмислення релігії завжди було

складовою світового історико-філософського процесу. Відколи людство почало задумуватися, звідки походить і на чому базується віра в надприродні, потойбічні сили, відтоді беруть початок релігієзнавчі знання. Психологія релігії сформувалась завдяки зусиллям представників філософії, релігієзнавства, психології, соціології, теології, богослов'я: кожна із цих наук по-своєму вимальовує психологічне поле релігії. Без урахування останнього навряд чи можна зрозуміти особливості психології релігії. Спроби багатьох учених зарахувати психологію релігії до будь-якої галузі знань відображають радше професійну орієнтацію автора, аніж пошук істини. Американський психолог В. Кларк вказував, що психологія релігії належить частково релігії, частково психології і «часто провалювалась між цими двома стільцями». Психологія релігії як релігієзнавча дисципліна зосереджується на феномені релігії та її виявах як об'єкті вивчення. Визначення предмета психології релігії ускладнюється тим, що вчені використовують різноманітні підходи, які відображають не тільки авторську позицію, а й вплив культурно-історичних традицій, менталітету тощо. Найбільш повно репрезентує всі названі вище аспекти вияву специфіки психології релігії релігієзнавчий підхід. Академічне релігієзнавство дотримується світоглядного нейтралітету щодо релігії, неупереджено ставиться до представників різних релігій і конфесій, торує шлях до нової парадигми розуміння релігії. Психологія релігії як релігієзнавчої дисципліни поєднує всі надбання, напрацьовані різноманітними представниками філософії, психології, соціології, богослов'я, теології і водночас виходить на більш широкий теоретично-методологічний простір, не обмежений світоглядними орієнтаціями.

УДК 16:658

Котенкова В.В.<sup>1</sup>, Повзлю О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-515 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## ЛОГІКА РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ

Актуальність дослідження зумовлюється тим, що менеджмент визначається як спосіб, манера поводження з людьми, влада і мистецтво управління, особливого роду вміння і адміністративні навички, орган управління, адміністративна одиниця. Актуальність даної теми полягає і в тому, що її також досліджували Клод Ст. Джорж, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Д. Таганов, О. Канищенко, І. Маркіна, Й. Завадський, С. Афонцев, М. Бобина, А. Гальчинський.

Метою роботи є логіка розвитку управління організацією як частиною загального поступального руху суспільства, та виконання завдання –

зазначити хронологію розвитку менеджменту, класифікувати її з точки зору логіки.

У процесі опрацювання фактичного матеріалу були використані різні методи: описовий, зіставний, метод аналізу, синтезу, класифікації, узагальнення.

Об'єктом дослідження виступає історія та етапи розвитку менеджменту, школи менеджменту.

Практичне значення роботи полягає у тому, що матеріали роботи можуть бути використані в проведенні семінарів, конференцій.

Основні висновки:

- теорія і практика менеджменту перебувають у постійному пошуку для створення ефективної системи управління організаціями;
- значний вплив формування менеджменту надали: школа наукового управління, класична (адміністративна) школа, школа з психології та людських стосунків, школа науки управління (кількісна школа), і навіть видатні представники цих шкіл, такі як Ф. Тейлор, А. Файоль, Е. Мейо та інші;
- результатом поділу праці з'явилося відокремлення управління, що стало розглядатися як особлива функція будь-якої спільної праці;
- будь-яка організація розглядається як відкрита система, що постійно взаємодіє із зовнішнім середовищем;
- вона складається із взаємозалежних підсистем, що знаходяться одна з одною в організаційних відносинах.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Шелдрейк Дж. Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации / Дж. Шелдрейк. – СПб.: Питер, 2006. – 283 с.

УДК 16:658

Рощина Д.С.<sup>1</sup>, Повзло О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-515 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## **ЛОГІЧНА ЕТИКА МЕНЕДЖМЕНТУ**

Відомо, що багато логічних норм взаємовідносин в діловій обстановці справедливі для повсякденного життя, і навпаки, практично всі логічні правила міжособистісних взаємин знаходять своє відображення в службовій етиці. Відома давня мудрість: «Стався до іншого так, як ти хочеш, щоб ставилися до тебе». Логічні норми і правила етики менеджменту розкривають сутність наведеного висловлювання. Інакше кажучи, відповідають на питання: якого ставлення ми хочемо до себе?

Взаємозв'язок етики в широкому сенсі і етики менеджменту можна простежити на логічній послідовності окремих проблем сприйняття людьми один одного. Навряд чи можна вважати правильним таке становище, коли один і той же чоловік поводить себе принципово по-різному в діловій і домашній обстановці. Коректним у взаєминах, уважним і ввічливим з людьми треба бути завжди і всюди. Сказане не виключає, наприклад, певну твердість і організаторські навички у взаєминах з близькими, так само як і чуйне ставлення до особистих проблем колег по роботі.

Для встановлення приємних і корисних ділових взаємовідносин необхідно вміти зацікавити людину своїми чіткими і в той же час образними висловлюваннями, увагою до суті питання.

Важливо підкреслити величезне значення і необхідність суворой логічності в розумовій і практичній діяльності менеджера, а так само комунікації. Такі риси правильного мислення, як визначеність і несуперечливість, складають неодмінний елемент логічної культури управлінських кадрів нового покоління. Порушення їх не залишається безкарним: невизначеність думки, допущена в розпорядженні або наказ, може викликати нерозуміння і привести до зриву вирішення поставленого завдання.

Мова менеджерів в нових виробничих і комерційних структурах повинна відрізнятися лапідарністю (стилістичною і виразністю), ясністю і переконливістю – властивостями, які передбачають бездоганну логічну стрункість мислення.

Таким чином, слід зазначити, що логічні норми етики виражаються в загально фіксованих уявленнях про те, як повинні чинити люди в різних життєвих ситуаціях. Можна сказати, що етика – це логічні принципи, що відокремлюють правильну поведінку від неправильної. Виконання співробітниками будь-якої організації логічних норм і правил етики менеджменту стає її «візитною карткою» і визначає в багатьох випадках той факт, чи буде зовнішній партнер або клієнт мати справу з цією організацією в подальшому і наскільки ефективно будуть будуватися їхні взаємини.

УДК 16:658

Подакова Г.Ю.<sup>1</sup>, Повзло О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-515 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## ЛОГІЧНА СУТЬ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ

Об'єктом дослідження є динамічна глобальна структура світової економіки, яка постійно еволюціонує, яка є багатогранним та розгалуженим

соціально-економічним феноменом-системою, що втілює результати процесів структуризації та стратифікації, які складають зміст глобалізації, де базовим атрибутом є глобальна влада. Тобто головним об'єктом дослідження є економічна система, яка знаходить своє відображення в появі міжрегіональних мереж, національних господарських систем в процесі їх інтеграції до єдиного глобального економічного простору; мереж, які ущільнюючи глобальну взаємозалежність між спільнотами державами, міжнародними інститутами, неурядовими організаціями та мультинаціональними корпораціями, утворюють новий світовий економічний порядок – глобальну економіку.

Предметом дослідження є насамперед відносини між суб'єктами глобального бізнесу, що визначаються логічними закономірностями та тенденціями сучасних економічних трансформацій.

Основні висновки:

Глобалізація – (за своєю внутрішньою логікою) це фактично процес інтеграції, глобальної інформатизації, розгортання єдиних світових комунікацій, завдяки яким кордони земної кулі зникають.

А глобалізація економіки – домінантна складова глобалізації, закономірна тенденція інтеграції світового господарства в єдиний економічний простір.

При цьому глобалізація має об'єктивне підґрунтя і є закономірним процесом, що за своєю зовнішньою логікою базується на:

- революції в інформаційних технологіях;
- принципах ліберальної демократії;
- домінуванні транснаціонального капіталу в усіх формах МЕН;
- тотальній взаємозалежності та взаємозв'язку всіх складових елементів світового господарства.

І за своєю логічною суттю глобалізація є міжнародною економічною інтеграцією країн, сучасний стан якої можна охарактеризувати як фінансово-виробничу транснаціоналізацію світогосподарських відносин.

УДК 16:658.89

Оболадзе А.Н.<sup>1</sup>, Повзло О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-515 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## ЛОГИКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Популярность новых продуктов не возникает без оснований. Новый, революционный продукт становится популярным лишь тогда, когда он опира-



ется на какую-то базовую потребность. По логике товарных и рыночных отношений, если новый продукт может быть сопоставлен с каким-либо базовым устремлением человека, то его ждет популярность.

По мере развития рынка логика потребителя при принятии решения перемещается в область его внутреннего мира со своими потребностями, мотивами, комплексами и предпочтениями. Потребитель перестает думать о том, что его потребности должны быть удовлетворены в принципе, он начинает думать о том, как именно они должны быть удовлетворены. В сознании человека происходит переход от потребностей выживания к потребностям эффективной жизнедеятельности.

Предприятие (фирма) не может добиться успеха, если оно игнорирует запросы потребителей. Поэтому не случайно, что в рамках маркетинга проводятся исследования, посвященные поведению потребителей. Потребительское поведение – это процесс формирования спроса покупателей, осуществляющих выбор товаров с учетом цен и личного бюджета. Известно, что денежные доходы оказывают прямое и непосредственное влияние на спрос, а цены на – количество покупаемых товаров. Поведение покупателей, их выбор в мире товаров имеет сугубо индивидуальный характер. Каждый покупатель руководствуется своими вкусами, отношением к моде, дизайну товаров и иными субъективными предпочтениями. Давно известно, что потребитель покупает не товары и услуги, а решение своих проблем.

В системе маркетинга ключевым моментом является понимание логического процесса формирования решения о покупке, которое может иметь свои особенности в зависимости от социально-психологических характеристик покупателя или от характера покупаемого товара. Так, в соответствии с одной из моделей рационального (логичного) поведения покупателя этот механизм включает в себя: осведомленность, интерес, желание, действие. Очень важно знать, как и когда покупатель начинает проявлять интерес к товару, под воздействием каких факторов формируется его желание приобретать товар, как направить это желание на приобретение именно данного товара.

Существует множество причин (в том числе и логического характера), которые косвенно или прямо могут повлиять на решение купить какой-либо товар. Для того чтобы упростить процесс изучения множества факторов, было решено использовать их логическую классификацию:

1. Личностные факторы.
2. Социальные факторы.
3. Психологические факторы.

Краткое описание логического процесса действий индивидуальных потребителей на разных этапах принятия решения о покупке:

Этап 1. Осознание проблемы (нужды).

Этап 2. Поиск информации. (личные источники, коммерческие источники, общедоступные источники (СМИ), источники эмпирического опыта).

Этап 3. Оценка вариантов (путем определения и сравнения свойств товаров, показателей значимости характерных свойств товара (хлеб мягкий), убеждения о марках, функции полезности разных вариантов товаров, которые могут решить возникшую проблему).

Этап 4. Решение о покупке.

Этап 5. Реакция на покупку (оценка правильности выбора товара).

УДК 16:658

Лавріненко В.О.<sup>1</sup>, Повзло О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-515 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## ЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЁМЫ В СФЕРЕ МЕНЕДЖМЕНТА

Сегодня вряд ли кто скажет, как и когда зародилось искусство и наука управления, но точно большинство знает какое большое значение они принимают в нынешнем мире. Интересным моментом является то, что сегодняшний менеджмент тесно связан с многими науками, иногда даже с такими, с какими казалось бы наука об управлении ничего общего иметь не может. Вот одним из таких интересных примеров является связь науки об управлении с наукой о правильном мышлении (логикой). И связь этих наук хотелось бы разобрать на примере. Итак, разберем виды логических приёмов в сфере менеджмента!

Существуют следующие логические приёмы менеджмента:

1. Постановка целей и задач, то есть грамотная постановка целей, которая определяет будущее организации. Цель должна быть поставлена четко и ясно, как правило, в показательной форме. Этап постановки целей и задач связан с предварительным анализом и прогнозами на будущее.

2. Планирование, то есть процесс обоснования решения и распределения ресурсов (материальных, финансовых, людских, информационных, временных). Планирование зависит от целей и стратегии развития организации.

3. Принятие решений, то есть функция управления, которая сверху вниз пронизывает любую организацию. По логическим правилам решения принимают руководители, специалисты, эксперты, консультанты, аналитики и системотехники, все те, от кого зависит эффективность работы организации. Решения подразделяются на: организационные (ведущие к изменениям в работе подразделений организации или ее систем управления); волевые, подкрепленные полномочиями и властью; волевые, не подкрепленные полномо-

чиями и властью; запрограммированные (жестко связанные с предыдущими решениями или технологическими операциями); рациональные и нерациональные (рациональное решение принимается на основе анализа и прогнозов).

4. Контроль, то есть процесс, обеспечивающий достижение целей организации; функция, выполняющая стабилизирующую роль в петле управления. Непрерывно контролируя результаты работы, организация имеет возможность оперативно принимать управленческие решения и стабилизировать ситуацию в случае ее негативного развития.

В итоге можно сказать, что логические приёмы играют очень большую роль как в жизни простого человека, так и тем более в жизни менеджера. Детальное изучение этих приёмов, и умение ими пользоваться является незаменимой помощью в непростом деле каждого руководителя.

УДК 16:339.166

Мартиненко В.В.<sup>1</sup>, Повзло О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-515 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## ЛОГІЧНА КЛАСИФІКАЦІЯ ТОВАРУ

У кожного товару має бути логічне місце і своє логічне ім'я. Дуже часто на підприємстві процес класифікації ніким не контролюється. Наслідком такої безконтрольності є величезний клубок проблем. Основи логічної класифікації допоможуть швидко і оперативно його розплутати. За призначенням логічна класифікація товарів поділяється на товари індивідуального споживання (споживчі) і промислові товари, але конкретно ця класифікація відповідає слідкуючій системі:

1. Класифікація товарів за тривалістю терміну служби. По тривалості служби всі товари можна розділити на продукти тривалого користування, короткострокового використання і одноразові.

2. Логічна класифікація товарів широкого споживання ґрунтується на поділі товарів на чотири групи: 1) товари повсякденного попиту; 2) товари попереднього вибору; 3) товари особливого попиту; 4) товари пасивного попиту.

3. Класифікація товарів промислового призначення ґрунтується на виділенні трьох груп: 1) матеріали і деталі; 2) капітальне майно; 3) допоміжні матеріали.

4. Щодо класифікація товарів за взаємозамінністю виділяють товари – субститути (взаємозамінні), комплементарні товари (взаємодоповнюючі) і товари, що не мають аналогів.

5. Класифікація за ролі у портфелі бренду товарів і послуг допомагає чітко визначити роль кожної товарної групи в портфелі бренду і розробити ефективну асортиментну стратегію. За значенням для асортиментного портфеля виділяють: лідируючі і локомотивні товари, «мурашок», тактичні товарні групи і стимулюючі продукти.

6. Логічна класифікація за рівнем залученості у купівлю товарів: розділення продуктів за рівнем залученості цільового споживача в покупку. Виділяють товари з високою залученістю (придбання яких пов'язане з високим ризиком для покупця) і з низькою залученістю (товари, придбання яких пов'язана з низьким ризиком для покупця).

Також розрізняють логічний ієрархічний і фасетний методи класифікації товарів і об'єктів.

УДК 161.2:338.5

Шило А.О.<sup>1</sup>, Повзло О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ФЕУ-515 ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## **ЛОГИЧЕСКИЙ ХАРАКТЕР И МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

Логические понятия, суть, цель характера ценообразования заключаются в следующих логических составляющих:

1. Логический способ определения состава и структуры цены.
2. Основные логические факторы, влияющие на цены.
3. Логико-экономические аспекты ценообразования.
4. Логика зависимости произведенного продукта и ценообразования.
5. Логические этапы ценообразования.
6. Логические стратегии ценообразования.
7. Логические приемы управления составляющими ценообразования.
8. Логика премиальной ценовой политики.
9. Логическая политика истошающих и проникающих цен.
10. Логическая политика цен при вертикальном и горизонтальном делении рынка.

Логические понятия, суть, цель логических методов ценообразования заключаются в следующих логических составляющих:

1. Логический метод «издержки плюс».
2. Логический метод минимальных затрат.
3. Логический метод надбавки к цене.
4. Логический метод целевого ценообразования.

5. Логический метод определения цены продажи на основе анализа минимальных пределов убытков и прибылей.

6. Логический метод определения цены продажи на основе анализа максимального пика убытков и прибылей.

7. Логическое определение цены с ориентацией на конкуренцию.

УДК 215

Серeda A.A.<sup>1</sup>, Коваль В.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. М-214 ЗНТУ

<sup>2</sup> старш. викл. ЗНТУ

## ХРОНИКИ АКАШИ

Мы наблюдаем вокруг себя в семье, в городе, стране, мире, как много развилось религиозных направлений, общин, сект, учреждений, собраний, течений, подгрупп, подсект, и т.д. В 90 % они пытаются толковать лишь их «Истинную веру», многие берут за это деньги, люди часто становятся жертвами мошенников. Потому вокруг и среди нас так много скептиков. Чем больше белого – тем больше черного, и наоборот.

Многие не верят ни во что, многие верят во что-то, а кто-то и хотел бы, да не знает, во что именно, кто-то просто в заблуждении. А что, если есть такой источник информации, подключение к которому не требует выхода из дому, не требует особых усилий, не требует вступления в религии, кланы, секты, группы?

Есть такой источник, имя ему – Хроники Акаши. Это поле и видимо, и невидимо. Оно внутри нас и вне нас, оно – один из слоев информации Вселенной.

«Хроники Акаши – гигантские архивы, в которых содержится информация обо всем, что когда-либо было, есть и может быть во Вселенной. Эта практика избавит вас от всех прежних заблуждений относительно нашего мира, от всех страхов и оправданий, мешавших вам двигаться вперед в духовном развитии. Поскольку Хроники Акаши – это не физическое место, а один из уровней сознания, они доступны везде и всегда. Надо только уметь получить к ним доступ».

Верно, уметь получать доступ, а доступны они всем желающим их постичь. Поскольку это определенный уровень сознания, то это связано с психологией и имеет определенные техники и инструменты, настройки для ума, как медитация. Ведь медитации Востока давно зарекомендовали себя в области психологии и это подтверждают многие факты исцеления Души и тела людей путем медитации.

«Хроники Акаши – или Книга Жизни – это хранилище информации о каждом человеке, когда-либо жившем на Земле, обо всех его чувствах, поступках, мыслях и намерениях. Это также информация о прошлых жизнях и о будущем каждого из нас. И она доступна каждому, кто этого хочет!».

Акаша (санскр. ākāśa, букв. «видимость») – в индийских религиях – особый вид пространства, приблизительно соответствующий европейскому понятию «эфир»; в феноменологии – «первоначальный импульс, начало проявления».

Е. П. Блаватская в «Тайной Доктрине» писала: «Акашу, Астральный Свет, можно определить следующим образом. Это Вселенская душа, Матрица Вселенной, *Mysterium Magicum*, из которой всё сущее рождается путём разделения, или дифференциации».

Хроники Акаши – это и Книга Жизни (упоминается в Библии) и Энергоинформационное Поле (упоминается автором многих книг Ли-Кэроллом – Крайон). Книгой Жизни Хроники названы не зря, ведь мы, имея возможность, читаем свое прошлое, настоящее и возможное будущее, все наши содеяния, мысли, чувства, видим все это, как в книге, многим эти знания являются как раз в виде развернутой книги, таким методом пользовался Эдгар Кейси, который читал Хроники другим людям около 40 лет.

В 1934 году Джидду Кришнамурти сказал: «Почему вы хотите учиться у книг вместо того, чтобы стать учениками жизни? Узнайте, что истинно, а что ложно в окружающем вас мире со всеми его притеснениями и жестокостью, и тогда вы сможете узнать, что же такое истина». Неоднократно он указывал на то, что только «книгу жизни», постоянно изменяющуюся вместе с самим течением жизни, которое невозможно охватить мысленно, стоит «читать», а все другое наполнено информацией второго сорта. «История человечества находится в вас самих, в вашем обширном опыте, накопленном человеком за тысячелетия. Вы сами – и есть эта книга».

«Это – универсальная система регистрации и записи всех мыслей, слов и действий. Они – отчеты всех знаний и достижений. Они не являются физическими книгами или свитками, хотя многие люди видят их именно такими, когда получают доступ к ним. Фактически, они – энергетическая вибрация. Именно эта энергия воспроизводит изображения, формы, символы, образы, которые будут доступны к восприятию нашим мозгом».

Главной целью доступа к чтению Хроник является обеспечение ценной информацией, для того, чтобы помочь нам лучше жить. Чтение Хроник Акаши может способствовать нахождению наилучшего выхода в некоторых ситуациях, разрешению тех или иных проблем, дает возможность личностного и духовного роста, внести ясность в мыслительные процессы и помогает сортировать трудные и важные жизненные периоды. Делая выбор, каждый

раз мы можем изменить свое будущее, которое в отличие от прошлого или настоящего может меняться.

УДК 37.013

Ліпіліна А.С.<sup>1</sup>, Коваль В.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. М-214 ЗНТУ

<sup>2</sup>старш. викл. ЗНТУ

## БЕЗУСЛОВНАЯ ЛЮБОВЬ

Что есть основа жизни? Безусловная Любовь. Она также проста и первична, как самая маленькая частица «По», из которой все зарождается и состоит. И в простоте проявляется Бог, и Он вездесущ [1].

Все Души – из одного источника Любви, все Души родственны. Следовательно, мы есть часть одного целого, мы едины. А то, что мы видим в других, есть отражение нас, наша характеристика. И каждый человек, каждое испытание в Вашей жизни – Уникальный Учитель, благодаря которому Вы поймете себя глубже. «Познай себя» – с этого начинается Безусловная Любовь.

Точное определение понятия Безусловной Любви, как и Бога, не возможно дать, так как и первое, и второе есть энергия, ее возможно понять только внутренне, прочувствовать. Это словно озарение [1]. В человеке энергия едина, одинакова и целостна. Поэтому все зависит от Вашего выбора: в какие двери Вы ее направите [2].

Безусловная Любовь связана с настоящими, глубинными чувствами – единым языком человеческих Душ [3]. Она есть здесь и сейчас. Она духовно наполняет нас и проявляется через доброту, дружелюбие, доверие, открытость, глубокое блаженство и благодарность, сострадание, понимание, прощение, внутреннее спокойствие и счастье, благожелательность, искренность, созидание и помощь во Благо. Искренняя Настоящая Любовь умеет только отдавать и ничего не просит взамен, даже благодарности. В Ней нет привязанности, ограниченности, условий и причин, но есть внимание и свобода. В Любви отсутствуют такие понятия, как долг, ожидание и требование, поэтому в Ней все равны и Она всех объединяет. И как сказал Ригден Джаппо: «Любовь временной не бывает. Всё, что временно, не является любовью».

Закон Любви и Единства гласит, что из заботы о себе вырастает забота о других, что Любовь порождает Любовь, и что только счастливый может вдохновить на радость. Начните с себя: полюбите и с Любовью примите себя, людей и мир такими, какие они есть, – и Вам откроется Истина. Ведь «прежде чем чем-то делиться, нужно это иметь» [4].

Как сказал Будда: полюби себя, а затем наблюдай. Поэтому медитация – это второй шаг, это наблюдение за движением внутри, это означает быть самим собой. «На пути любви Бог остается, а ты исчезаешь; на пути медитации Бог исчезает, ты появляешься». «Никогда не пытайся синтезировать эти два пути в начале. Они встречаются в конце, они встречаются на вершине, они встречаются в храме» [4].

Истинная Любовь между мужчиной и женщиной, между Родными Душами, изначально Божественна. Она подобна Лотосу: цветок «выходит из корней, но поднимается выше. И назад он не возвращается, потому что нет обратного хода». В Безусловной Любви Родные Души обретают Жизнь, Силу, Знания, обретают путь к Богу, понимание Себя и своего предназначения [2, с .5].

Но сколько бы я не говорила об этом искреннем глубинном чувстве, пока Вы сами не попробуете, Вы не поймете, не почувствуете и не осознаете его. Вас никто не научит Безусловной Любви, но Вы способны научиться сами. Посмотрите в себя, услышьте себя и доверьтесь себе, все – внутри Вас самих. Сделайте первый шаг, ведь мудрость постигается практикой.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Новых А. Перекрестье. Исконный Шамбалы / Анастасия Новых. – К.: ИД «СЭНСЭЙ», 2009 . – 295 с.
2. Бхагаван Ш.Р. (Ошо) О любви и сексе / Ш.Р. Бхагаван (Ошо). – 2009 . – 47 с.
3. Новых А. АллатРа / Анастасия Новых. – К.: ИД «Аллатра», 2013 . – 882 с.
4. Бхагаван, Ш.Р (Ошо) Любовь, свобода, одиночество. Новый взгляд на отношения / Ш.Р. Бхагаван (Ошо). – ИД «АСТ», 2008 . – 115 с.
5. Профет Э.К. Родственные души и близнецовые пламена / Э.К. Профет. – СПб.: ИД «ДИЛЯ», 2005 . – 160 с.



## СЕКЦІЯ «ПОЛІТОЛОГІЯ, СОЦІОЛОГІЯ ТА ПРАВО»

УДК 342.7

Кириченко В.М.<sup>1</sup>, Безрукова О.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. істор. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup>д-р соц. наук, доц. ЗНТУ

### КОНСТИТУЦІЙНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРАВА НА ОСВІТУ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИХ ДЕРЖАВАХ

Право на освіту є міжнародно визнаним правом людини і закріплено майже у всіх конституціях держав континентальної Європи, окрім Австрії та Норвегії. Порівняльно-правовий аналіз ст. 53 Основного Закону України та відповідних положень 40 конституцій європейських держав свідчить, що аналізуємі норми мають як ряд загальних рис, так і певні розбіжності у формах вираження його змісту. Так, у більшості країн по-різному встановлені межі конституційного регулювання цього права, яке закріплено, як правило, в одній статті основного закону. У той час у Литві, Ліхтенштейні, Словаччині, Словенії, Чехії, Чорногорії – це питання відображено ширше, тобто у двох статтях, у Сербії та Хорватії – у трьох, у Швейцарії – у чотирьох, а в Португалії аж у шести статтях.

У ч.1 ст.53 Конституції України проголошено, що «кожен має право на освіту», тобто суб'єктом цього права визначена людина, яка в тексті Конституції України, так само як і в аналогічних нормах конституцій Албанії, Білорусі, Бельгії, Болгарії, Вірменії, Естонії, Іспанії, Латвії, Македонії, Польщі, Росії, Сербії, Словаччини, Хорватії та Чехії позначена безособовим терміном «кожен», у Греції, Грузії, Італії, Португалії, Фінляндії – «усі», в Андоррі – «будь-яка особа», а в Люксембурзі та Монако – відповідно «кожен люксембуржець» і «монегаски». В Азербайджане, Сан-Марино та Угорщині це право закріплено за громадянами, а в Данії та Швеції – за дітьми.

В основних законах Болгарії, Греції, Італії, Литви, Польщі мова також йде про віковий поріг, по досягненню якого дитина повинна навчатися у школі або вказаний конкретний строк навчання, а в Андоррі, Греції, Іспанії та Португалії на конституційному рівні декларуються не лише загальні антидискримінаційні норми та стандарти освіти, а також мета та завдання навчального процесу. З урахуванням специфіки юридичної конструкції конституційних норм, ми вважаємо, що подібне положення необхідно встановлювати тільки на законодавчому рівні.

Важливою гарантією реалізації права на освіту є його доступність і безоплатність, офіційне тлумачення зазначених термінів яких надано у Рішенні Конституційного Суду України «Про офіційне тлумачення положень частини третьої статті 53 Конституції України».

Незважаючи на те, що принципи доступності і безоплатності освіти тісно пов'язані між собою, у конституціях європейських держав вони

закріплені неоднаково. Так, якщо принцип безоплатності освіти закріплено в 35 із 40 основних законів держав континентальної Європи, то принцип доступності на конституційному рівні закріпили лише Албанія, Білорусь, Естонія, Македонія, Молдова, Польща, Португалія, Росія, Угорщина, Франція, Хорватія та Швейцарія.

На відміну від конституцій європейських держав, які у своїх текстах лише згадують про деякі рівні освіти, Україна на конституційному рівні закріпила положення, в якому надано перелік усіх рівнів освіти, що на нашу думку, є недоцільним. Ми вважаємо, що питання щодо рівнів освіти та форм навчання повинно вирішуватися на рівні галузевого законодавства. У зв'язку з цим пропонуємо слова «дошкільна», «повна загальна середня», «позашкільна», «професійно-технічна», «вища» та «післядипломна» вилучити із тексту ч.3 ст.53 Конституції України і замінити їх словосполученням «всіх рівнів освіти та різних форм навчання, визначених законом».

Аналіз норм конституцій європейських держав, у яких закріплено право на освіту свідчить, що в деяких із них закріплені положення, які відсутні в Основному Законі України, а саме: право батьків або опікунів на вибір освіти для своїх дітей; право створювати приватні навчальні заклади; право на академічну свободу та свободу викладання; автономія університетів тощо.

У той час слід зазначити, що в ч.5 ст.53 Конституції України закріплено положення, яке відсутнє в конституціях держав континентальної Європи, за виключенням Конституції Румунії, в ст.32 якої, поряд з правом на освіту, зазначено, що «право осіб, які належать до національних меншин, вивчати рідну мову і право отримувати освіту на цій мові гарантується; способи здійснення цих прав установлюється законом». У зв'язку з цим ми вважаємо, що аналізуємо положення, з розширенням обсягу конституційних прав осіб, які належать до національних меншин, доцільно виокремити у самостійну статтю Конституції України.

УДК 342.7

Кириченко Ю.В.<sup>1</sup>,

<sup>1</sup>канд. юрид. наук, доц. ЗНТУ

## **ПРОБЛЕМИ КОНСТИТУЦІЙНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРАВА НА ПРАЦЮ**

Право на працю є міжнародно визнаним правом людини, яке в різних формулюваннях і обсягах знайшло своє закріплення у всіх (крім Швеції) конституціях держав континентальної Європи.

Право на працю, як свобода трудової діяльності, знайшло своє відображення в положеннях багатьох європейських конституцій, в яких право на працю та право вільно обирати вид трудової діяльності, професії та місця роботи закріплено, як правило, в одній нормі. Тому припис, який

розташований в ч.2 ст.43 Конституції України, на наш погляд, слід перенести до ч.1 ст.43 і викласти в новій редакції. При цьому варто звернути увагу на те, що в аналізованому положенні вибір професії вказується раніше роду трудової діяльності, хоча поняття «рід трудової діяльності» є ширшим ніж поняття «професія».

Свобода праці означає, що тільки самій людині належить виключне право розпоряджатися здібностями до праці. У жодній державі право на вільний вибір діяльності не пов'язується з її обов'язком щодо забезпечення цього права. Також людині належить і право взагалі не займатися трудовою діяльністю. Все залежить від її волі та бажання. Тому в багатьох державах на конституційному рівні закріплено право людини на працю саме як право людини, а не як її обов'язок. Водночас слід зазначити, що в конституціях Іспанії, Італії, Португалії, Сан-Марино, Туреччини та Франції крім права на працю в одній нормі закріплено ще і обов'язок працювати. Наприклад, у п.1 ст.35 Конституції Іспанії записано, що «усі іспанці зобов'язані працювати й мають право на працю».

Необхідною гарантією реалізації права на працю є створення державою умов для повної зайнятості населення. І тому більшість держав континентальної Європи взяли на себе цей обов'язок. Наприклад, у п.1 ст.23 Конституції Бельгії закріплено положення щодо «... забезпечення достатньо стабільного і якомога високого рівня зайнятості». У той час в Україні це питання не знайшло свого конституційного закріплення, а лише регулюється нормами трудового законодавства. Разом з тим ми вважаємо, що перше речення ч.2 ст.43 Конституції України слід викласти в іншому формулюванні, а в третьому реченні цієї частини термін «перепідготовки» доречно замінити на термін «перекваліфікації», як це викладено в міжнародних документах, а словосполучення «відповідно до суспільних потреб» замінити на «з урахуванням потреб ринку праці», що більше відповідає сучасним вимогам.

Конституція України вперше в ч.3 ст. 43 Конституції України не лише заборонила використання примусової праці, а й зафіксувала вичерпний перелік робіт, які такою працею не вважаються. У такий же спосіб закріплена заборона примусової праці в конституціях Азербайджану, Албанії, Естонії, Латвії, Литви, Молдови, Румунії, Чехії, Чорногорії, а в конституціях Албанії, Боснії і Герцеговини, Молдови, Румунії, Словаччини, Туреччини, Хорватії, Чехії та Чорногорії це положення закріплено в окремій статті. З метою вдосконалення юридичної конструкції аналізованого положення пропонуємо цю частину викласти в інший спосіб.

Оскільки право на працю має основоположний характер, то з нього випливають усі інші трудові права, які в ч. 1 ст. 23 Загальної декларації прав людини та ст. 7 Міжнародного пакту про економічні, соціальні і культурні

права визначені як «справедливі і сприятливі умови праці». Більшість з цих положень вперше знайшли закріплення в ч. 3 ст. 43 Конституції України та у багатьох конституціях європейських країн. Але при цьому, варто звернути увагу на певні розбіжності щодо застосування відповідної термінології.

Ми вважаємо, що ч. 4 ст. 43 Конституції України потребує доповнень насамперед в частині, що гарантує кожному право на справедливую винагороду та своєчасне одержання заробітної плати, що повинно втілюватися через заборону дискримінації в оплаті праці. У зв'язку з цим, логічно було б ч. 7 цієї статті поєднати з аналізуємою частиною.

Гарантуючи рівність прав чоловіка та жінки Конституція України в ч. 5 ст. 43 встановлює правові обмеження щодо реалізації права на працю певного кола осіб (жінки і неповнолітні). Але цей перелік, на наш погляд, є неповним, оскільки він не поширюється на осіб зі зниженою працездатністю насамперед інвалідів, про що йдеться і в деяких конституціях європейських країн. Тому ми пропонуємо в ст. 43 Конституції України закріпити положення про заборону праці інвалідів на небезпечних роботах.

У ч. 6 ст. 43 Конституції України проголошено, що «громадянам гарантується захист від незаконного звільнення», із змісту якої випливає, що вона адресована тільки громадянам України, що протирічить положенню ч. 1 ст. 26 Основного Закону України. Ми вважаємо, що більш доречним було б вжити в цій частині замість терміну «громадянам» термін «кожен», що у разі прийняття цього уточнення розширить коло суб'єктів порівняно з тим, яке визначено у нинішньому тексті. На наш погляд, вітчизняний законодавець оминув увагою одну із важливих гарантій права на працю – захист від необгрунтованої відмови у прийнятті на роботу. Незважаючи на те, що міжнародно-правові акти та жодна держава континентальної Європи на конституційному рівні не закріпили цього положення, ми виходимо з того, що зазначена гарантія повинна бути проголошена в ч. 6 ст. 43 Конституції України, у зв'язку з тим, що означена проблема набула неабиякого практичного значення.

УДК 321.02:316.754

Резанова Н.О.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>канд. філос. наук, доц. ЗНТУ

## **ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА В ПЕРІОД МОДЕРНІЗАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ**

Успішність незалежної України, котра перебуває в полі надскладних зовнішніх та внутрішніх викликів, обумовлюється адекватністю та своєчасністю змін політичної культури. Розв'язання завдань

державотворення значною мірою залежить від типу домінуючої політичної культури та рівня її розвитку серед верств населення, суспільства загалом. За цих умов першорядного значення набуває формування політичної свідомості громадян, набуття ними досвіду й навичок політичної поведінки, прискорена політична соціалізація, поступове долаття існуючої фрагментарної політичної культури, елементів патріархальної та підданської політичної культури і становлення на цьому ґрунті громадянської, демократичної політичної культури. Проблема політичної культури тривалий час є однією з найбільш досліджуваних та актуальних. «Всеосяжність» та «загальність» поняття «політична культура» на перший погляд, створює відчуття зрозумілості цього явища а рїогї. Один з перших представників сучасної політичної науки Люсьєн Пай, зауважив, що «сам термін «політична культура» здатний породжувати швидке інтуїтивне розуміння, так що людям доволі часто здається, ніби вони й без подальшого уточнення можуть проникнути в його зміст і користуватися ним».

У парадигмальному плані переважна більшість наукових досліджень щодо змін політичної культури знаходилася в межах веберівсько-парсонівської традиції аналізу соціальної дії. Автори особливу увагу надавали вивченню ролі ментальності, норм і цінностей конкретного суспільства з точки зору їх позитивного або негативного впливу на процеси модернізації. При цьому в якості найважливіших складових розвитку розглядалися політична участь і економічна активність населення. Останні є ядром цінностей сучасного (західного) суспільства.

Подібно до того як демократичні інститути покояться на здоровому громадянському суспільстві, громадянське суспільство, у свою чергу, має попередників і передумови на рівні культури. Культуру можна визначити як раціональну етичну звичку, передану за традицією. Хоча вона й піддається впливу подій, що відбуваються на трьох верхніх рівнях, культура схильна лише до найповільних змін .

Слід нагадати, що і сьогодні деякі автори передусім підкреслюють, що усі країни, навіть найрозвиненіші, так або інакше знаходяться в процесі перманентних соціальних змін. На їх думку США знаходяться в транзиції від постіндустріального і посткапіталістичного суспільства до інформаційного, постмодерністського суспільства. Процесам соціально-культурної трансформації взагалі притаманний тривалий, різнобічний, суперечливий характер, а в сучасній Україні вони тим більше вирізняються складністю. Британський політолог Т. Кузьо свого часу охарактеризував ситуацію в Україні як «четвірний перехід», тобто перехід від тоталітаризму – до демократії, від планової економіки – до ринкової, від перебування у складі імперії – до національної незалежності, від недо-модернізованої етнічної

спільноти – до модерної політичної нації. А події 2013–2014 років в в нашій країні лише прискорили ці процеси та привели до їх завершального етапу.

Соціальні зміни знаходять своє відображення і в політичному житті, котре в кожній країні своєрідно відповідає на виклики сучасності, виходячи з соціокультурних особливостей. На цьому шляху, як правило, відбувається пристосування нових або старих соціально-політичних інститутів і практик до мінливих умов. Саме трансформування політичної культури в якості одного зі своїх завдань мало на меті легітимізувати експорт демократії в країни, що розвиваються за допомогою формування відповідної їй громадянської культури. Демократична політична культура – це культура громадянського суспільства. Саме у межах громадянського суспільства відбувається організація плюралізму, тобто поєднання та врахування інтересів найрізноманітніших соціальних і політичних сил. Тільки в розвиненому громадянському суспільстві може сформуватися культура, що відповідає демократичному ладу. Роль, яку організована громадськість відіграла в революційних подіях листопада 2013 р.– лютого 2014 р. і в захисті національного суверенітету й територіальної цілісності, позначила нову сторінку в історії сучасної української державності та стала значною віхою нової української політичної культури. «У цій ситуації громадянське суспільство продемонструвало високу здатність до консолідації та мобілізації. Адже в найстисліші строки постала дієва мережа громадських ініціатив та об'єднань, що взяли на себе вирішення найважчих проблем сьогодення. Волонтери й добровольці, мережеві спільноти, різноманітні громадські ініціативи та рухи становлять сьогодні кістяк реального та спроможного громадянського суспільства». Тому, громадянська самоорганізація й масовий патріотизм мають сприйматися як найважливіший ресурс державотворення та активного формування сучасної української політичної культури.

Політична культура сучасного українського суспільства знаходиться в стані свого становлення, відчуваючи серйозний вплив з боку геополітичних та історичних чинників і радикальних перетворень, що відбуваються в ньому сьогодні. Ці процеси диктують необхідність серйозної модифікації світоглядних, оціночних та поведінкових орієнтирів людей, тобто всіх компонентів політичної культури. В залежності від приналежності до різних соціальних груп ці орієнтири досить сильно варіюються, що дозволяє говорити про етап активного формування ціннісної парадигми в сучасному українському суспільстві. В загальних рисах українська політична культура відтворює загальноєвропейські типи політичних культур, але вона має певні особливості, якими не варто нехтувати. Деякі з них перебувають ще на стадії становлення, інші відмирають. Одні корелюються з політичною системою, що створюється, інші – з системою, що відходить у небуття. Одні вже

розгорнули свою якісну визначеність, інші лише жевріють, хоча й заявляють про себе як необхідні та закономірні.

Найсуттєвіші зміни політична культура зазнає в перехідні періоди революційних змін або реформування суспільства і держави, коли відбуваються певні ціннісні, ідеологічні зрушення в масовій свідомості, обумовлені різкою зміною звичних політичних практик. У моменти радикальних соціальних перетворень і зламу старої політичної системи виникає можливість включення нових зразків у систему політичної культури.

УДК 321.701

Соколенко Ю.М.<sup>1</sup>,

<sup>1</sup>асис. ЗНТУ

## **РОЛЬ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ У РОЗВИТКУ ДЕМОКРАТІЇ**

Сучасну демократію неможливо уявити без політичних партій. Саме через інституції виражається воля різних верств громадян в органах влади, досягається відповідальність урядових структур перед народом. Головна риса, що вирізняє політичні партії від усіх інших організацій, – це прагнення до заміщення державних посад своїми представниками.

Протягом століть партії стали організаційними засобами артикуляції та політичного просування інтересів різних груп виборців, їх політичної мобільності, формою рекрутування та добору політичної еліти.

Партії є своєрідними «електоральними машинами», які організовують виборчі кампанії своїх кандидатів, надають їм необхідні для цього ресурси.

Головною метою будь-якої партії є політична влада. Через своїх представників у законодавчій та виконавчій владі партії впливають на процес прийняття політичних рішень, беруть участь у виконанні управлінських функцій у державі.

Вплив на діяльність законодавчої влади партії здійснюють через свої угруповання в парламенті-фракції. У країнах з парламентською і парламентсько-президентською формою правління партійні організації, які здобули більшість місць у вищому органі законодавчої влади, отримують право на формування уряду. Це – правлячі партії.

Інші, що залишаються в меншості і протистоять у парламенті і поза його межами політичного курсу, визначаються як опозиційні партії.

Наявність правлячих та опозиційних партій створює механізм політичної відповідальності влади перед виборцями.

Політичні партії також виявляють, обґрунтовують і формулюють інтереси різних соціальних груп у вигляді політичних ідеологій, програм, передвиборчих платформ. Вони транслюють окремі інтереси зі сфери

громадянського суспільства у сферу політичних рішень, де вони стають фактом політичних вимог.

Завдяки своїй різноманітній діяльності ( передвиборна агітація, залучення громадян до виборчого процесу, пропагандистські кампанії в СМІ, масові акції) здійснюється політична соціалізація та політична мобілізація громадян, формування у них якостей і навичок участі у владних відносинах.

У демократичних суспільствах шлях до влади полягає через вибори. Боротьба різних партій на виборах забезпечує плюралістичний характер політичного процесу в системі ліберальної демократії.

Сучасні демократичні системи значною мірою виникають і функціонують завдяки діяльності та взаємодії політичних партій. Вони виступають головним посередником та інструментом комунікації громадянського суспільства і державної влади. В умовах демократії політичні партії забезпечують мирний перерозподіл влади між різними політичними силами. Таким чином вони сприяють легітимності демократичної політичної системи, тобто її суспільному визнанню та виправданню прийнятих у її рамках політичних рішень, кадрових чи функціональних змін у структурах влади.

Функції політичних партій характеризують загальну нормативну, нормативну модель її діяльності у системі ліберальної демократії.

Стосовно України то труднощі та проблеми організаційного й політичного зростання партій припали на кризових період у розвитку інституту політичних партій в країнах що є демократичними. До симптомів цієї кризи відносять : зменшення членства в партіях, послаблення стабільності у партійній ідентифікації виборців, відрив партій від традиційної соціальної бази, зниження довіри населення до діяльності партій і політиків тощо. Частина функцій політичних партій перебирають на себе групи тиску, нові соціальні рухи, засоби масової інформації.

Кризових явища у розвитку політичних партій безпосередньо пов'язані з певною кризою інституту представницької демократії.

Фактично, в рамках сучасних демократій немає реальної альтернативи політичним партіям. Поки існують механізми представницької демократії, у тій чи іншій мірі формі діяти муть і політичні партії. Але їх роль і функції змінюватимуться в залежності від форм і тенденцій розвитку сучасних політичних систем у цілому.



## ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ

Витоком українських відносин з Європейським Союзом можна вважати дату визнання міністром закордонних справ Нідерландів як представника однієї з домінуючих країн Європейського Союзу незалежності України. Лист був датований 1991 роком.

Україна ще 2 липня 1993 року заявила про намір залучитися до євроінтеграції, але, оскільки вона належить до групи пострадянських держав, їй було необхідно пройти довгий шлях демократизації та промислово-економічного розвитку. Сенса в останньому існував тому, що СРСР будувався на взаємопідтримці держав, тому після набуття Україною незалежності, необхідно було створити промислову інфраструктуру, що дозволяє існувати самостійно.

Модифікацій зазнала і ринкова система. Ринок СРСР віддавав перевагу закритій економіці, тому в подальшому перед Україною постала задача орієнтувати ринок на зовнішньоекономічні зв'язки. Крім цього, глобальним кроком став перехід від планової економіки до ринкової, що свідчить про появу малого та середнього бізнесу, а як наслідок – такого механізму стимулювання та регулювання ринку як конкуренція.

Верховною Радою було ратифіковано низку документів, на основі яких вона має сприяти Україні в її русі до Європейської спільноти. Щорічно Україна демонструє результат свого вдосконалення, відвідуючи зустрічі та засідання міжнародного масштабу, а саме Раду з питань співробітництва; Комітет та галузевих підкомітетів з питань співробітництва Україна-ЄС, Комітет парламентського співробітництва та інші.

Особлива увага приділяється Саміту Україна-ЄС. Дискусія з приводу воєнної нестабільності підтвердила намір Європи щодо дипломатичного подолання конфлікту шляхом застосування санкцій.

Розвиток торговельно-економічного співробітництва та інвестиційного є пріоритетним вектором зовнішньої економічної діяльності України. Держави Європейського Союзу – цінні партнери у відносинах «імпорт-експорт» за об'ємом обігу капіталу і товарів. Показники експорту можуть зрости після створення поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС, яка передбачена Угодою про асоціацію.

У сфері юстиції взаємодія України з ЄС обмежується документом «План дій Україна – ЄС у сфері юстиції, свободи та безпеки», який підписано у місті Люксембург 18 червня 2007 року. Наступного року 10 квітня у місті Києві було затверджено План-графік його імплементації, який визначив 15

базових напрямків: міграція, візовий режим, керування кордонами, безпека персональних даних, протистояння організованих злочинності тероризму, боротьба з наркотиками, корупцією, торгівлею людьми.

Кооперація України з Європейським поліцейським офісом вимагає дотримання положення щодо обміну інформацією для запобігання проявам міжнародної злочинності, терористичних загроз, нелегальної міграції. Серверами, між якими встановлено комунікаційний канал, є Міністерство внутрішніх справ України та Секретаріат Європолу.

Перший зі згаданих органів відповідальний за взаємодію ЄС та України у рамках Угоди про реадмісію, що розглядає питання незаконної міграції громадян та ідентифікації осіб третіх країн. У цьому Міністерству внутрішніх справ України допомагає Державна міграційна служба України.

Тяжкі злочини розглядаються на рівні Європейської організації з питань юстиції, яка покликана попередити форми транскордонної злочинності, що здатні спричинити найбільшу загрозу: корупцію, злочини проти довкілля, всі види серйозних комп'ютерних правопорушень.

Ідеї європейської інтеграції висловлюються Україною з кінця ХХ століття. Раніше явище євроінтеграції сприймалося виключно як політична матерія – справа урядовців, але 21 листопада 2013 року Україна вперше отримала вагомий доказ того, що це потрібно народу, та він свідомо готовий до цього – до підвищення рівня життя, зміни моральних цінностей та світогляду.

Процедура юридичного визнання членства держави в Європейському Союзі є довгою та складною. Вона вимагає від кандидата відповідності деякому шаблону, ескіз до якого був накреслений Україною Угодою про асоціацію. Цей документ є найбільшим, з точки зору об'єму, адже містить 1000 сторінок, та найсерйознішим, адже потребує реформ в усіх сферах життя громадян.

Одним з вагоміших імпульсів, які випливають з ратифікації Угоди, є Зона вільної торгівлі. Діючий механізм, що запускається цим імпульсом – тарифна лібералізація, тобто повна або часткова (в залежності від категорії товарів) ліквідація мит на експорт/імпорт продукції: наприклад, у секторі торгівлі текстильними виробами величина економії українських експортерів становить 24.4 млн. євро, європейських – 8.7 млн. євро. Це є вигідним не тільки для України, але й для ЄС: економія при скасуванні мит на товари хімічної промисловості сягає 26.8 млн. євро для українських експортерів, але ця сума повністю компенсується державами ЄС, оскільки зменшення витрат на імпорт Україною їхніх товарів сягає 64.3 млн. євро.

Серед інтернаціональних ролей ЄС було названо не тільки його ототожнення з торговим блоком, тому Угода про асоціацію вимагає здійснити інкорпорацію правових положень. Залучення до Європейського

Союзу зобов'язує державу відповідати статуту, на положеннях якого він ґрунтується: Україна повинна співпрацювати з державами-членами у 28 сферах.

УДК 342.7

Кириченко В.М.<sup>1</sup>, Амелькіна А.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. істор. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ФЕУ-514 ЗНТУ

## **ЗАСТОСУВАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ЩОДО КОНСТИТУЦІЙНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРАВ НАЦІОНАЛЬНИХ МЕНШИН В УКРАЇНІ**

Порівняльно-правове дослідження текстів основних законів європейських держав, які відносяться до континентального права, засвідчує, що права національних меншин на конституційному рівні знайшло своє втілення в різних формулюваннях та обсязі в Австрії, Азербайджані, Албанії, Білорусі, Болгарії, Боснії і Герцеговині, Вірменії, Грузії, Естонії, Італії, Латвії, Литві, Македонії, Молдові, Норвегії, Польщі, Росії, Румунії, Сербії, Словаччині, Словенії, Туреччині, Угорщині, Фінляндії, Хорватії, Чехії, Чорногорії, Швейцарії та Швеції.

У більшості європейських країн по-різному встановлені межі конституційного регулювання прав національних меншин, які, як правило, закріплені в одній статті основного закону. У той час в Албанії, Вірменії, Литві, Македонії, Польщі – ці питання відображені ширше, тобто у двох статтях, у Словаччині, Чехії, Чорногорії – у трьох, у Словенії – у п'яти, а в Сербії аж у дев'яти статтях.

Досліджуючи права національних меншин необхідно відзначити про використання в конституціях європейських країн різної термінології щодо визначення «національної меншини». Так, в Австрії та Італії використовується термін «мовні меншини», у Швейцарії – «мовні спільноти», у Чорногорії та Швеції – «меншини», у Польщі – «національні та етнічні меншини», у Болгарії, Литві, Словенії та Угорщині – «національні спільноти», у Словаччині та Чехії – застосовуються у словосполученні два терміни – «національні меншини» і «етнічні групи», та в більшості країн – «національні меншини».

Суб'єктом прав національних меншин на конституційному рівні є особа чи колектив (етнічна група), що дає підстави говорити про індивідуальний чи колективний (солідарний) характер аналізуємої категорії прав у залежності від їх носія. Тобто через індивідуальні національні права реалізуються етнічні права людини, а за допомогою колективних національних прав

забезпечуються специфічні права етнічних спільностей. У той час в основних законах Азербайджану, Білорусі, Вірменії, Естонії, Росії та Словенії суб'єктом аналізуемого права визначена людина, яка в тексті позначена безособовим терміном «кожен», у Латвії, Румунії та Чорногорії – «особа», в Албанії та Македонії – «представники національних меншин», а в Литві, Польщі, Словаччині та Чехії ці права закріплені за громадянами. Також слід звернути увагу на те, що в деяких конституціях європейських держав, суб'єктом конституційно-правових відносин визначено конкретні народності.

Дослідження змісту конституцій держав континентальної Європи свідчить про те, що в кожній третій із них, перш за все, закріплено право на вільне визначення чи збереження своєї національної належності. Тобто, однією з особливостей національної меншини полягає в тому, що належність до національної меншини є питанням індивідуального вибору, який не обмежується будь-якими іншими критеріями. Наприклад, у §49 Конституції Естонії зазначено, що «кожен має право зберегти свою національну належність», а в ст. 61 Конституції Словенії – «кожен має право на вільне вираження належності до своєї нації чи народності ...». Крім того, в конституціях Азербайджану, Білорусі, Росії, Словаччини та Чехії закріплена заборона щодо примушення змінювати свою національну належність.

Крім того, у міжнародно-правових документах і конституційному законодавстві європейських держав регламентується цілий ряд особливих, специфічних прав національних меншин, які, як правило, прив'язані до певної території їх компактного або традиційного проживання. Серед них насамперед слід виокремити такі: 1) право на виховання та навчання рідною мовою чи вивчення рідної мови, а також право обирати мову спілкування (Азербайджан, Білорусь, Грузія, Естонія, Латвія, Македонія, Норвегія, Польща, Росія, Сербія, Словаччина, Словенія, Угорщина, Фінляндія, Хорватія, Чехія, Чорногорія, Швейцарія). Наприклад, у п. 2 ст. 26 Конституції Росії закріплено, що «кожен має право на користування рідною мовою, на вільний вибір мови спілкування, виховання, навчання та творчості»; 2) право на об'єднання в організації та товариства для здійснення й захисту своїх специфічних прав (Албанія, Естонія, Македонія, Польща, Сербія, Словаччина, Чехія, Чорногорія). Наприклад, у п. 2 ст. 20 Конституції Албанії зазначено, що «... вони (представники національних меншин – авт.) мають право ... об'єднуватися в організації та товариства для захисту своїх інтересів і своєї самобутності»; 3) право на збереження та розвиток своєї національної, етнічної та культурної самобутності (Албанія, Вірменія, Грузія, Латвія, Польща, Румунія, Словаччина, Фінляндія, Хорватія, Чехія, Чорногорія). Наприклад, у ст. 41 Конституції Вірменії встановлено, що «кожен має право на збереження своєї національної та етнічної самобутності.

Особи, які належать до національних меншин, мають право на збереження та розвиток своїх традицій, релігії, мови та культури»

УДК 343.721

Кириченко Ю.В.<sup>1</sup>, Баранова Т.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. юрид. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ГФ-913 ЗНТУ

## **ПОЗБАВЛЕННЯ ВОЛІ ЯК ВИД ПОКАРАННЯ ЗА НЕЗАКОННЕ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРИЧНОЇ АБО ТЕПЛОВОЇ ЕНЕРГІЇ**

Відповідно до ч. 1 ст. 50 Кримінального кодексу України (далі – КК України) покарання є заходом примусу, що застосовується від імені держави за вироком суду до особи, визнаної винною у вчиненні злочину, і полягає в передбаченому законом обмеженні прав і свобод засудженого. Це може виражатись в обмеженні пересування і спілкування з іншими членами суспільства (при позбавленні волі), права обирати вид трудової діяльності на свій розсуд (при позбавленні права займати певні посади або займатись певною діяльністю), в матеріальних обмеженнях (при виправних роботах, штрафі, конфіскації майна). Покарання має на меті не тільки кару, а й виправлення засуджених, а також запобігання вчиненню нових злочинів як засудженими, так і іншими особами.

Позбавлення волі є одним із видів покарання за незаконне використання електричної або теплової енергії, що застосовується у випадку, коли незаконне використання енергії вчинено повторно або за попередньою змовою групою осіб, або якщо вони завдали шкоду у великих розмірах.

Зі змісту ч. 2 ст. 1881 КК України видно, що залежно від ступеня небезпечності злочинних дій, встановлена максимальна межа покарання до трьох років позбавлення волі. Однак, в зазначеній статті не вказана мінімальна межа позбавлення волі. У цьому випадку мінімальним строком позбавлення волі буде строк, передбачений ст. 63 КК України. І тому суд, керуючись загальними засадами і призначаючи покарання за злочин, передбачений ч. 2 ст. 1881 КК України, не має право виходити за межі найнижчої межі, тобто одного року.

Позбавлення волі як вид покарання за незаконне використання електричної або теплової енергії передбачено також і в КК Австрії, Естонської Республіки, Республіки Польща, Франції, ФРН, Швейцарії, Швеції.

Так, КК Австрії за вилучення електричної енергії із установки, яка використовується для отримання, переробки або зберігання такої енергії, передбачено позбавлення волі на строк до шести місяців, а за вилучення

електричної енергії при обтяжуючих обставинах – позбавлення волі на строк до трьох років та позбавлення волі на строк від одного до десяти років.

Кримінальним законодавством Республіки Польща за крадіжку енергії передбачено позбавлення волі на строк від трьох місяців до п'яти років. У менш значному випадку – позбавлення волі на строк до одного року.

КК ФРН передбачає за використання електроенергії чужої електричної установки або споруди покарання у виді позбавлення волі на строк до двох років.

Ст. 142 розділу II КК Швейцарії за незаконне використання енергії із установки, яка виробляє електроенергію, передбачено тюремне ув'язнення до трьох років.

Відповідно до ст. 10 Глави 8 КК Швеції, особа, яка незаконно користується електроенергією, карається тюремним ув'язненням строком не більше одного року.

Отже, Україна пішла таким же шляхом, як і зазначені зарубіжні країни, щодо застосування за незаконне використання електричної або теплової енергії покарання у виді позбавлення волі. Але при законодавчому застосуванні зазначеного виду покарання у санкціях за незаконне використання електричної або теплової енергії була порушена співрозмірність із санкціями за інші види злочинів проти власності. До речі, у ч. 2 ст. 188 КК України взагалі відсутня альтернатива позбавленню волі на строк до трьох років, хоча частина 1 цієї статті передбачає три альтернативних види покарання.

Слід зазначити, що законодавець найчастіше не дотримується будь-яких визначених правил при встановленні видів і розмірів покарань у санкціях статей КК України, зокрема розділу VI «Злочини проти власності» Особливої частини, і тим самим неоднозначно оцінює тяжкість злочинів проти власності. Наприклад, у санкції ч. 2 ст. 188 КК України передбачено покарання у виді позбавлення волі на строк до трьох років, а в санкції ч. 2 ст. 185 КК України – обмеження волі на строк до п'яти років або позбавлення волі на той самий строк.

Якщо порівняти санкції ч. 2 ст. 188 і ч. 2 ст. 190 КК України, то матимемо таку ситуацію. За шахрайство, вчинене повторно, або за попередньою змовою групою осіб, або таке, що завдало значної шкоди потерпілому передбачено покарання у виді штрафу від п'ятдесяти до ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправних робіт на строк від одного до двох років, або обмеження волі на строк до п'яти років, або позбавлення волі на строк до трьох років. А за незаконне використання електричної або теплової енергії, за наявності таких кваліфікуючих ознак, – тільки позбавлення волі на строк до трьох років. У санкціях ч. 2 ст. 188 і ч. 2 ст. 192 КК України відповідно – позбавлення волі на строк до трьох років та

штраф від п'ятдесяти до ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеження волі на строк до трьох років.

УДК 343.8

Резанова Н.О.<sup>1</sup>, Фірсов А.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. юрид. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ГП-115 ЗНТУ

## **ДО ПРОБЛЕМИ ЮВЕНАЛЬНОЇ ЗЛОЧИННОСТІ: СТАН ТА ДОСВІД ВИРІШЕННЯ**

За останнє десятиріччя в Україні відбулися значні зміни у тенденції росту злочинності серед неповнолітніх, що у свою чергу сприяло стійкому зростанню загального рівня злочинності в Україні. Тенденція «омолодження» злочинності серед неповнолітніх відбувається швидкими темпами, і саме це є великою політичною, соціально-економічною, правовою та соціальною проблемою, яка потребує теоретичного дослідження та виявлення шляхів її подолання. Про нагальне вирішення цієї проблеми свідчить той факт, що в Україні лише за 2015 р. підлітками було скоєно понад 33 000 злочинів різної тяжкості.

Як відомо, антисоціальна поведінка підлітків не новітнє явище, це проблема всього історичного шляху людства. Аналіз історичного досвіду в сфері ювенальної девіантності дає можливість більш широко розглянути суть цієї проблеми.

Друга половина XIX ст. характеризується першими спробами боротьби цивілізованого суспільства з соціальною проблемою. У США створено перший реформаторій для дітей, який забезпечував окреме утримання в тюрмах дітей та дорослих; введено режим апробації (виховний нагляд), що було пов'язано з різким злетом підліткової злочинності, на ґрунті соціально-економічних змін та расової приналежності.

Наприкінці XIX ст. відбувається значний стрибок зростання злочинності серед неповнолітніх в Європі, що в свою чергу дало імпульс для створення спеціалізованих судів у справах неповнолітніх (перший США, Чикаго 1899 р.) , «Хартії дітей» ( Англія, 1909 р.), різнопланових виховних установ.

В США та Європі, наприклад, активно реалізуються вже розроблені програми боротьби з дитячою злочинністю та розробляються нові. В кожній державі подібні програми мають свою специфіку, проте ми можемо виділити два загальних напрямки: більш жорстокі покарання за злочини, що вчинені дітьми та профілактика дитячої злочинності.

Так а США, для прикладу, зниження рівня дитячої злочинності відбулося за рахунок ефективного використання державних асигнувань, в розмірі 20 млн. доларів, виділених для системи організацій Великих Братів/Великих Сестер, які займаються організацією позакласного часу дітей.

У Німеччині, з одного боку, законодавець вимагає зниження віку кримінальної відповідальності з 14 до 12 років, а з іншого боку неповнолітні правопорушники проводять канікули у виховних дитячих таборах Карибських островів.

Ефективність попереджувальної та профілактичної роботи в Україні, певною мірою залежить від правильного розуміння проблеми та усвідомлення її загрозливого характеру.

Але для того, щоб пропонувати свою модель соціальної дії, необхідно визначити процеси, спрямовані на боротьбу з проблемою. Як правило, науковці виділяють наступні види заходів: профілактика дитячої злочинності; попередження злочинності.

Під профілактикою ювенальної злочинності розуміють діяльність державних органів та організацій, формувань і окремих громадян з виявлення і усунення причин злочинів та умов, які їм сприяють, а також вжиття відповідних заходів до конкретних осіб для подолання та нейтралізації їх негативних поглядів, звичок, нахилів.

Як бачимо з визначення поняття «профілактики» ювенальної злочинності випливає, що профілактична діяльність складається з 2-ох послідовних етапів: виявлення соціальних причин та соціальних умов, що породжують злочини, другий – усунення виявлених причин та умов. Під попередженням злочинів розуміється система методів і заходів, спрямованих на виявлення і усунення причин та умов, що породжують злочини.

На нашу думку, можна також виділити ще один комплекс заходів, спрямованих на подолання дитячої злочинності – правове регулювання відносин, пов'язаних з проблемою.

Під правовим регулюванням, правознавці розуміють: здійснення державою за допомогою системи правових засобів впливу на суспільні відносини з метою їх впорядкування, закріплення, охорони та розвитку, відповідно до суспільних потреб. На думку українського правознавця А.Т. Комзюка, правове регулювання – це специфічний вплив, який здійснюється правом, як особливим нормативним інституційним регулятором.

Враховуючи все вище зазначене, можна зробити висновок, що правове регулювання являється певною базою для попередження та профілактики ювенальної злочинності. Розглядаючи цей процес з соціальної точки зору, можна сказати, що це сукупність соціальних дій, що впливають на суспільні відносини, які виникають у профілактиці та попередженні асоціальної поведінки підлітків. Об'єктивно, механізм регулювання та боротьби з



ювенальною злочинністю, можна розглядати як систему соціальних, політичних, економічних та правових засобів, способів та форм, за допомогою яких задовольняються інтереси суспільства, встановлюється і забезпечується правопорядок.

УДК 327.39

Давлєтова Г.В.<sup>1</sup>, Вельможко Л.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>асист. ЗНТУ

<sup>2</sup>студ. гр. ГФ-325 ЗНТУ

## **КОНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Місцеве самоврядування є багатограним та комплексним політико-правовим явищем, що може характеризуватися різнобічно. Аналіз Конституції України (1996 р.) дозволяє зробити висновок, що місцеве самоврядування як об'єкт конституційно-правового регулювання виступає в якості: по-перше, відповідної засади конституційного ладу України; по-друге, специфічної форми народовладдя; по-третє, права жителів відповідної територіальної одиниці (територіальної громади) на самостійне вирішення питань місцевого значення.

Повноваження місцевого самоврядування - це визначені Конституцією і законами України, іншими правовими актами права і обов'язки територіальних громад, органів місцевого самоврядування із здійснення завдань та функцій місцевого самоврядування.

Здійснення місцевого самоврядування в Україні забезпечується системою гарантій, під якими розуміють економічні, політичні та правові умови і засоби повної і ефективної реалізації територіальними громадами, органами місцевого самоврядування завдань та функцій місцевого самоврядування. Найважливіші правові гарантії місцевого самоврядування отримали закріплення в Конституції України та Законі «Про місцеве самоврядування в Україні».

Гарантіями організаційної самостійності місцевого самоврядування є: положення Конституції України про те, що органи місцевого самоврядування не входять до єдиної системи органів державної влади (ст. 5), а служба в органах місцевої самоврядування виступає самостійним видом публічної служби (ст. 38); віднесення питань обрання органів місцевого самоврядування, обрання чи призначення посадових осіб місцевого самоврядування до повноважень місцевого самоврядування; встановлена Законом «Про місцеве самоврядування в Україні» (ст. 71) заборона органам виконавчої влади та їх посадовим особам втручатися в законну діяльність органів та посадових осіб місцевого самоврядування, а також вирішувати питання, віднесені Конституцією та законами України до повноважень органів та посадових осіб місцевого самоврядування, крім випадків

виконання делегованих їм радами повноважень та в інших випадках, передбачених законом; встановлена Законом «Про місцеве самоврядування в Україні» (ст. 21) заборона обмежувати права територіальних громад на місцеве самоврядування за винятком умов воєнного чи надзвичайного стану.

Гарантіями фінансово-економічної самостійності місцевого самоврядування є: встановлення Конституцією України (ст. 142) матеріальної і фінансової основи місцевого самоврядування; положення Конституції України щодо захисту законом права комунальної власності на рівних умовах з правами власності інших суб'єктів (ст. 13); закріплення обов'язків держави фінансувати здійснення окремих повноважень органів виконавчої влади, наданих органам місцевого самоврядування (ст. 143 Конституції України) та компенсувати витрати органів місцевого самоврядування, що виникли внаслідок рішень органів державної влади і попередньо не забезпечені відповідними фінансовими ресурсами (ст. 67 Закону «Про місцеве самоврядування в Україні»); передбачена Законом «Про місцеве самоврядування в Україні» (ст. 61) заборона втручання державних органів у процес складання, затвердження і виконання місцевих бюджетів, за винятком випадків, передбачених законом; передбачений Законом «Про місцеве самоврядування в Україні» (ст. 62) обов'язок держави фінансово підтримувати місцеве самоврядування, брати участь у формуванні доходів місцевих бюджетів, здійснювати контроль за законним, доцільним, економним, ефективним витрачанням коштів та належним їх обліком, гарантувати органам місцевого самоврядування доходну базу, достатню для забезпечення населення послугами на рівні мінімальних соціальних потреб; передбачене Законом «Про місцеве самоврядування в Україні» (ст.ст. 68–70) право органів місцевого самоврядування мати позабюджетні кошти, встановлювати місцеві податки і збори, випускати місцеві позики, лотереї та цінні папери тощо.

Гарантіями захисту прав місцевого самоврядування є:

- передбачені Конституцією України обов'язковість до виконання на відповідній території актів органів місцевого самоврядування (ст. 144) та судовий порядок захисту права місцевого самоврядування (ст. 45);

- передбачене Законом «Про місцеве самоврядування в Україні» (ст. 71) право органів та посадових осіб місцевого самоврядування звертатися до суду щодо визнання незаконними актів місцевих органів виконавчої влади, інших органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій, які обмежують права територіальних громад, повноваження органів та посадових осіб місцевого самоврядування;

- встановлена Законом «Про місцеве самоврядування в Україні» (ст. 72) підзвітність і підконтрольність місцевих державних адміністрацій районним, обласним радам; передбачена Законом «Про місцеве самоврядування в Україні» (ст. 75) відповідальність органів та посадових осіб місцевого самоврядування перед територіальними громадами

## **СЕКЦІЯ «МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ»**

УДК 378.013.42

Зайцева В.М.

канд. пед. наук, проф. ЗНТУ

### **НАЦІОНАЛЬНА КУЛЬТУРА УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТВОРЧОЇ РЕКРЕАЦІЇ**

Національна культура – це продукт матеріальної та духовної праці певної нації, синтез культур її соціальних груп, верств, її історія, відносини, соціальна пам'ять та самосвідомість. Вона відрізняється своєрідністю, неповторністю мистецтва, звичаїв, традицій, господарювання, мислення, духовної і моральної сфери життя й діяльності. А під творчою рекреацією розуміється створення нових за задумом художніх, наукових і технічних цінностей: живопису, музики, літературних творів, вишивки, плетіння, ліплення, різьблення по дереву, гончарних виробів, конструювання тощо. Розвитку цих умінь сприяють будинки дитячої творчості та установи додаткової освіти з численними гуртками та клубами за інтересами, ремесел, центри народних промислів, центр сім'ї, міські культурні центри, музичні та художні школи, літературні клуби, танцювальні та хорові колективи і т. ін. Обидва поняття вміщують мистецьку складову, що дає підстави вважати можливість розвитку творчої рекреації на використанні національної культури.

Дослідження державної політики України у забезпеченні духовних потреб та національної культури населення показало, що на разі в Україні вступив у силу Закон України про культуру у новій редакції. Цим законом визначені терміни: вітчизняний (національний) культурний продукт; національно-культурна державна цільова програма; нематеріальна культурна спадщина. Законодавство України про культуру має на меті: забезпечення реалізації і захист конституційних прав громадян України у сфері культури – створення правових гарантій для вільного провадження культурної діяльності, свободи творчості, доступу до культурних цінностей, культурної спадщини та інформації про них, збереження і примноження національного культурного надбання. Серед основних засад державної політики у сфері культури є: визнання культури одним з основних факторів самобутності Українського народу – громадян України всіх національностей; захист і збереження культурної спадщини як основи національної культури; створення умов для творчого розвитку особистості, підвищення культурного рівня, пропагування української національної культури у всій її різноманітності за кордоном та світового культурного надбання в Україні; підтримка вітчизняного виробника у сфері культури; забезпечення розвитку

міжнародного культурного співробітництва; створення страхового фонду документації про культурні цінності та документів на об'єкти культурної спадщини.

Також позитивним є і наявність досвіду народознавчих об'єднань, які мають національну культуру, як основу для організації змістовного відпочинку. А ось сам відпочинок на такій основі має своїм змістом відродження та розвиток української національної культури, української мови, народних традицій та звичаїв, дослідження пам'яток духовної культури. Популяризацію зразків народної художньої творчості, декоративно-прикладного мистецтва. Розвиток громадської активності, формування організаторських та художньо-творчих навиків.

До особливо позитивних зрушень можна віднести розвиток руху етнічних фестивалів, що відбуваються в містах різних регіонів України. Згідно проведеного аналізу основних етнічних фестивалів, що відбуваються в містах різних регіонів України можна зазначити, що на разі міста проведення фестивалів стали центрами відпочинку, змістовного дозвілля, туристичними центрами. Це доводить їх можливість здійснювати рекреаційну функцію, яка базується на творчій основі що містить у собі національна культура.

Однак кожна громада повинна усвідомити, що у справі використання культурної спадщини, мистецтва, традицій для розвитку туризму існує багато конкурентів. Туристи мають багатий вибір і користуються ним. Основною «принадою» для них є реальність місця чи здійснюваної програми, їх зв'язок з традиціями, звичаями та обрядами народу, історичними подіями, народною культурою, видатними постатями, культурними явищами. Слід донести суть історичних подій, заволодіти увагою аудиторії так, аби вона відчувала задоволення, вдячність та усвідомила і оцінила побачене. Історичні місця слід відбудувати або реставрувати.

Популяризувати українську культуру можна через створення кулінарних гуртків навчання здорового харчування на основі традиційної національної української кухні. Творчі майстерні національного українського одягу можуть актуалізувати і у новій версії розробляти одяг і розкривати творчі здібності через пізнання національного орнаменту.

Організація відпочинку, розваг та свят на органічному сполученні сучасного українського мистецтва та його етнічної основи, на кшталт етно-дискотек сприятиме популяризації української культури серед молоді.

Етно-диско – це захід не тільки цікавого творчого відпочинку для молоді, що вміщує глибоке національне коріння у сучасній формі молодіжного сприйняття. Але засіб широкої можливості популяризації національної культури світові, а головне це організація не тільки змістовного дозвілля але й національне єднання.

## **ІГРИ З ПАРАШУТОМ ЯК СКЛADOBA АНІМАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ, НА ПРИКЛАДІ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОГО ЦЕНТРУ МЕНЛО ПАРК (САН-ФРАНЦИСКО, КАЛІФОРНІЯ, США)**

Спортивно-оздоровчі установи США забезпечують гарні умови для надання анімаційних послуг для дітей. Розглянемо спортивно-оздоровчий центр міста Менло Парк (Сан-Франциско, Каліфорнія, США). Він обладнаний залом для спортивної гімнастики, Для дітей є достатньо м'ячів, обручів, ключок, стрічок, „літаючих» тарілок, „парашутів». Усі зали обладнані музичними центрами.

Територія спортивного центру також містить у собі баскетбольний зал з висувною трибуною для глядачів, 25-метровий плавальний басейн із „жабником» і пляжем на території басейну, бейсбольне і футбольне поля, дитяче містечко з усілякими сходами, гірками, гойдалками. Для безпеки чотири тенісних корти спортивно-оздоровчого центру оточені парковими насадженнями.

У спортивно-оздоровчому центрі Менло-Парк з дітьми 3 – 7 років аніматори проводять ігри з застосуванням «парашута». Парашут – кругле, різнобарвне полотнище. У залежності від кількості гравців використовуються парашути різних розмірів, діаметром від 5 метрів до 15 метрів. Місце проведення: спортивний зал або спортивна площадка. Кількість дітей: 6 – 20. Розглянемо найбільш цікаві ігри.

«Будуємо будинок». Діти та аніматор, стоять обличчям у коло, тримають парашут за краї, перед собою, в опущених руках. По команді аніматора, діти піднімають руки вгору, проносять парашут над головою, опускають його за спину і сідають під парашут, на його внутрішній край. Утворюється купол, «будинок», усередині якого знаходяться діти. За завданням учителя, діти виконують різні завдання (називають кольору парашута, співають алфавіт і т.д.).

«Гірка». Діти і аніматор, стоять обличчям у коло, тримають парашут за краї, перед собою, в опущених руках. По команді аніматора, діти піднімають руки нагору, опускають його вниз перед собою, наступають на нього стопами або опускаються на коліна, у залежності від віку. Парашут утворює купол, «гірку». По сигналі, діти рухаються на «гірку, що утворилася», досягши центра, вони беруться за руки.

«Хмара». Діти і аніматор, стоять обличчям у коло, тримають парашут за краї, перед собою, в опущених руках. По команді аніматора, діти піднімають

руки нагору і по команді учителя відпускають краю парашута. Учитель не відпускає свій край парашута, злегка тягне його на себе, при цьому створюється ефект «хмари, що летить».

«Хвилі». Три дитини стають у центрі, на парашут, інші по краях, по команді аніматора діти створюють «хвилі», піднімаючи руки нагору-униз, Діти, що знаходяться в центрі парашута бігом чи стрибками намагаються пригорнути «хвилю» до підлоги або наступити на неї.

«Попкорн». На парашуті знаходяться різнобарвні м'ячі (3 – 5 маленьких середніх). По команді аніматора діти, тримаючи за краї парашута піднімають руки нагору – униз. М'ячики починають підстрибувати. Потім по команді аніматора діти синхронно піднімають руки нагору і м'ячики розлітаються з парашута в різні сторони.

Розминка з «Парашутом». Діти стоять по колу, тримають край парашута правою рукою. По команді учителя виконують ходьбу на носках, на п'ятах, ходьба махами, стрибки на двох, галоп, біг. По команді змінюють руки і виконують ті ж вправи в іншому напрямку. По команді аніматора зупиняються, повертаються обличчям у коло парашута і по команді прикладають край парашута до різних частин тіла. Наприклад: до колін, носу, голові і т.д. По команді аніматора, діти стають на улюблений колір парашута і виконують різні вправи.

«Наздожени кажана». Діти шикуються біля стіни в спортзалі. Учитель знаходиться на відстані 5 – 7 метрів від них, і тримаючи за край парашута двома руками, (парашут знаходиться за спиною аніматора), починає бігти до протилежної стіни залу. По команді діти починають бігти за аніматором-«кажаном», намагаючись піймати край парашута. Як тільки перший учень торкнеться парашута, аніматор зупиняється і починає гру спочатку.

«Назви ім'я». Діти і аніматор, стоять обличчям у коло, тримають парашут за краї, перед собою, в опущених руках. Учитель називає імена двох дітей, що знаходяться навпроти один одного, по команді аніматора граючі піднімають руки нагору і діти, яких назвав учитель повинні помінятися місцями, пробігаючи під куполом парашута.

Ігри з парашутом використовуються досить часто під час святкування Дня народження дітей. Тривалість ігор – 50 хвилин. Вартість від 100 доларів США. Ігри проходять жваво, на високому емоційному рівні.

Досвід організації анімаційних послуг у США можна використовувати в Україні, закладах відпочинку та оздоровлення дітей.

## АПІТУРИЗМ В УКРАЇНІ

Туризм є явищем, яке сприяє розвитку урбанізаційних процесів як в містах, так і у сільських районах. Поняття туристської урбанізації з однієї сторони визначає процес розвитку міст з домінуючою туристською функцією, а з другої – усі зміни, що відбуваються у сільських територіях під впливом туристського облаштування і туристського руху.

Носієм цих процесів є мешканці міст а також їх міграції між містами з метою відпочинку. Здійснюваний туристами трансфер капіталу з міст до сільської місцевості викликає багато змін як в межах села, так і на сільськогосподарських і лісових територіях.

Проблеми інфраструктури життєдіяльності сільських територій зумовлює актуалізацію загроз національній ідентичності, культурі і духовності, колискою яких є українське село. Для України, яка тримає Європейський шлях розвитку вартує застосування досвіду країн ЄС, так званої Європейської моделі сільського господарства яка ґрунтується на мультиструктурованості сільської економіки та передбачає, що окрім виробництва традиційної сільськогосподарської продукції (продуктів харчування, сировини для промислових підприємств і т.д.), сільські території розвивають сільський та екологічний туризм, народні промисли, що впливають на навколишнє середовище та соціально-економічні системи, які безпосередньо позначаються на конкурентоспроможності сільських територій.

Сучасний стан форм і методів організації сільського туризму в Україні не дає змоги отримувати відповідні економічні вигоди оскільки великими перешкодами залишається транспортна віддаленість осередків відпочинку, стан доріг, рекреаційна необлаштованість та обмежений пакет послуг. А також те, що зазвичай власники агроосель надають перевагу прямому продажу власного продукту й уникають посередництва як комерційних туроператорів, так і громадських організацій. Не прийнятий Верховною Радою України Закон «Про сільський зелений туризм», розроблений Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

Прадавні традиції бджільництва в Україні, а також рівень його сучасного розвитку обумовлюють високий світовий авторитет нашої держави у цій галузі. Апітуризм може стати одним з найбільш ефективних шляхів до створення міжнародного іміджу України як «медової» країни – для цього маємо усі необхідні чинники.

Бджільництво може стати тим потенційним ресурсом у формуванні дестинацій сільського зеленого туризму як екологічного лікувального продукту. Бджільництво стане своєрідним способом «прив'язки» трудових ресурсів до проживання й праці в сільській місцевості та відродження й активізації сімейного господарювання у сфері сільського туризму.

Продукти бджільництва: бджолина отрута, цілюща енергетика бджолиної сім'ї, через лікувальні властивості склали споживчий попит на відвідування пасік, які у свою чергу для цього вже мають власну інфраструктуру, як то – вулики, апікабінки та апіхатини. Це трансформує пасіку у нетрадиційну туристичну атракцію сільської дестинації, яка спеціалізується на такій потужній складовій лікувального туризму, як апітерапія.

Беручи до уваги той факт, що в Україні 580 тисяч пасік можна прогнозувати перспективний розвиток нетрадиційних апітуристичних дестинацій навіть на Сході України. Так, у Запорізькому краї ось уже 103 роки діє Товариство бджолярів яке налічує 600 членів і саме їм належить інноваційний шлях розвитку сільських територій та укріплення здоров'я суспільства шляхом створення кластеру бджільництва «Бджола не знає кордонів». Велика роль у створенні пасіки як туристичної атракції належить територіальній громаді, яка повинна усвідомити свою визначну роль носія української ідентичності, культури і духовності. А їх сільські туристичні дестинації – це додаткові можливості для популяризації української культури, поширення знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України, що заслуговує уваги усього світу.

УДК 338.43

Кукліна Т.С.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## ГАСТРОНОМІЯ ЯК ВИД МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

На сьогоднішній день важливою складовою індустрії туризму є харчування гостей. Знайомлячись з пам'ятками міста, екскурсанти одночасно хочуть знати про особливості національної кухні. Гастрономія є значущим ресурсом території, джерелом формування її ідентичності. Гастрономія в туризмі є найважливішою галуззю, яка має суттєвий вплив на соціальний та економічний розвиток країни. Просування різних варіантів харчування, дозволяє зберегти регіональну ідентичність території та підвищити її туристичну привабливість.

Об'єктами гастрономічного туризму є:

1. Країни, кухня яких має свої специфічні особливості.



2. Окремі регіони, відомі продуктами, виготовлення в цій місцевості.
3. Ресторани, що виділяються якістю і ексклюзивністю кухні, оригінальним меню.
4. Підприємства, відомі своєю кулінарною продукцією.
5. Установи, що надають освітні послуги за напрямками кулінарії і гастрономії.
6. Кулінарні заходи: фестивалі, ярмарки, свята, дегустації, майстер-класи, виставки, конференції.

Тому можна виділити підвиди гастрономічного туризму, культурно-пізнавальний, розважальний, діловий, освітній, рекреаційно-оздоровчий тощо.

Гастрономічні тури – спеціально розроблені тематичні програми. Вони можуть включати як дегустації вишуканої їжі, так і навчання в гастрономічних школах будь-якої спрямованості. У переддень розпалу туристичного сезону мандрівники діляться враженнями і марять про прийдешнє підкоренні незвіданого. Одні воркують про романтичні острови, інші мріють про ніжний сонце і теплого моря, а треті погладжують животи і готуються відправитися не просто на відпочинок, а в гастрономічний тур. Гастрономічні туристи представлені наступними категоріями населення:

- туристи, яким набрид звичайний туризм;
- туристи, які хочуть внести різноманітність у свій раціон;
- гурмани;
- туристи, чия робота пов'язана з приготуванням та вживанням їжі;
- представники туристичних компаній зацікавлені в організації власних гастротурів.

Дуже знамениті французькі, італійські, іспанські винні тури, що пропонують прогулянки по виноградниках, збір винограду, дегустацію вин, участь у традиційних винних святах. Ідеальним напрямком для винно-гастрономічних турів фахівці найчастіше називають Францію, де можна дізнатися рецептуру сирів, розібратися у відмінностях кон'яку і арманьяку, скуштувати найкращі сорти вин і використовувати в якості закуски не менш чудові і різноманітні продукти. Адже винний туризм вчить не тільки пити правильно, але і закушувати відповідно.

Пивні тури по Німеччині, Австрії, Чехії, Бельгії запам'ятаються любителям пінного напою не тільки різноманітністю його смаків та кольорів, але і відвідуванням пивоварень, знаменитих пивних барів та фестивалів.

Популярні сирні тури в Голландію, Швейцарію, Італію, де можна покуштувати сорти кращих сирів, відвідати сирний ярмарок.

В Японії туристам пропонується під керівництвом гастрогіда купити продукти для суші, які потім будуть приготовлені на очах мандрівника професійними кухарями.

Варто відзначити, що завдання гастрономічного туру полягає не тільки в бажанні насолодитися декількома екзотичними стравами, але і в пізнанні країни через смакові уподобання. Туристи, які вирушають у подорож, дізнаються і технології вирощування продуктів, особливості їх приготування і подачі до столу.

УДК 331.108.45

Патлах І.М.

канд. політол. наук, доц. ЗНТУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Навчання персоналу є найважливішою умовою функціонування будь-якого підприємства. Це особливо актуально в сучасних умовах, коли прискорення науково-технічного прогресу значно прискорює процес старіння професійних знань, навичок і умінь. Тому організація професійного навчання персоналу стала однією з основних функцій управління персоналом підприємства.

Навчання персоналу на туристичній фірмі є найважливішим засобом досягнення стратегічних цілей підприємства. Навчання всіх працівників фірми покликане сприяти успішному досягненню довгострокових і короткострокових цілей підприємства. Навчання персоналу є системно організованим процесом безперервного професійного навчання працівників для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників та вдосконалення соціальної структури персоналу. Навчання персоналу забезпечується заходами, пов'язаними з оцінюванням кадрів з метою виробничої адаптації та атестації персоналу, плануванням трудової кар'єри робітників і фахівців, стимулюванням розвитку персоналу тощо.

У туристичних організаціях професійне навчання містить у собі кілька етапів:

- визначення змісту програми;
- визначення потреб;
- формування бюджету навчання;
- визначення цілей навчання;
- вибір методів навчання;
- визначення критеріїв оцінки;
- оцінка ефективності навчання;
- професійні навички та знання.

Ключовим моментом в управлінні професійним навчанням є визначення потреб організації в цій області, яке полягає в виявленні невідповідності між вимогами до організації професійних навичок і знань своїх співробітників і тими знаннями і навичками, якими вони володіють.

Розрізняють три види навчання.

Підготовка кадрів – планомірне і доцільно впорядковане навчання й випуск кваліфікованих кадрів, які володіють сукупністю спеціальних знань, умінь, навичок і всіма засобами спілкування.

Підвищення кваліфікації кадрів – навчання кадрів з удосконалення знань, умінь, навичок та способів спілкування у зв'язку з зростанням вимог до професії, чи підвищенням на посаді.

Перепідготовка кадрів – навчання кадрів з єдиною метою освоєння нових знань, умінь, навичок та способів спілкування у зв'язку з заволодінням нової професією чи зміненіми вимогами до змісту та результатів праці.

Форми професійного навчання персоналу організації:

1. Навчання безпосередньо на робочому місці – інструктаж, учнівство (копіювання), ротація, наставництво, метод ускладнених завдань.

2. Навчання поза робочим місцем – лекція, розгляд практичних ситуацій (кейсів), ділові ігри, моделювання, тренінг сенситивності, рольові ігри, самостійне навчання, відкрите навчання та ін.

В процесі навчання персоналу особливу увагу слід приділити важливим умовам, врахування яких сприятиме підвищенню віддачі коштів, вкладених в навчання:

Ефективне навчання персоналу неможливе без діяльної підтримки вищого керівництва.

Підготовка і проведення навчання персоналу вимагає якомога більш повного обліку організаційних умов, здатних вплинути на його результати, і визначення шляхом підвищення віддачі від навчання.

Чим більш ретельно будуть визначені потреби в навчанні персоналу, тим краще зміст і форми навчання будуть співвіднесені з метою і задачами підприємства.

Висока віддача від навчання можлива лише в тому випадку, якщо підприємство триматиме під постійним контролем питання, пов'язані з ефективністю навчання своїх співробітників.

Отже, в умовах сучасного швидкого старіння теоретичних знань, умінь та практичних навичок спроможність організації постійно підвищувати фаховий рівень своїх працівників є одним із найважливіших факторів забезпечення конкурентоспроможності її на ринку, оновлення і зростання обсягів надання послуг.

## **РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ УКРАЇНИ ТА ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО ЇХ ВИКОРИСТАННЯ**

Туристична галузь має велике значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні, і відіграє ключову роль у створенні нових робочих місць, поповненні валютних запасів держави та посиленні її престижу і значення у світі. Інтенсивний розвиток сучасної туристичної індустрії, яка компенсує багато негативних факторів міського середовища вимагає пізнання практичного використання фундаментальних законів раціонального використання рекреаційних ресурсів. Це впливає з того, що хоч протягом історичного розвитку неодноразово змінювались сутнісні параметри пріоритетів у системі економіка – природа, проте протиріччя і породжені ними конфлікти залишалися. У цьому зв'язку потрібно шукати компроміс, який забезпечить спільний інтерес – збереження якості навколишнього середовища та розвитку туризму.

Україна має великі рекреаційні ресурси, до яких належать географічні об'єкти, що використовуються чи можуть бути використані для відпочинку, туризму, лікування, оздоровлення населення. Рекреаційні ресурси поділяють на природні та соціально-економічні. Природні рекреаційні ресурси – це природні умови, об'єкти, явища, які сприятливі для рекреації – відновлення духовних і фізичних сил, витрачених під час праці, навчання, творчості. Природні рекреаційні ресурси України різноманітні. Вся її територія знаходиться в смузі кліматичного комфорту. Україна має прекрасні умови для організації відпочинку на берегах і лиманах Чорного та Азовського морів, водойм і річок, у Кримських горах та Українських Карпатах.

До соціально-економічних рекреаційних ресурсів належать культурні об'єкти, пам'ятки архітектури, історії, археологічні стоянки, етнографічні музеї, місця, пов'язані з життям, перебуванням видатних учених, письменників, акторів, політичних діячів, викладачів, робітників, селян та ін.

Це унікальні ресурси для перспективного розвитку туризму, зон рекреації і курортів та найбільш збережена частина природного довкілля.

Площа освоєних та потенційних рекреаційних територій в Україні (без радіаційно забруднених) становить 12,8 % території країни і розподіляється відносно до природних особливостей саме рекреаційних регіонів: Карпатський, Придністровський, Дніпровський, Донецько-Приазовський, Поліський, Причорноморський. При визначенні цих регіонів враховувалися наступні фактори: геополітичне положення (розташування території, наявність трудових ресурсів, транспортних комунікацій, джерел сировини,

енергії, історія розвитку території, традиції та ін.), наявністю рекреаційних ресурсів, стан туристичної інфраструктури, попит на рекреацію та туризм, туристично-рекреаційна політика регіону.

Найголовнішим у ефективному використанні рекреаційних ресурсів є наявність туристичної інфраструктури. Це готелі, мотелі, будинки відпочинку, пансіонати, санаторії, заклади харчування, транспортні засоби, заклади для розваг, атракціони та ін. Тут доцільно відзначити що на початок 2014 р. в Україні налічується 2644 підприємств готельного господарства загальною кількістю 69237 номерів. За результатами дослідження кількість підприємств готельного господарства складатиме в 2016 р. близько 4388. Таким чином готельний бізнес розвиватиметься й надалі, відкриваючи при цьому малі готелі та підприємства готельного типу: кемпінги, хостели, туристичні бази.

Рекреаційні можливості України характеризуються також наявністю санаторно-курортних та оздоровчих закладів різної відомчої підпорядкованості та форм власності, в тому числі: санаторії та пансіонати з лікуванням – 320 од., санаторії-профілакторії – 118 од., будинки та пансіонати відпочинку – 90 од., бази та інші заклади відпочинку – 1014 од., дитячі оздоровчі табори – 13977 од.

Отже, Україна має всі необхідні умови для розвитку реакційного комплексу, а також всі види ресурсів, що дозволяє всебічно його розвивати. Завдяки різноманітним ресурсам рекреаційний комплекс України є багатофункціональним. Його діяльність дає можливість оздоровити великі маси населення і в той же час зробити значний внесок до національного доходу.

Варто відмітити, що основні проблеми щодо ефективного використання рекреаційних ресурсів України полягають у досягненні максимально повного задоволення потреб населення у повноцінному оздоровленні та лікуванні, охороні і відновленні рекреаційних ресурсів та зростанні якості послуг у цій сфері, які на даний час перебувають у незадовільному стані.

Перспективи розвитку рекреаційного комплексу України потребують залучення додаткових інвестицій в оновлення інфраструктури, що працює на потреби рекреаційного комплексу; інтенсивного розвитку туризму та індустрії відпочинку і оздоровлення в цілому; збільшення питомої ваги рекреаційної сфери у зростанні національного доходу країни, адже природні рекреаційні ландшафти спостерігаються майже на 40 відсотках території України.

## ЧИННИКИ В ДИЗАЙНІ МУЗЕЇВ

Чим більше можливостей для безперешкодного огляду об'єкта надається відвідувачеві, тим більше уваги отримує цей об'єкт. Тут існують, принаймні, три чинники: рівень освітлення, візуальні перешкоди і візуальні екрани. Якщо рівень освітлення може бути настільки низький, що відвідувачі не можуть розглянути об'єкт за 15 – 20 хвилин. В експозиції з низьким рівнем освітлення дуже мало відвідувачів. Візуальні перешкоди включають в себе тверді бар'єри, скелі, дерева та інші об'єкти, які блокують лінію видимості між відвідувачем і об'єктом. До візуальних екранів відносяться паркани, скляні вітрини, які створюють відблиски і заважають чітко уявити музейний предмет. Ліквідація цих перешкод надасть безперечний приріст відвідувачів і збільшення часу огляду об'єкта.

Певну роль у огляді музейних експонатів відіграє чинник близькості. Чим менше відстань між відвідувачем і об'єктом, тим частіше візитери зупинятимуться біля експоната, це так само збільшить час огляду.

Положення експоната по відношенню до відвідувача впливає на час, проведений біля нього. В даному випадку враховується рівень очей відвідувачів і точка огляду експозиції. Тривалість перегляду збільшується, якщо розстановка предметів буде відцентровою. Крім того, верхні позиції рядів об'єктів утримують більше уваги, ніж нижчі позиції.

Більш «реалістичний» експонат сприймається більш позитивним. Існує спостереження, що чучела тварин сприймалися краще, коли вони були показані в природних умовах.

Поняття «сенсорна конкуренція» включає в себе наявність поруч експонатів, які візуально конкурують між собою. І навпаки сприйняття виставки відвідувачем знижується, якщо вітрини розміщені по обидва боки від входу.

Глибина розташування об'єкта виставки може вплинути протилежно тому, що було задумано. Відвідувачі насправді можуть дізнатися більше про експонат, який не був втоплений в глибині залів.

Демографічні характеристики: вік, стать, соціально-економічний статус, рівень освіти і навіть етнічні чинники можуть впливати на реакції відвідувачів виставки.

Особливі інтереси відвідувачів притягують і утримують їх погляди. Результати досліджень свідчать про те, що особливі інтереси (симпатії і антипатії) є важливими прогностичними факторами поведінки гостей.

Музейна втома. Відвідувачів все менше і менше цікавлять виставки, де об'єкти в більшості своїй схожі між собою.

Повною мірою на сприйняття впливають інстинктивні почуття, наприклад, краси або небезпеки. Люди схильні довго дивитися на відразливих змій з побоюванням, навіть якщо вони взагалі не становлять загрози.

Соціальний вплив. Поведінка одних людей впливає на поведінку інших. Люди, як правило, щоб відповідати поведінці інших, наслідують їх. Наприклад, відвідувачі коректують свою швидкість ходьби в натовпі або певному залі. Людей приваблює натовп, який відчуває інтерес до чогось або тіснить інших.

Всі перераховані вище аспекти і норми впливають на дизайн експозиційних залів.

УДК 368. 042

Шевченко О.В.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ ТУРИСТІВ ЯК ЗАПОРУКА БЕЗПЕЧНОЇ ПОДОРОЖІ**

В Україні страхові медичні послуги для туристів мають молодий «вік» і свої особливості. По-перше, вітчизняні страхові компанії пропонують як дешеві групові страхові поліси (для групи туристів), так і дорогі страхові поліси з максимальним страховим покриттям.

По-друге, український турист купує страховий поліс тому, що «так потрібно». Це підтверджують й опитування, що проводилися серед туристичних фірм щодо необхідності забезпечення страховим захистом туристів: 67 % респондентів (туристичних фірм) назвали основною причиною включення страхових послуг до туристичного пакета вимоги чинного законодавства, 28 % вважають це необхідним елементом гарантування безпеки туристів і тільки 5 % зазначили посилений інтерес туристів до страхового захисту. Лише 15 % туристів, згідно з опитуванням, виявляють бажання застрахувати інші ризики, які не підлягають під регламентацію обов'язкового страхування.

По-третє, у більшості випадків туристи не приділяють значної уваги умовам страхування, вибір страхових програм переважно здійснює туристична фірма, керуючись при цьому дешевою ціною. В Україні туристичні фірми купують страхові поліси, в яких страхова сума встановлена до 5 – 10 тис. євро чи доларів, страховий платіж є низьким. При купівлі туристичної путівки ціна страхового поліса, як правило, вже входить у

загальну вартість, тому мало хто із застрахованих осіб (туристів) замислюється над тим, які ризики покриває страховий поліс.

По-четверте, страхові компанії, співпрацюючи з туристичними фірмами, зіштовхуються з певними проблемами: невміння представників туристичних фірм пояснити туристу механізм дії страхового поліса; низька страхова культура менеджерів туристичних фірм, які здійснюють оформлення страхових документів; несвоєчасне надання у страхову компанію інформації про застрахованих осіб; борги перед страховиками внаслідок банкрутства туристичних фірм.

По-п'яте, поширеними є недобросовісні дії (шахрайство) як із боку страховиків, так і з боку застрахованих осіб. Недобросовісні дії страховиків є такими: пропонують клієнтам страховий поліс за дуже низькою ціною (6 грн.), а у договорі може зазначатися, що, перебуваючи за кордоном, турист самостійно покриває медичні витрати на значну суму (до 4 тис. дол.); у договорі страхування визначено великий перелік винятків із страхових випадків, що робить практично неможливим страхове відшкодування; трапляються й випадки, що страхові компанії обіцяють повернення страхових премій, якщо страховий випадок не настав. З боку застрахованих осіб: використання фальшивих страхових полісів, фальсифікація випадків, які сталися із застрахованими особами, завищена вартість медичних послуг.

Розмір страхового внеску залежить від декількох факторів:

- від терміну перебування за кордоном – чим триваліший термін, тим нижчий страховий внесок у день на людину (менше 1 дол. США на день);

- від країни в'їзду – вартість страховки при поїзді, наприклад, у США, Канаду чи Австралію, є вищою, ніж в інші країни;

- від кількості людей у туристській групі – для групи (від 6 осіб) застосовується дешевший, груповий, тариф, а якщо родина подорожує разом, тоді застрахованими повинні бути всі її члени;

- від ступеня ризику – страховий внесок зростає, якщо страхують підвищені ризики (наприклад, для туристів, які виїжджають кататися на гірських лижах і займатися іншими видами активного відпочинку, базовий тариф зросте в середньому вдвічі);

- від віку туристів – страховий внесок для туристів віком до 21 року буде меншим від звичайного базового тарифу, для туристів, старших 65 років, тариф звичайно збільшується вдвічі, старших за 70 років – утричі (туристи, старші 80 років, не підлягають страхуванню).

Обов'язкове (медичне та страхування від нещасних випадків) страхування здійснюється один раз на весь період туристичної подорожі. Страхуванню повинні підлягати як туристи, так і особи, що їх супроводжують.



Договір страхування укладається на строк перебування застрахованої особи за кордоном. Дія договору страхування поширюється на іноземні держави та не діє на території країни постійного проживання. Як правило, договір набирає чинності з 00.00 годин доби, зазначеної як дата початку дії договору, але не раніше моменту перетину державного кордону України, за умови, що страхова премія сплачена повністю.

До страхових подій належать короткочасні, несподівані та ненавмисні захворювання і тільки в місцях, передбачених туристичною путівкою (туристичним маршрутом).

УДК 331.103

Мамотенко Д.Ю.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

В даний час українські туристичні підприємства знаходяться в складних умовах мінливої ринкової ситуації, тому вони повинні концентрувати свою увагу не тільки на основному виді діяльності, але й розробляти оптимальну кадрову стратегію, тому що персонал є ключовим чинником, який визначає успіх будь-якої організації.

Стратегічне управління персоналом реалізується за допомогою кадрової стратегії, яка полягає у визначенні шляхів розвитку компетенцій персоналу організації і покликана пов'язати між собою численні аспекти управління персоналом для стимулювання і оптимізації їх впливу на працівників, особливо їх трудові якості, кваліфікацію і створення єдиної, відповідної конкретній цільовій групі політики управління персоналом.

Стратегія управління персоналом, спрямована на досягнення конкретних цілей організації, визначає основні напрями роботи, містить терміни і показники, за якими оцінюється ефективність її реалізації. Виділяють наступні напрями кадрової стратегії в організації: організація відносин та зв'язків з ринком праці і внутрішньо-фірмовими трудовими ресурсами; вибір і реалізація стилю управління кадрами, організація горизонтальної кооперації; організація робочого місця та умов праці; розробка політики визнання особистих успіхів у праці; вибір оптимальної системи оплати праці; розробка політики підготовки і підвищення кваліфікації персоналу; розробка комунікаційної політики.

В основі стратегії управління персоналом лежить загальна стратегія розвитку організації. Як і стратегія розвитку туристичного підприємства, стратегія управління персоналом розробляється з урахуванням внутрішніх

ресурсів, традицій підприємства і можливостей, що диктуються зовнішнім діловим середовищем. Найефективнішим з них є формування стратегії управління персоналом засобом «зверху-вниз», де домінуюча роль в розробці кадрової стратегії належить вищому керівництву, яке спочатку визначає загальну стратегію управління персоналом організації, а потім стратегії для кожного конкретного підрозділу організації. Даний підхід формування кадрової стратегії в сучасних умовах має переваги: висока якість оцінки зовнішнього ділового середовища і визначення тенденцій та динаміки; зв'язок із загальною стратегією розвитку компанії; визначення пріоритетів, актуальних для всієї організації.

Громова О.Н. визначає стратегію управління персоналом як довгостроковий якісно визначений напрям в роботі з персоналом, який передбачає розробку послідовності прийнятих рішень для досягнення системою управління персоналом поставлених цілей. В даній роботі дається класифікація стратегій управління персоналом: стратегія підприємництва, стратегія динамічного зростання, ліквідаційна стратегія, стратегія кругообігу (циклічна), стратегія прибутковості.

Практика функціонування українських туристичних підприємств свідчить про ситуацію, коли загальна стратегія являє собою комбінацію різних варіантів стратегій, спираючись на значимість і очікуваний результат кожної. Для вітчизняних підприємств, що функціонують в нестабільних ринкових умовах і схильних до впливу безлічі кризових факторів характерною є комбінація елементів наступних видів стратегій: підприємницької стратегії та циклічної стратегії. В залежності від обраної загальної стратегії формується кадрова політика, яка припускає рішення наступних задач:

1. Формування команди адаптивних менеджерів, які здатні розробити і реалізувати програму виживання і розвитку туристичного підприємства.

2. Виявлення та збереження ядра кадрового потенціалу туристичного підприємства, тобто менеджерів, спеціалістів і робочих кадрів, що представляють особливу цінність для нього.

3. Реструктуризація кадрового потенціалу у зв'язку: з організованими перетвореннями в ході реструктуризації; з реалізацією інноваційних процесів; з повною реорганізацією.

4. Зниження соціально-психологічної напруженості в колективі.

5. Забезпечення соціального захисту та працевлаштування вивільнених працівників.

Туристичне підприємство, залежно від рівня стабільності свого становища, може реалізовувати наступні кадрові стратегії: відкрита кадрова стратегія, що передбачає формування кадрів за рахунок зовнішніх джерел;

закрита кадрова стратегія, що передбачає комплектування кадрів за рахунок внутрішніх джерел.

Відкрита кадрова стратегія використовується керівництвом при нестійкому положенні підприємства, коли втрачено висококваліфіковані кадри, а внутрішні трудові ресурси не відповідають професійним вимогам.

Закрита кадрова стратегія реалізується при наявності ядра висококваліфікованих працівників, здатних до підвищення свого професійного рівня та адаптації до нових умов діяльності організації.

Таким чином, знаходження оптимального співвідношення між стратегією розвитку самого туристичного підприємства і кадровою стратегією відповідно наявним ресурсам, компетенції персоналу, його ідеями, амбіціями, ініціативністю є ключовим чинником, що визначає конкурентоспроможність і ефективність функціонування в сучасних умовах. Процес реалізації кадрової стратегії туристичного підприємства раціонально організувати на рівні чотирьох основних напрямків управління персоналом: аналіз поточної величини трудового потенціалу підприємства, управління рухом персоналу, реалізація професійних і творчих здібностей працівників підприємства та розвиток персоналу. При цьому найбільш ефективним інструментом реалізації є цільові програми діяльності служби персоналу.

УДК 65.018.02

Корнієнко О.М.

канд. екон. наук., доц. ЗНТУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ**

Останніми роками готельний ринок характеризується зростанням пропозиції при одночасному скороченні попиту на послуги розміщення. Таке положення, як неважко здогадатися, що може призвести посиленням конкуренції, що і без того не давала спокійно спати власникам готельних комплексів впродовж останньої чверті двадцятого століття.

Одним з основних напрямів формування стратегічних конкурентних переваг в готельному бізнесі є надання послуг вищої якості в порівнянні з конкуруючими аналогами. Ключовим тут є надання таких послуг, які задовольняли б і навіть перевершували чекання цільових клієнтів.

Внаслідок системного аналізу сучасного стану та перспектив розвитку готельного туризму в Україні, а також основних показників діяльності готельного комплексу «Пересип» у сфері надання туристичних та готельних послуг, можна зробити певні висновки.

Послуги готельного комплексу пов'язані з забезпеченням «гостинності» клієнтам, що проводять тривалий час під його дахом.

Готельний бізнес – один з найперспективніших напрямів бізнесу в Україні, який успішно розвивається. Особливістю цього бізнесу є орієнтація на кращі сервісні стандарти і стрімкий перехід до них. І як кожен бізнес – готельний бізнес прагне до збільшення доходу і шукає інструменти та ефективні шляхи для досягнення бажаного фінансового результату.

Готельний комплекс «Пересип» є сучасним в європейському стилі на 85 номерів.

В останні роки ринок готельного бізнесу України характеризується зростанням пропозиції при одночасному скороченні попиту на послуги розміщення.

Такий стан речей посилює конкуренцію. Тому одним з найважливіших напрямків для готельного комплексу «Пересип» в умовах суворой досконалої конкуренції на ринку готельних послуг є формування стратегічних конкурентних переваг та надання послугам більш високої якості. Ключовим фактором тут є надання таких послуг, які задовольняли б і навіть перевершували очікування цільових клієнтів.

Взірцем для переймання досвіду в готельному комплексу «Пересип», безумовно, є західні готелі зі злагодженою структурою внутрішньої організації роботи.

В процесі проведення аналізу фінансового стану досліджуваного підприємства було виявлено: чистий прибуток виріс у 2015 році в порівнянні з 2013 – 2014 рр. Разом з тим вся рентабельність у підприємства позитивна, доводить ефективність його діяльності.

У цілому досліджуване підприємство є фінансово стійким, перспективним, що динамічно розвивається. Однак необхідно прагнути до ще вищого рівня. Тому підприємству необхідно розробляти методи для зміцнення фінансової бази і перетворювати їх у життя.

Головним змістом формування стратегії розвитку готельного комплексу «Пересип» є визначення перспективних напрямів господарської діяльності на основі постійного моніторингу підприємницького середовища, органічного оволодіння стратегічним мисленням та методами управління, розрахованими на перспективу.

Отже, основними напрямками вдосконалення діяльності готельного комплексу «Пересип» можна вважати: спеціалізацію пропозиції на наданні послуг високої якості; диверсифікацію готельних послуг, зокрема у напрямі розширення асортименту додаткових послуг (фітнес, СПА, салон краси); заміна системи харчування на шведський стіл; відповідність усіх сфер діяльності готелю певній обраній концепції.

Таким чином, в умовах сучасного ринку, жорстокій конкуренції організацій готельного бізнесу важливим напрямом діяльності готельних комплексів є вивчення і вдосконалення якості готельних послуг, забезпечення стабільної і ефективної діяльності готельного комплексу, направленої на збільшення ринкової долі і розширення цільових аудиторій. Вдосконалення якості готельних послуг, розширення їх асортименту є на сьогоднішній день завданням, необхідним для успішного ведення бізнесу.

УДК 338.48

Шелеметьєва Т.В.

канд. екон. наук., доц. ЗНТУ

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Сьогодні туризм виступає однією з високодохідних галузей господарювання, яка в сучасних умовах глобалізації безперервно та динамічно розвивається, сприяючи вирішенню цілого комплексу життєво важливих соціально-економічних проблем.

Сучасне ринкове середовище характеризується змінюваністю економічних параметрів, нестабільністю, тому в таких умовах головною проблемою стає здатність підприємства пристосовуватись до змін у середовищі, тобто розвиватись у відповідності з цими змінами. Тільки розвиваючись, підприємство може досягати основної мети своєї діяльності – отримувати прибуток, зберігаючи конкурентоспроможність.

Перспективні конкурентні можливості відкриваються для будь-якого підприємства в будь-якій ситуації, але для того щоб ними скористатися підприємство повинне мати стратегію свого розвитку.

Для розвитку туристичної сфери в Україні існують усі передумови. Так, маючи вигідне геополітичне розташування, Україна володіє значним рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, різноманітним рельєфом, мережею транспортних сполучень, культурною спадщиною тощо. Крім цього, в Україні дедалі частіше розробляються нові маршрути, розвивається готельна інфраструктура, підвищується рівень обслуговування туристів і зростає відвідуваність туристичних об'єктів. У сукупності ці передумови й сприяють динамічному розвитку туристичного бізнесу в Україні.

У сучасних умовах глобалізації економіки туристична галузь потребує стратегічного розвитку і розробки універсальної схеми формування стратегії розвитку туризму.

У процесі еволюції поняття «стратегія» набуває більш широкого значення. Існують такі варіанти визначення цього поняття: 1) набір правил для прийняття рішень; 2) дії, модель дій, програма; 3) детальний усебічний комплексний план; 4) комплекс прийнятих рішень; 5) система установок і заходів; 6) довгостроковий якісно визначений курс, напрям розвитку організації; 7) набір напрямів діяльності; 8) функціональний засіб; 9) система довгострокових цілей, перспектива та ін.

Аналіз концептуальних підходів свідчить, що поняття «стратегія» найчастіше трактується як генеральна модель дій, які потрібно здійснити для досягнення бажаних результатів, цілей.

Стратегія розвитку є специфічним товаром: вона не має речової форми, невловима і за даними ознаками може бути віднесена до послуг. Разом з тим на відміну від послуги, яка невіддільна від продавця, стратегія може бути спожита покупцем без участі суб'єкта, який її продав.

Стратегія розвитку туризму може бути визначена як комплекс рішень, спрямованих на визначення перспектив, пріоритетів і напрямів розвитку туристичної галузі, формування та ефективне використання потенціалу, забезпечення динамічного і сталого розвитку галузі. Стратегія розвитку повинна сполучати в собі інтереси галузі й суспільства, об'єднувати зусилля держави та підприємницького сектору для вирішення перспективних економічних завдань галузі. У туристичних дослідженнях останніх років детально розглядають найбільш розповсюджені типи базових стратегій розвитку туризму та пропонується використовувати такі стратегічні підходи: стратегію кардинальної зміни, стратегію збереження зростання, стратегію досягнутого росту, стратегію виборчого росту. Вибір того чи іншого стратегічного підходу як базового залежить від результатів, отриманих на стадії стратегічного аналізу та запланованих цілей.

Стратегія розвитку туризму має послідовно формуватися за певними етапами, або стадіями: інтелектуальна стадія, діагностичний етап, аналіз стратегічних альтернатив і вибір найдосконалішої з них, реалізація стратегії, оцінка та контроль за реалізацією стратегії.

Реалізація стратегії розвитку туризму сприятиме: визначенню ряду найпривабливіших для іноземних відвідувачів туристично-рекреаційних пропозицій; створенню сучасної матеріально-технічної інфраструктури туристичного бізнесу; поліпшенню транспортної інфраструктури прикордонної зони, в зонах автомобільних шляхів та міжнародних транспортних коридорів, а також їх облаштування усіма необхідними об'єктами; розвитку інформаційної інфраструктури туристичного бізнесу, яка має включати: створенню й підтримку постійно діючого та постійно поновлюваного веб-сайта з туристичними пропозиціями регіонів України; зростанню частки туризму і курортів у формуванні внутрішнього валового

продукту; створенню умов для розвитку окремих територій, своєчасного і комплексного розв'язання проблем охорони навколишнього природного середовища; відродженню національної культури та народних ремесел та ін.

УДК 327.5:379.85

Гресь-Євреїнова С.В.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **МУЗЕЙНИЙ МАКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

Використання сучасних інформаційних та технічних можливостей у другому десятилітті XXI ст. стало необхідною умовою для комерційної успішності музеїв. Наприкінці 90-х рр. XX ст. – 10-і рр. XXI ст. з'явилися перші музейні сайти, до обігу були введені аудіогіди, 3D панорами, голографічні інновації та розпочато комп'ютерний облік фондів колекцій. На жаль у музеях України впровадження інноваційних технологій затрималось на тридцять – п'ятьдесят років. Також відсутність спеціальних праць з вивчення цієї проблематики гальмує наукові студії.

Збільшення кількості відвідувачів у вітчизняних музеях неможливе без покращання музейного сервісу, підвищення якості музейних послуг, що зокрема пов'язано з технічними та технологічними інноваціями в музеях. Тому дуже важлива робота над «просуванням» музею в соціальних мережах, і як наслідок залучення молоді до музею. Social media marketing (SMM) – процес залучення трафіку або уваги до бренду або продукту через соціальні платформи. Це комплекс заходів щодо використання соціальних медіа в якості каналів для просування компаній та вирішення інших бізнес-завдань. Основний акцент в SMM робиться на створенні контенту, який буде поширюватись через соціальні мережі самостійно, вже без участі організатора. Вважається, що повідомлення, які передаються з соціальних мереж, викликають більше довіри у потенційних споживачів послуги.

Маркетинг в соціальних мережах включає в себе безліч методів роботи. Найпопулярніші з них – це побудова спільнот бренду (створення представництв компаній в соціальних медіа), робота з блогосферою, репутаційний менеджмент, персональний брендинг і нестандартне SMM-просування. SMM-просування – процес дуже динамічний, тому потрібно постійно стежити за мінливими інтересами аудиторії і появою нових трендів. Прийнято вважати, що при просуванні бренду, одного SMM недостатньо, найбільш ефективно поєднувати його з SEO – комплексом заходів для підняття позицій свого ресурсу за певними пошуковими запитами і який і є пошуковою оптимізацією веб-сайту. Оптимізація – в більш широкому сенсі слова вибір найкращого варіанта з безлічі можливих. Важливо відзначити,

що SMM застосовується не тільки на товари і послуги. Активно використовують SMM-технологію засоби масової інформації. Вони створюють свої акаунти в соціальних мережах, розміщують свій контент і тим самим збирають передплатників (читачів свого продукту). Контекстна реклама – принцип розміщення реклами, коли реклама орієнтується на зміст Інтернет-сторінки вручну або автоматично, може бути у вигляді банера чи текстового оголошення. Принцип контекстної реклами характерний також для друкованих ЗМІ, де відповідно до змісту матеріалів чи тематики видання публікується та чи інша інформація. Однією із переваг контекстної реклами є геотаргетинг (англ. Geotargeting), можливість обирати географію показу сторінок. Також застосовується рамкові обмеження по часу показу. Окремий тип контекстної реклами – пошукова реклама, розміщується у пошукових системах. Коли користувачі здійснюють пошук за одним із ключових слів, об'ява може з'являтися поруч із результатами пошуку. Таким чином привертається увага аудиторії, яка вже зацікавлена в тому, що пропонує рекламодавець. Одна з особливостей пошукової реклами – самостійно назначати ціну «за клік». Чим менше ми оплачуємо клік, тим нижче в боковому розміщенні вона знаходитиметься. При чому, кількість позиції на першій сторінці пошуку, при великій конкуренції, може обмежуватись до 5 – 7 позиції, наступні об'яви розташовуватимуться на додаткових сторінках. Запити в пошукачах та система блоків контекстної реклами на інших сайтах пов'язані між собою. Певний час вона показуватиме на сторонніх сторінках об'яви, відповідні до недавніх пошукових запитів. AdWords – сервіс контекстної реклами від компанії Google, орієнтований на рекламодавців. Надає зручний інтерфейс і набір інструментів для створення ефективних рекламних оголошень. AdWords – флагманський рекламний проект Google та основне джерело прибутків компанії. З програмою AdWords рекламодавець може вибрати місце показу оголошення, установити прийнятний бюджет, оцінити ефективність оголошення. Оголошення відображаються на веб-сайті Google і на сайтах партнерів компанії, учасників програми AdSense, причому враховуються зацікавлення користувачів Інтернету при показі реклами. Якщо встановлено ставку ціни за клік, рекламодавець сплачуватиме лише в разі натискання на оголошенні. Статистика облікових записів Google AdWords відображається в звітах на рівнях рекламних компаній, груп оголошень, ключового слова або сайту. Вона включає:

- кількість кліків (clicks);
- показів (impressions);
- рейтинг кліків (CTR);
- середню ціну за клік або за тисячу показів (average CPC or CPM);
- вартість (cost);
- середню позицію (average position);



- показник переходів (conversion rate);
- співвідношення між вартістю і переходом (cost-per-conversion).

Рекламодавець може сам створювати звіти з цікавою для нього статистикою від рівня компанії до рівня сайту. Також можна скористатися сервісом Google Analytics, який аналізує, які сторінки відвідують читачі на сайті веб-видавця. Таким чином, Google AdWords надає всі необхідні інструменти і формує дані, що дозволяють контролювати і змінювати хід рекламної компанії для покращення її ефективності.

УДК 327.5:379.85

Зацепіна Н.О.

канд. пед. наук, доц. ЗНТУ

## **РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ (SOCIAL MEDIA) В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

Сьогодні Інтернет стає каталізатором економічного зростання, відкриваючи безмежні простори для економічної активності, освоєння нових ринків і аудиторій, як для бізнесу, так і для некомерційного сектора. Аудиторія Інтернет – це найбільш активна частина працездатного населення в світі, орієнтована на розвиток прогресу і інновацій. Більше 80 % Інтернет-аудиторії користується найбільшими і відомими Інтернет-порталами. Одне з визначень поняття соціальна мережа (Social Media) говорить, що це сайт розрахований на багато користувачів, який наповнюється інформацією самих учасників.

Найбільш популярними формами спілкування в мережі є форуми, блоги, між учасниками поступово встановлюються соціальні зв'язки. Зараз з'явилася велика кількість подібних сайтів, в яких зареєстровано величезне число користувачів різного віку і соціального рівня. Соціальні мережі, такі як «Однокласники», «В контакті», «Мій світ» і т.п. доступні практично всім. Сайти дозволяють обмінюватися різною інформацією: це фотографії, відео ролики, прослуховування улюбленої музики. Варто також відзначити, що соціальні мережі дуже потужний двигун різної реклами. У наш час вони є дуже перспективними для розвитку різних галузей економіки, в тому числі і такої галузі як індустрія туризму.

Широке застосування Інтернет-технологій стає однією з найактуальніших завдань у розвитку індустрії туризму. Інтернет поступово займає все більш значимий сегмент туристського ринку. Турфірми, перевізники, готельні мережі та інші компанії об'єднуються в Мережі і пропонують можливості онлайн-бронювання. У свою чергу мандрівники все

частіше не тільки шукають тут інформацію про готелі і місця відпочинку, а й самостійно бронюють всі необхідні послуги.

За 2014 рік кількість відвідувачів сайтів найбільших агентств Expedia і Thompson зросла на 80 % – обидва роблять ставку на онлайн-бронювання квитків, готелів та інших туристичних послуг. За останніми даними, пошукові системи щомісяця обробляють близько 400 млн. запитів на туристську тематику. У Великобританії близько 40 млн. жителів повністю або частково формують свої подорожі за допомогою Інтернету, повідомляє [travelindustrydeals.com](http://travelindustrydeals.com). Дослідження EyeforTravel за 2010 – 2015 рік також показують значне зростання інтересу до онлайн-бронювання в Центральній і Східній Європі. Так, в Чехії за останні два роки кількість заброньованих через Інтернет туристських послуг зросла в два рази. У Словенії та Словаччині зростання склало 50 %. Згідно з даними Euromonitor International, в 2015 році в країнах Євросоюзу туристський ринок в Інтернеті виріс на 20 % і досяг обороту в 68,7 млрд. євро.

Помітне розвиток відбувається в мобільних технологіях. З'являються можливості подкаст-путівників в будь-якому доступному місці, все простіше забронювати квиток або готель в бездротових системах онлайн-бронювання. Про те, що тема розвитку туризму в Інтернеті стає все більш актуальною, говорить той факт, що на професійній туристської виставці World Travel Market (WTM), яка проходить в Лондоні, окрема секція Technology & Online Travel Sector присвячена Інтернет-рішень в галузі туризму.

В даний час спостерігаються два основних способи використання мережі Інтернет туристичними фірмами: реклама туристських послуг і іміджу фірми на власних або чужих Інтернет-сторінках; продаж туристських послуг через Інтернет-сторінки (Інтернет-магазин).

Таким чином, сучасні Інтернет-технології дозволяють туристської організації: розширити діапазон послуг, що надаються клієнту; підвищити оперативність роботи і знизити витрати; більш ефективно взаємодіяти з партнерами; використовувати мультимедійні рекламно-інформаційні продукти; отримати доступ до великих інформаційних ресурсів.

Говорячи про український ринок інформаційних технологій, важливо відзначити, що сьогодні він знаходиться на тій стадії, коли більшість турфірм готові надати всю необхідну клієнтові інформацію в режимі онлайн, а український споживач підготовлений до використання Інтернет-технологій в своїх цілях, частка потенційно платоспроможних користувачів Мережі становить близько 70 %. Були проведено соціальне опитування, і питання про те «Як Ви вибираєте можливість здійснення туристичної поїздки?» (всього віддано 193 голосів) дав наступні результати: за рекомендаціями друзів, в тому числі в соціальних мережах – 36,23 %; періодично переглядаю сайти

турфірм – 26,12 %; виходжу на турфірму через гарячі путівки – 5,37 %; з реклами в ЗМІ – 12,90 %; як доведеться – 19,35 %.

Для розкрутки певного туристського об'єкта маркетологу необхідно зробити добірку конкретних спільнот і працювати з ними. Ще не так давно досить було мати свій сайт, реклама в Інтернеті поширювалася з нього. Залежність будувалася по ланцюжку: компанія – сайт – цільова аудиторія. Сьогодні багатомільйонна армія споживачів отримують інформацію в Social Media. Заходячи на який-небудь сайт і бачачи значок Facebook, Twitter, Вконтакте, Інтернет-користувачі переходять на сторінку цієї організації в соціальній мережі. Це дуже зручно, адже користувач, перебуваючи на одному сайті знаходить все, що його цікавить, може залишати коментарі, обмінюватися думкою і інформацією, робити «перепост» інформації на свою сторінку, де бачать інші користувачі і т.д. по ланцюжку.

УДК 681.3.07

Безхлібна А.П.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ EVENT-МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ**

У контексті маркетингових комунікацій в туризмі відбувається новий виток розвитку подієвого маркетингу. Існують різні версії його походження, однак найбільш реалістичним представляється ідея його виникнення з області подієвого менеджменту.

Організація спеціальних заходів – незмінна складова життя суспільства на всіх етапах його розвитку. Стимулом розвитку даної галузі стало популяризація туризму та зростання кількості туристичних підприємств в Україні. В галузі розвитку туризму компаніям потрібні послуги для організації ділових конференцій, виставок, корпоративних свят і т.д. Логістика цих заходів, пошук постачальників, організація проектною групи виявилися не завжди здійсненним завданням для корпоративних активістів, що дозволило експертам в даній області виділитися в окрему сферу бізнесу. В США і Європі дана сфера з'явилася в 1970 – 1980-х роках, коли утворилися невеликі організаторські фірми, склали основу майбутньої організаційної індустрії.

Event-маркетинг в системі маркетингових комунікацій в туризмі виглядає наступним чином:

- як основа інтеграції, це платформа бренду;
- як якісний маркетинговий захід, що починається з розгляду базових параметрів бренду.

Розглянувши місце event-маркетингу в комплексі маркетингових комунікацій туристичних фірм, можна сформулювати наступне: подієвий маркетинг є універсальним інструментом змін – на рівні як внутрішньої, так і зовнішнього маркетингового середовища турфірми. Якщо в поточні організаційні плани компанії входить змінити щось в корпоративній культурі, репозиціонувати бренд товару або послуги, подієвий маркетинг стане для неї одним з найважливіших інструментів подібних змін.

Подієвий маркетинг корисний компанії в разі необхідності застосування непрямої реклами. Зміни в рекламному законодавстві, а також перенасичення інформаційного середовища сучасного суспільства рекламними повідомленнями робить актуальним звернення маркетологів до нетрадиційних способів просування для цільових аудиторій.

Подія може бути використана як інформаційний привід для ознайомлення потенційного клієнта з новими споживчими властивостями товару або послуги.

До методів event-маркетингу в комплексі маркетингових комунікацій туристичних фірм можна віднести: метод мозкового штурму; метод шести капелюхів (метод дозволяє розділити мислення на шість типів, або режимів, кожному з яких відповідає метафорична кольорова «капелюх»; шість метафоричних капелюхів різних кольорів представляють кожен з основних типів мислення: білий – неупереджений аналіз цифр і фактів; чорний – негатив; жовтий – позитив; зелений – креативні ідеї; червоний – емоційні реакції; синій – підведення підсумків); метод ментальних карт (виділяється основне поняття, від якого потім відгалужуються завдання, ідеї, окремі думки і кроки, необхідні для реалізації конкретного проекту або задумки); метод пошуку протилежностей (або метод вільних асоціацій); метод морфологічного аналізу; метод «Організований» інсайт « (в ході інсайт-сесії вдається проникнути на рівень символічних образів, які відображені в пам'яті учасника).

Найбільш поширеними типами креативних ідей в event-маркетингу є:

1. Нестандартний об'єкт в звичному просторі.
2. Пряма асоціація.
3. Гротеск.
4. Виділення аспекту повсякденності.
5. Об'єднання культурних практик.
6. Подієвий потенціал бренду.

Таким чином, на даний час в Україні наявні можливості розвитку event-маркетингу в туризмі використовуються в малому ступені. Нам навіть не потрібно придумувати якісь заходи, необхідна тільки правильно організувати просування їх у зовнішньому середовищі.

Просуванню масових заходів сприяють публікації в ЗМІ, обговорення на телебаченні та подання інформації в Інтернет. Тому організатори повинні працювати в тісному контакті з журналістами, що формують інтерес і ставлення до заходу.

УДК 338.486

Журавльова С.М.

канд. екон. наук, старш. викл. ЗНТУ

## **ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

У кінці XX ст. з'явилася економіка нового типу – глобальна економіка. Її відмінна особливість полягає в тому, що усі основні види економічної діяльності – виробництво і споживання товарів і послуг, управління, поширення інформації і технологій, функціонування ринків – здійснюються в глобальному масштабі.

Глобалізація виражається в зростаючій взаємозалежності країн у світі в результаті об'єму, що збільшується, і різноманітності трансграничного руху товарів і послуг, а також швидкого і широкого поширення усіх видів технологій.

Економічні перетворення, що проводяться в Україні нині, змінили умови функціонування комплексу галузей народного господарства і особливо сфери послуг, частиною якої є готельний сектор. Важливий вплив на формування ринку готельних послуг України робить тенденція глобалізації, що виражається, передусім, в створенні великих корпорацій і готельних ланцюгів. Вплив глобалізації на формування ринку готельних послуг України виражається, передусім, в тому, що на початку 2000-х рр. на український ринок послуг гостинності прийшли такі іноземні готельні компанії, як Carlson/Radisson/SAS, Inter-Continental Hotels, New World/Renaissance Hotels. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу, інтеграція України, в систему господарських зв'язків і посилення конкуренції припускають наявність відлагоджених механізмів стратегічного управління і постійного вдосконалення бізнес-процесів. Готельний бізнес стає сферою інтересів не лише готельних ланцюгів, але і українських компаній, що свідчить про прагнення до розвитку і диверсифікації своєї діяльності.

У сучасних умовах глобалізації бізнесу і стрімкій появі нових підприємств готельного типу на світовому ринку готельних послуг стали все частіше створюватися різні об'єднання, асоціації, союзи. Ще одна відмінність індустрії гостинності від виробництва полягає в тому, що пропозиція послуг і споживачі мають бути пов'язані один з одним, тому тут не можна досягти

ефекту економії в масштабі за допомогою централізованих постачань для різних ринків. Пропозиція послуг безпосередньо клієнтові обмежує місця обслуговування і зменшує об'єми операцій.

Іноземні готельні ланцюги формують новий підхід до організації готельного бізнесу в Україні і вносять значний вклад в процес підвищення рівня послуг розміщення, підвищення технологічності процедур обслуговування гостей, уніфікації процедур, розвитку процесних технологій, що дозволяє забезпечити ріст конкурентоспроможності і відповідно до вартості в довгостроковому періоді.

Процеси глобалізації роблять вплив і на формування організаційного капіталу готелю за рахунок впровадження передових технологій управління, здатних забезпечити мобілізацію і трансформацію процесу змін, необхідних для реалізації стратегії розвитку: організаційна культура, лідерство керівника, інструменти управління.

Готелі мають схожі ресурси і устаткування, асортимент, послуг, тому вирішальне значення має персонал, його знання та досвід, ідеї і нововведення, вміння спілкуватися з гостями, співпрацювати між собою. Людський капітал бізнесу – це наявні у розпорядженні знання, досвід і технології, які повинні неодмінно удосконалюватися, щоб залишатися затребуваними, відповідати вимогам часу, створювати чудовий продукт і бути здатними реалізувати стратегію росту.

Глобалізація світової економіки, сприяє стрімкому розвитку і обміну не лише технологічними, технічними інноваціями, але і людськими ресурсами. Процеси глобалізації розширюють можливості підвищення кваліфікації персоналу, і співробітники пройшли, стажування або навчання за кордоном є внутрішніми чинниками росту вартості бізнесу. Оскільки знання та навички персоналу – це активи, що підтримують реалізацію усіх бізнес-процесів готельного бізнесу.

Таким чином, процеси глобалізації роблять вплив на складові управління потенціалом довгострокового росту готельного бізнесу, що включають базовий набір нематеріальних і матеріальних активів бізнесу, що мають стратегічне значення для забезпечення росту ринкової вартості готелю.

Інтеграція України у світовий економічний простір і, зокрема, у світову індустрію гостинності вимагає вивчення особливостей глобалізації готельного господарства, законів і рушійних сил цього процесу, тенденцій його прояву в національній економіці та прогнозування його результатів.

## **РЕКЛАМА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Туристичний продукт являє собою виражену сукупність всіх матеріальних і нематеріальних елементів. Для створення ефективної туристської реклами необхідно вміти враховувати специфіку даної галузі та об'єднувати в єдиний комплекс кілька аспектів такої реклами.

З метою найбільш ефективного вирішення стратегічних завдань у галузі реклами необхідно мати чітке уявлення про бізнес і особливості товару, знати сильні і слабкі сторони компанії, мати інформацію про ринок - знати можливості які він пропонує, і уявляти собі проблеми діяльності на цьому ринку. Необхідно чітко спланувати рекламну кампанію у відношенні термінів і засобів реклами, задіяних у кампанії, рекламного бюджету і т.д. Реклама не тільки дозволяє інформувати споживачів про товар на який є попит на ринку, але і створювати цей попит.

Коли рекламна кампанія проводиться самостійно туристичним підприємством, то необхідно дотримуватись наступних правил:

- визначити мету рекламної кампанії;
- підібрати виконавців рекламних заходів;
- розробити теми рекламної кампанії;
- вибрати носіїв реклами;
- провести калькуляцію витрат на рекламну кампанію;
- створити рекламні макети під обрані носії;
- замовити дату появи реклами в пресі та ефірі;
- проконтролювати вихід реклами у вказаний час;
- провести аналіз ефективності реклами.

Доцільно проводити рекламну кампанію в «масованому» режимі, дотримуючись послідовності операцій та заходів.

При самостійному проведенні рекламної кампанії найбільшу складність викликає створення рекламного оголошення, в якому інформація повинна бути простою, цікавою, прямою, стверджуючою, короткою, правдивою, неподібною на інші. Оголошення має бути оригінальним, виділятися і затримувати увагу, повторювати найбільш важливі аргументи, подавати майбутньому клієнту чітку орієнтуючу інформацію. Важливе значення при написанні та поданні рекламного тексту в пресі має вибір шрифту. При цьому рекомендується використовувати комбінації шрифтів: основного, декоративного, збільшуючого, виділеного.

Якщо туристична фірма має свій товарний знак або інші елементи фірмового стилю, доцільно використовувати їх при монтажі тексту. Для більшої переконливості рекламний текст може бути змонтований на фотографії, малюнку, схемі, плакаті.

Не менш важливі телевізійна та радіо-реклама, які мають свою специфіку сприйняття та створюються за певними правилами.

Останнім часом, з появою все більшої кількості користувачів Інтернетом, великої популярності набуває реклама у світовій електронній мережі. Створюються власні веб-сторінки, де можуть бути розміщені матеріали про туристичне підприємство, його можливості, наявні тури та послуги, інша інформація.

Розробка рекламних матеріалів повинна бути пов'язана з групою споживачів, на яку вона розрахована.

З точки зору ефективності реклами важливим фактором є місце розташування її в друкованому вигляді або електронних засобах масової інформації. Чоловіки більше читають або дивляться спортивні матеріали, політичні огляди, комерційні репортажі; жінки – про культурне життя, моду, кулінарію та ін.

Вибір часу реклами визначається також певними факторами: кількість разів публікації або показу реклами, період року, час доби, в рекламних блоках чи окремо.

Якщо в структурі рекламної кампанії передбачена усна реклама для конкретної аудиторії, то тут необхідно звернути увагу на окремі вимоги: зацікавленість аудиторії в інформації; послідовність і логічність звернення; донесення повідомлення або інформації різними методами спілкування та інші.

З приводу розвитку і перспектив реклами на українському ринку, можна сказати, що з очікуваним підйомом економіки нашої країни, рекламна діяльність туристичних компаній безсумнівно буде розвиватися, знайде нові форми і способи залучення споживачів і зросте не тільки в кількісному, але і в якісному плані. В рамках глобальної стратегії розвитку компанії спрямованої на досягнення довгострокових завдань і цілей, особливого значення набувають зусилля компанії по використанню реклами як основного засобу маркетингових комунікацій.

Таким чином, ефективне використання засобів маркетингових комунікацій, а саме реклами дозволяє вирішувати стратегічні і тактичні завдання фірми, пов'язані з місією компанії на ринку. Реклама вимагає великих інвестицій і вони можуть бути неефективними, якщо фірма не зуміє точно сформулювати завдання, прийме недостатньо продумані рішення щодо рекламного бюджету, звертання і вибору засобів реклами, не зуміє зробити оцінку результатів рекламної діяльності.



## **РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ**

На сьогоднішній день важливою складовою індустрії туризму є харчування гостей. Гастрономія є значущим ресурсом території, джерелом формування її ідентичності.

Пошук нових шляхів організації харчування базується на дослідженні гастрономічною складовою туристичного продукту, на основних принципах брендингу території, які формують туристичний імідж місцевості. Місцеву кухню можна розглядати як туристський ресурс територій, що дозволяє створити нові туристичні продукти, відкрити нові грані туристської дестинації.. Зв'язок гастрономії та туризму сприяє збільшенню кількості туристів, сприяє подовженню їх перебування, збільшує прибуток.

Туризм, взаємопов'язаний з ресторанним бізнесом, підтримує місцевих виробників, просуває ідею важливості високої якості і екологічної безпеки харчування.

Мета гастрономічних турів – насолодитися особливостями кухні тієї чи іншої країни. Гастрономічний туризм має кілька напрямків:

- тур сільською місцевістю;
- ресторанний тур;
- освітній тур;
- екологічний тур;
- подієвий тур;
- комбінований тур.

Туреччина, як найбільший туристичний напрямок в Україні, може запропонувати всі напрямки гастротуризму.

За даними Асоціації турецьких туристичних агентств, майже дев'яносто відсотків туристів з усього світу в якості одного з основних пріоритетів, при виборі місця відпочинку, відзначають хорошу кухню. Щорічно відпочиваючі витрачають більше шести з половиною мільярдів доларів на харчування. Це близько п'ятої частини всіх витрат на відпочинок. У Туреччині навіть стали працювати спеціальні туристичні гідів, які можуть показати туристам не тільки відомі і популярні ресторани, а й унікальні місця, про які знають тільки місцеві.

Що ж може запропонувати турецька кухня туристам? По-перше, сама назва «турецька кухня» символізує величезне різноманіття та багатство східних страв. Вона утворилася завдяки змішанню цілого ряду національних традицій і культур. Нашарування різних смакових відтінків зробило її яскравою, самобутньою і дуже цікавою.

Турецька кухня відрізняється не стільки від міста до міста, скільки по регіонах. Так, середземноморський регіон знаменитий блюдами з овочів і морепродуктів, південно-східний регіон – м'ясними стравами і випічкою. Можна вибрати тур великими містами, наприклад Стамбулом, і відвідати відомі ресторани, а можна відправитися в маленьке містечко і насолодитися рецептами в сімейних ресторанчиках. Туристи, які вибирають гастрономічні тури, шукають маленькі ресторанчики, в яких збереглася автентична атмосфера старовинної османської кухні. Тут готують страви по-старому, вибираючи перевірені століттями рецепти. В ході гастротурів знайомлять з особливостями подачі страв, сервірування столу і правилами вживання тих чи інших продуктів.

Для гастрономічного туризму по Туреччині ідеальними місцями є міста Хатай, Адана і Мерсін. У цих районах Туреччини збереглася самобутня культура, а у віддалених селищах легко можна знайти продукти, які на 100 % відповідають категорії «еко». Тільки тут вирощуються барани, з м'яса яких готується кращий в Туреччині шашлик! Тільки тут виробляються сири, смаку яких припаде до душі самому уточненого гурману. Кебаб, сир «Тулум», страви з баклажанів і повітряна випічка – все це «візитні картки» південного сходу Туреччини. А для того, щоб дізнатися, що таке справжня пахлава, потрібно відправитися в Газіантеп. Це місто в Туреччині вважається батьківщиною знаменитого східного ласощі. У 2013 році Єврокомісія затвердила пахлаву з Газіантепа як стандарт для виготовлення цієї національної турецької солодощі.

Розвиток гастрономічного туризму робить Туреччину це більш конкурентноспроможною на туристичному ринку України.

УДК 378.18

Булатов С.В.

старш. викл. ЗНТУ

## **РОЗВИТОК ВОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Україна має досить густу річкову мережу та значну кількість річок, придатних для проведення водних туристських походів як на розбірних, так і на надувних плавзасобах різних класів.

Водний туризм – вид туризму, при якому відпочинок здійснюється на воді з використанням байдарок, човнів, катамаранів, теплоходів та інших плавальних засобів.

Через різноманітність ландшафтів ріки різних регіонів України сильно відрізняються між собою за похилом русла, характером течії, наявністю та складністю перешкод, сезонним режимом тощо, що дозволяє поділити їх за

туристсько-спортивною складністю на три групи – ріки низовин, ріки височин, ріки Карпатського регіону.

На сьогодні водний туризм в Україні розвивається в рамках рекреаційного, спортивного та екстремального в залежності від мети, неорганізованого та організованого (самодіяльний та плановий) в залежності від організаційних основ.

На туристичній карті України виділяють сім регіонів, сприятливих для розвитку туризму:

1. Карпатський (західний): Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька області.

2. Волинсько-Тернопільський (північно-західний або поліський): Волинська, Тернопільська, Хмельницька, Ровенська області.

3. Житомирсько-Вінницький (буферний): Житомирська, Вінницька області.

4. Київський (центральний): Чернігівська, Київська, Черкаська, Кіровоградська області.

5. Харківський (північно-східний): Сумська, Полтавська, Харківська, Луганська області.

6. Дніпровсько-Донецький (південно-східний): Дніпропетровська, Донецька, Запорізька області.

7. Причорноморський (південний): Одеська, Миколаївська, Херсонська області.

За останні роки значно зменшилась територія для проведення водного туризму в Луганській, Донецькій областях.. Проте його проведення не припинилося. Почали використовуватись території та ресурси на які не звертали увагу десятки років.

У межах вітчизняної туристичної галузі чітко визначився окремий вид діяльності – оздоровчо-спортивний туризм. Організаційними та методичними центрами розвитку оздоровчо-спортивного туризму є туристські клуби та секції. Кожна область України має Федерації спортивного туризму, кожне місто налічує не по одному туристичному клубу, що сприяють розвитку та проведенні походів з різних видів туризму та різної категорії складності. Найбільші туристські клуби України, в яких представлені різні види туризму, в тому числі і водний: тур-клуб «Пілігрим», турклуб КП «Глобус», «Гряда», «Університет», та ін. (м. Київ), туристичні клуби «Бригантина», «Горизонт», «Локомотив» та ін. (м. Дніпропетровськ), «Меркурій» (м. Вінниця), «Горизонт», «Сталкер», «Острів» м. Запоріжжя, Обласний спортивно-туристський клуб (м. Тернопіль) та ін. Враховуючи проблеми, з якими зіткнувся в своєму розвитку активний туризм в останнє десятиріччя ХХ ст., з метою покращення ситуації туристська-спортивна громадськість 22 вересня 2000 р. створила Федерацію спортивного туризму України. Вона

спрямовує свої зусилля на розвиток різноманітних видів спортивного туризму, в тому числі і водного.

За всі роки незалежності України, водний туризм розвивався поступово, набираючи оберти, тому і вийшов із кризової фази у своєму розвитку, і на сьогодні став визнаним видом відпочинку і в регіонах, і взагалі в Україні. Перспективне майбутнє в Україні мають сплави по річках на спеціальних плавзасобах, вони можуть широко використовуватись і в плані надання туристичних послуг.

Однак, незважаючи на великі потенційні можливості, активний туризм в Україні все ж розвинений недостатньо. Серед актуальних проблем його розвитку: недостатнє рекламно-інформаційне забезпечення; слабка управлінська культура туризму; недостатньо висока якість послуг та невідповідність матеріальної бази і якості послуг міжнародним вимогам та інші.

Тож, водний туризм в Україні завойовує все більшу популярність, але все ж таки має ще певні проблеми розвитку.

УДК 796.5(477)

Бут Т.В.

викл. ЗНТУ

## ОСОБЛИВОСТІ ЕКОТУРИЗМУ

До видів екологічного та пов'язаних з ним інших типів туризму (за умови адекватного планування, організації та управління) відносять широкий спектр діяльності – від тривалих наукових експедицій до короткочасного відпочинку на природі у вихідні дні.

Все це різноманіття можна умовно класифікувати за різними критеріями, зокрема, за групами подорожуючих, головним об'єктом відвідування, видам туристської діяльності, тривалості перебування і ін.

Основними об'єктами екотуризму у його класично-природоохоронному, вузькому трактуванні вважаються непошкоджені природні комплекси або окремі їх елементи. Нерідко об'єктами пізнавального або наукового екотуризму стають окремі найбільш «популярні» і примітні біологічні види тварин і рослин.

Екотуристів приваблюють і унікальні об'єкти неживої природи, геоморфологічні, гідрологічні та інші особливості (окремі гори і каньйони, печери, водоспади, озера і річки й ін.), А також палеонтологічні знахідки. Об'єктами екотуризму можуть бути унікальні рослинні угруповання і біоценози в цілому, наприклад, ліси, степи, тундра тощо в різні пори року. Крім цього, об'єктами екотуризму можуть бути культурні, етнографічні,

археологічні та історичні пам'ятки, а також природно-антропогенні (культурні) ландшафти в цілому, – що особливо характерно для екологічних турів в їх широкому трактуванні.

Основним ланцюгом рекреаційного екотуризму є відпочинок на природі, хоча, безумовно, він також переслідує певні пізнавальні цілі. Такий туризм може бути активним (будучи різновидом «пригодницького» туризму) і пасивним. До його активних форм нерідко відносять піші, кінні та лижні походи, альпінізм, спелеотуризм, багато видів гірських і водних подорожей (сплав на катамаранах і плотах, байдарки, каное). Пасивними формами рекреаційного туризму можуть, наприклад, вважатися: відпочинок в наметових таборах, ближні походи і прогулянки, пікніки. До категорії пасивного рекреаційного екотуризму можна також віднести рибалку і збір дарів природи, здійснювані на принципах екологічної стійкості.

В цілому, для розвитку екотуризму в останні роки характерні кілька тенденцій. З одного боку, екотуризм стає все більш різноманітним, постійно виникають його нові види. З іншого, зростає його інтеграція з іншими галузями туристичної індустрії. Прихильники класично-природоохоронного екотуризму в його вузькому трактуванні, стурбовані зростанням негативного впливу значних потоків екотуристів, закликають до виходу екотуризму за межі територій, що охороняються, на простір культурних ландшафтів; в свою чергу, в масових видах «курортного» або «екскурсійного» туризму. З'являються елементи туризму екологічного, наприклад, короткочасні відвідування національних парків та інших природних територій.

Екотуризм можна класифікувати за різними ознаками – за способом пересування, за складом учасників, за тривалістю, за відношенням до кордонів країн проживання туристів і т.д.

Класи: екотури у «дикій» природі, в межах територій, що охороняються; екотури поза межами територій, які під охороною; екотури у просторі культурного ландшафту.

Види: за основною метою; за основним об'єктом.

Форми: за віком учасників (діти і дорослі); станом їх здоров'я (з обмеженнями); за чисельністю груп (малі і великі).

Особливо цікавим є екотуризм поза межами природних територій і акваторій, що особливо охороняються, на просторі окультуреного або культурного ландшафту (найчастіше сільського). До цього класу турів можна віднести дуже широкий спектр екологічно орієнтованого туризму, починаючи з агротуризму і аж до круїзу на комфортабельному лайнері; цей вид екотурів відносять до «німецької» або до «західно-європейської» моделі.

Отже, важливою класифікаційною ознакою для виділення форм екотурів є вік і стан здоров'я учасників, а також чисельність груп. Цілком зрозуміло, що зміст програм турів і їх організаційні особливості будуть

принципово різними для дитячих походів і для експедицій, розрахованих на дорослих людей, так само як і для малих компактних і для великих груп учасників. Ця лаконічна класифікація досить зручна для виявлення головних змістовних і організаційних особливостей екотурів, враховувати які особливо важливо при їх плануванні та проведенні.

УДК 338.486

Каптюх Т.В.

викл. ЗНТУ

## **УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ**

Сьогодні всі розуміють, що для того щоб розвиватись, одержувати прибуток і зберегти конкурентоспроможність організації, керівництво повинно оптимізувати віддачу від вкладень будь-яких ресурсів: матеріальних, фінансових і головне – людських. Коли організація дійсно турбується про людей, її загальна філософія, клімат і настрої обов'язково відбивається на результатах.

Ефективність діяльності будь-якої організації, в решті решт, визначається ефективністю діяльності персоналу. До того ж, саме ця галузь менеджменту є найскладнішою. У зв'язку з чим керівникам харчових підприємств вкрай важливо розуміти проблеми, що пов'язані з управлінням персоналом, та розвивати у себе певні управлінські навички.

Розгляд сучасних теоретичних концепцій з кадрового менеджменту та досвід практичної діяльності у ресторанному бізнесі доводять, що ключову роль в управлінні персоналом відіграє регламентація діяльності спеціалістів, які обіймають певні посади. Зазначимо, що під регламентацією діяльності розуміють створення документів, зокрема внутрішньо-організаційних, які містять вимоги як до виконуваної роботи, так і до працівників, що здатні цю роботу виконувати. Іншими словами, регламентацію діяльності здійснюють з метою визначення відповідності працівника та виконуваної їм роботи в умовах певної організації.

Щодо специфіки роботи у сфері послуг, то тут слід зауважити, що для її працівників вкрай важливі такі якості, як відкритість, комунікабельність, доброзичливість і стресостійкість. Саме їх треба виховувати та заохочувати у потенційних та вже працюючих офіціантів, адміністраторів та інших категорій співробітників. Протягом робочого дня співробітникам доводиться вирішувати багато поточних питань, долати проблемні ситуації і в той же час залишатися привітним із гостями і колегами. Проте, як показує практичний досвід, сучасна молодь доволі амбіційна і важко йде на компроміси. У

ресторанах класу люкс скрупульозно підходять до виявлення всіх вищезазначених якостей: при влаштуванні на роботу кандидату пропонують пройти спеціальне тестування, яке наочно демонструє, наскільки людина готова до роботи в цій специфічній індустрії.

Перш за все, у зв'язку з тим, що значний темп змін на підприємствах, спричинений високою конкуренцією на ресторанному ринку, спонукає часті зміни у змістовності самої роботи, і тому потенціал працівника повинен бути вищим за теперішні вимоги до роботи. Тобто сучасні підприємства зацікавлені в тому, щоб вплив працівника на загальну діяльність не був обмежений лише функціональними обов'язками.

Другий підхід, який заснований на відповідності працівника організації, передбачає значний вплив на його поведінку та показники роботи внутрішнього оточення. Відомо, що успішне виконання роботи працівником в одній організації не обов'язково свідчить про здібність успішно виконувати ним аналогічну роботу в іншій.

Отже, у сучасних умовах важливим є врахування відповідності працівника таким характеристикам організації, як загальний стиль управління, підходи до ведення діяльності, темп змін, характер взаємозв'язків за посадою, неформальні аспекти роботи тощо.

УДК 378.014

Бріцина Ю.В.<sup>1</sup>, Кукліна Т.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУз-111м, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В ГАЛУЗІ ОСВІТИ**

В сучасних умовах попит на освітні послуги істотно перевищує пропозицію. Обмеження пропозиції освітніх послуг багато в чому визначається нестачею висококваліфікованих викладацьких кадрів, а також труднощами супроводу навчальних матеріалів, їх адаптацією до потреб учнів і до динаміки розвитку галузей знань і нових технологій. Щоб система освіти була готова прийняти виклики ХХІ століття, необхідні певні перетворення системи на базі використання сучасних інформаційних технологій. Основні надії покладаються на створення і супровід інформаційно-освітніх середовищ, відкритого та дистанційного навчання, на розвиток нових технологій створення баз навчальних матеріалів, разом з розвитком традиційних технологій розробки електронних підручників і освітніх порталів.

Виклики системі вищої професійної освіти з боку суспільства, держави і бізнесу вимагають постійних зусиль університетської спільноти щодо пошуку і реалізації адекватних відповідей.

Висока якість освіти, визнані науковим співтовариством і бізнесом результати фундаментальних і прикладних досліджень, високий вітчизняний та міжнародний рейтинг університетів є головними цілями університетських колективів. Добре організоване міжнародне співробітництво в університеті при досягненні цих цілей відіграє надзвичайно важливу роль. У той же час практично у всіх українських університетах є схожі перешкоди ефективної організації міжнародної діяльності. Серед них головними проблемами експерти називають такі: мовний бар'єр, відсутність мовного середовища; дефіцит ресурсів (фінансових, людських, матеріальних); культурні відмінності; відсутність мотивації.

Ефективно працююча система міжнародного співробітництва дозволяє вирішити ряд завдань, які є пріоритетними для розвитку вузу: розвиток академічної мобільності студентів, викладачів і дослідників; підвищення якості освіти; зміцнення міжнародного авторитету ВНЗ; забезпечення міжнародного визнання дипломів і кваліфікацій випускників ВНЗ; підвищення рівня НДДКР; підвищення загального культурного рівня студентів і співробітників.

Система міжнародного співробітництва в університеті є частиною загальної системи організації різних видів діяльності, включаючи наукову, навчальну, інноваційну, господарську, фінансово-економічну, культурно-масову і т.д. Ця система характеризується особливими заходами, які вимагають спеціальних способів їх реалізації. До таких заходів належать: обмін делегаціями; укладання рамкових договорів про співробітництво; запрошення іноземних учених і викладачів; участь у міжнародних консорціумах, підготовка спільних заявок на конкурси грантів з міжнародних проектів; спільні (із зарубіжними партнерами) публікації, організація і проведення міжнародних форумів, конференцій, семінарів, участь у закордонних конференціях, семінарах тощо; академічні обміни за міжнародними програмами (Erasmus-Mundus, Maria Curie і т.д.); виконання спільних проектів в академічній, науковій, культурній сферах (в Європі це може бути Рамкова програма наукових досліджень, TEMPUS тощо); навчання іноземних студентів українською, російською та англійською мовами; створення міжнародних наукових лабораторій, кафедр та інших структур; розробка спільних освітніх програм, організація спільної підготовки фахівців («2+2», «3+1», «подвійні дипломи» і т.п.). Реалізація цих і ряду інших заходів з розвитку міжнародного співробітництва у вузі пов'язана з подоланням цілого ряду названих вище проблем і труднощів,



обумовлених рівнем розвитку вузу, об'єктивними і суб'єктивними причинами.

Аналіз досвіду передових українських університетів дозволяє виділити основні принципи організації міжнародного співробітництва, проходження яким істотно полегшує вирішення згаданих проблем і дає можливість подолати бар'єри й труднощі на шляху до створення ефективно діючої системи міжнародного співробітництва в університеті. Такими принципами являються: пріоритетність міжнародного співробітництва в ряду інших завдань; рівноправність партнерів співпраці; доброзичливість до партнерів і гостинність; передбачуваність обов'язковості, безперервність, сталість у відносинах з партнерами; системність планування і виконання планів; ступінчастість, багаторівневість управління; результативність (моніторинг, контроль, адаптивність, навчання).

УДК 378.1:379.85

Климова О.В.<sup>1</sup>, Никоненко С.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МГУз-121с, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. екон. наук, старш. викл. ЗНТУ

## СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ

Сталий розвиток туризму – це такий розвиток, який дозволяє задовольнити потреби туристів у теперішньому часі, враховуючи інтереси туристської дестинації щодо збереження цієї можливості у майбутньому. При цьому передбачається управління усіма видами ресурсів таким чином, щоб економічні, соціальні й естетичні потреби задовольнялися з підтриманням культурних і екологічних цінностей, без заподіяння шкоди біологічному різноманіттю і системам життєзабезпечення.

Принцип сталого розвитку туризму як основне вихідне положення концепції, сформульований у доповіді Генерального секретаря ООН комісії зі сталого розвитку ООН припускає, що сталий туризм зумовлює управління всіма ресурсами таким чином, що економічні, соціальні й естетичні потреби можуть задовольнятися при одночасному збереженні культурної самобутності, основних екологічних процесів, біологічної розмаїтості та систем підтримання життя.

Основним завданням сталого розвитку туризму проголошено задоволення найбільш важливих для життя потреб і прагнень людини.

Сталий розвиток туризму ґрунтується на характерних для цього процесу принципах. Вони сформульовані ЮНВТО та Всесвітньою радою з подорожей і туризму та сконцентровані на чотирьох ключових компонентах – екологічній, економічній, культурологічній сталості, а також сталості місцевих громад з усією різноманітністю прояву їхньої життєдіяльності. У

міжнародних документах і спеціальній літературі вони мають описовий характер.

Сутність загальних принципів сталого розвитку туризму така:

1. Еволюційний характер та довготривалість розвитку. Людство дійсно здатне та зобов'язане надати розвитку довготривалий характер, для того щоб воно відповідало потребам нинішніх людей, не позбавляючи при цьому майбутні покоління можливості задовольняти свої потреби у відпочинку та подорожах.

2. Екологічна коректність (ефективність) туристського руху та туристичного бізнесу, сприяння збереженню та поетапному відтворенню цілісності природного середовища та культурної спадщини.

3. Гармонійність (збалансованість) усіх складових елементів сталого розвитку туризму як соціо-еколого-економічної системи.

4. Соціальна справедливість доступу різних поколінь (генерацій) до туристичних ресурсів: природних і штучних, економічних, культурологічних і соціально-побутових. Реалізація принципу соціальної справедливості передбачає виконання декількох завдань: постійна диверсифікація пропозиції туристичних послуг і туристичних продуктів, регіональна диверсифікація туристичного бізнесу, регулювання руху капіталу, демографії, соціальних завоювань щодо структури доходів різних верств населення, обсягу та структури вільного часу, доступу до послуг охорони здоров'я, освіти, спорту і туризму, культури та розваг.

5. Динамічний характер розвитку. Сталий розвиток туризму являє собою не постійний гармонічний стан, а процес об'єктивних закономірних змін, в якому масштаби використання ресурсів, напрями інвестицій, орієнтація наукового, технічного та культурно-освітнього розвитку й інституційних перетворень повинні узгоджуватися у площині можливостей задоволення туристських потреб теперішніх і майбутніх поколінь.

Отже, традиційними принципами вирішення проблем економічної політики сталого розвитку туризму повинні стати справедливість, ефективність, збалансованість, динамічність, довготривалість і попередження.

Доцільність переходу до реалізації стратегії сталого розвитку України визначається як внутрішніми чинниками, так і зовнішніми, що пов'язані з євроінтеграційними прагненнями України та необхідністю виконання міжнародних зобов'язань України. На тлі загострення конкуренції на міжнародному туристичному ринку, загальносвітової тенденції до посилення ролі держав у забезпеченні сталого розвитку туризму, вітчизняний національний туристичний продукт стає все менш привабливим та конкурентоспроможним. Як наслідок, сфера туризму і курортів у державі не спроможна забезпечити повноцінного виконання економічних, соціальних і гуманітарних функцій, не сприяє збереженню довкілля та культурної спадщини, створенню робочих місць, збільшенню питомої ваги сфери послуг у структурі ВВП.

Для подолання цих негативних явищ в Україні розроблено Стратегію сталого розвитку туризму і курортів, основною метою якої є:

– покращення якості життя населення; захист національних інтересів України у сфері туризму;

– формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках на основі раціонального використання туристичних ресурсів, збереження історико-культурних надбань та етнічних особливостей українського народу;

– створення умов для споживання туристичного продукту;

– реалізація закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, зайнятість, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей і відпочинку, туристичної діяльності;

– поліпшення правових, організаційних та соціально-економічних засад реалізації державної політики України у сфері туризму і діяльності курортів в умовах глобалізації та євроінтеграції суспільних процесів.

Згідно Стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні, пріоритетами сталого розвитку туризму і курортів є:

– формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту;

– збереження ресурсного потенціалу туризму, формування простору високої туристичної привабливості з метою забезпечення раціонального та ефективного використання туристичних ресурсів;

– формування інформаційного простору сфери туризму;

– поглиблення міжнародного співробітництва з метою забезпечення сталого розвитку туризму.

Концепція стійкого розвитку туризму дає інструменти і можливість окреслити таку модель сталого розвитку економіки, яка розвивається не ставлячи питання щодо співвідношення пріоритетів сьогодення та майбутнього.

УДК 338.482.2

Кабірова А.В.<sup>1</sup>, Зайцева В.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-112, ЗНТУ

<sup>2</sup>канд. пед. наук, проф. ЗНТУ

## **ДОСВІД РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ В ЄС**

В останні роки в багатьох країнах набула розвитку сфера туризму на кластерній основі. Туристичний кластер розглядається як система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових і додаткових послуг з приводу створення «основного продукту» кластера – туристичного продукту. До туристичних кластерів належать групи, сконцентрованих географічно в межах регіону підприємств, які спільно використовують спеціалізовану

туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці та інші функціональні структури господарства.

Туристичний кластер – це, передусім, спільнота різних підприємств і організацій на певній території, що безпосередньо або опосередковано пов'язані із наданням туристичних послуг. Так, сектори обслуговування включають постачання засобів виробництва послуг, рекламно-інформаційні послуги, консалтинг; споріднені сектори – подібні технології, подібні стратегії та спільну робочу силу; допоміжні сектори – освіту, підготовку кадрів, науково-дослідну роботу та регуляторні структури.

Створення кластерів є координацією спільних зусиль, що в кінцевому підсумку веде до підвищення якості туристичних послуг та більш ефективного використання ресурсів. Основними перевагами туристичного кластеру є:

- взаємовигідне співробітництво: обмін інформацією, технологіями, досвідом, підвищення кваліфікації працівників;
- максимальне та ефективне використання ресурсів;
- підвищення привабливості територій для інвестування;
- розширення асортименту туристичних послуг та підвищення їх якості;
- учасники кластеру отримують більше можливостей та вищі прибутки;
- створення нових робочих місць шляхом залучення працівників різних видів економічної діяльності в обслуговування туристів.

В Європі можна виділити наступні країни, які впроваджують кластерну модель організації туризму: Італія, Франція, Норвегія. Наприклад, у Норвегії розвиваються кластери в галузі морського господарства. У Франції туристичний кластер «Ніцца» щороку відвідують декілька мільйонів туристів, що становить майже 1 % світового торговельного обороту в галузі туризму. Подібні моделі на високому рівні функціонують в Греції, Шотландії, Бельгії, Іспанії, Ірландії.

Ще у 90-х роках ХХ ст. у туристичній галузі Італії робилися спроби стратегічного планування з метою економічного розвитку та захисту територіальних ресурсів, основним заходом якого була співпраця у формі «об'єднання продуктів». Внаслідок цього сформувалися місцеві системи туристичної пропозиції – коли окремі території виходили на зовнішні ринки з єдиним, об'єднаним туристичним продуктом, що передбачав залучення усіх туристичних ресурсів. Умовами створення таких місцевих туристичних систем з об'єднання туристичних продуктів були змішаний характер (за участі державних і приватних осіб), самовизначення, добровільність приєднання. Держава при цьому брала на себе фінансування передусім інформаційної мережі на обласному рівні, а також забезпечувала участь у фінансуванні місцевих ініціатив.

Проте значного підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств Італії (особливо з менш туристично розвинених регіонів) не спостерігалось. З метою подальшого вдосконалення галузі 2001 р. було ухвалено закон «Реформа національного законодавства про туризм», яким передбачалося створення місцевих туристичних систем, що за своїм змістом відповідають поняттю кластерів. Місцеві туристичні системи – це спільність однорідних або інтегрованих суб'єктів туристичної діяльності в межах певних територіальних зон, які характеризуються комплексною пропозицією туристичних продуктів, туристичною привабливістю і можуть бути розташовані навіть у сусідніх областях країни. До їх складу зазвичай входять підприємства з виробництва типових для території сільськогосподарських продуктів, місцеві ремісники. Місцеві туристичні системи передбачають широку участь як окремих, так і асоційованих підприємств туристичної та споріднених галузей економіки. Згідно законом був створений Фонд спільного фінансування туристичної пропозиції.

У деяких областях Італії були визначені конкретні параметри, що послужили основою для створення місцевих туристичних систем – кластерів, зокрема:

- значущість туристичної територіальної зони (площа території, типологія продуктів, інтеграція);
- наявність або можливість розвитку декількох видів туризму (наприклад, пляжного, гірськолижного, ділового, спортивного);
- одночасне об'єднання державних і приватних суб'єктів туристичної діяльності;
- значні туристичні ресурси, рекреаційні можливості, інтенсивні потоки туристичних продуктів;
- самостійне визначення учасниками форм діяльності.

Прикладом створення дієвого кластера в Італії є місцева туристична система «Тразименське озеро» в Умбрії, яка об'єднує, окрім туристичних підприємств, закладів розміщення та харчування, торговельні організації, підприємства з виробництва товарів широкого вжитку, товарів, специфічних для даної місцевості (вино, оливкова олія). Водночас налагоджено тісну співпрацю з асоціаціями міст, які виробляють вино та оливкову олію, з іншими державами щодо створення мережі озер, які приймають туристів на принципах стійкого розвитку. З інших діючих кластерів слід згадати «Салінунтинські терми» (Сицилія), «Адріатичне море і берег», «Міста мистецтв, культури та бізнесу» (Емілія-Романія).

Кластерна модель запроваджується в туризмі інших країн Західної Європи. Низка туристичних кластерів функціонує у Шотландії, кластер туризму і відпочинку – у Північній Ірландії (Велика Британія), численні кластери з організація дозвілля – у Франції.

## ПЕРЕВАГИ КОМП'ЮТЕРНОЇ СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ AMADEUS

Застосування сучасних комп'ютерних систем бронювання відкриває як нові можливості, так і створює серйозні проблеми для авіакомпаній, туристичних агентств і урядових органів. Багаторічний досвід використання комп'ютерних систем бронювання в США свідчить про те, що власники комп'ютерних систем перебувають при їхньому використанні в більш вигідному положенні, чим інші авіакомпанії, підключені до цих систем. У результаті цього авіакомпанії власники найбільших систем бронювання одержують надприбуток.

Незважаючи на той факт, що розвиток туризму в Україні здійснюється швидкими темпами, на сьогоднішній день багато туроператорів функціонують вкрай нестабільно. Для того, щоб покращити функціонування фірми, треба запроваджувати КСБ, такі як Amadeus.

Amadeus є найбільш сучасною КСБ демонструючи стрімкий шлях до успіху, що дозволяє розглядати нашу компанію в якості безумовного лідера індустрії, найкращого вибору для професіоналів у всьому світі.

Amadeus – найпопулярніша КСБ в світі. Завдяки стійкому зростанню числа нових підключень у всьому світі, технології, рішення та послуги широко використовуються в різних сферах індустрії туризму: від великих міжнародних авіакомпаній і низькобюджетних перевізників до готельних операторів, тревел агентств, туроператорів і компаній з оренди автомобілів. Інтернет технології трансформують індустрію транспорту та туризму. Забезпечуючи постійні інновації, Amadeus, разом з партнерами – лідерами в галузі технологій допомагає користувачам залишатися на передньому краї.

Останнім часом у розвитку КСБ спостерігається досить інтенсивний процес їх інтеграції, що полягає в обміні пакетами послуг між окремими великими комп'ютерними системами. Так, наприклад, компанія «System One» поставляє певне програмне забезпечення компанії «Amadeus»; за окремими напрямками «Galileo» співпрацює з «Apollo», «Amadeus» з «Sabre» і т.д. Деякі авіакомпанії беруть участь в декількох системах бронювання колективного користування, що свідчить про їх активної позиції на ринку авіаперевезень.

Основними напрямками розвитку всіх систем бронювання в даний час є: забезпечення доступу в системи (в основному через освоєння Інтернет), вдосконалення самих систем для спрощення користування ними та введення нових функцій в інтересах клієнтів. Зокрема, для реалізації останнього

напрямку розроблені наступні програми: дозволяють допомогти клієнту самому обрати найбільш дешевий тариф на даному маршруті, що обслуговується декількома перевізниками; що дають можливість за одну транзакцію ознайомитися з усіма рейсами і стиковками рейсів компаній на необхідному маршруті; у разі відсутності місць у запитованій готелі дозволяють отримати відомості про наявність місць у готелях аналогічного рівня цієї ж готельної ланцюга, розташованих в радіусі п'яти миль, і т.д. Ширшого використання глобальних комп'ютерних мереж у сфері туристського бізнесу сприяють також розвиток космічної та оптичного зв'язку, вдосконалення комп'ютерної техніки.

Розвиток індустрії примушує українські авіаційні і туристичні компанії і агентства з продажу транспортних квитків, місць в готелях і турів шукати більш сучасні методи підвищення ефективності своєї діяльності і скорочення витрат. В світовій практиці такі пошуки ведуться вже впродовж десятиріч: впроваджуються різні автоматизовані офісні системи, застосовуються комп'ютерні системи бронювання. Проте, найважливішим питанням залишається просування послуг і доведення їх до кінцевого споживача.

Останні дослідження показали, що звернення до можливостей системи Amadeus дозволяє знизити виробничі витрати, створити сприятливі умови і зручності для покупця, прискорити оформлення квитків і резервування місць відпочинку. При цьому вивільняються додаткові засоби, які можна використовувати для введення більш гнучкої системи знижок.

Система бронювання Amadeus представляє велику кількість провайдерів послуг, багато з яких відсутні у конкурентів. Її структура вельми гнучка, що дозволяє інтегрувати локальні рішення в систему зокрема страхування. І ще одна серйозна особливість системи – в ній в найбільш повному обсязі представлені тарифи зарубіжних перевізників. Саме тому туристські фірми України прагнуть співпрацювати з Amadeus.

УДК 338.46.1.025.2

Когут Р.С.<sup>1</sup>, Шелемєтьєва Т.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-142, ЗНТУ

<sup>2</sup>канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ЯК ФУНКЦІЙ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ**

Контроль у складі функцій менеджменту є логічним продовженням функцій організації й мотивації праці. Він присутній у діяльності підприємства з моменту його заснування й визначення мети.

У найбільш загальному вигляді контроль – це процес зіставлення фактично досягнутих результатів із запланованими. Контроль як функція менеджменту – це вид управлінської діяльності, яка забезпечує можливість досягнення організацією своїх цілей шляхом періодичного оцінювання, зіставлення поточних результатів зі встановленими планами і відповідне їх коригування.

Основними завданнями контролю є забезпечення досягнення цілей і місії організації, виявлення відхилень і недоліків, уникнення нагромадження та повторення помилок, мінімізація витрат, подолання складних організаційних проблем тощо. Ціллю контролю, згідно з позицією західних фахівців, є сприяння тому, щоби фактичні результати найбільше відповідали очікуваням.

Слід зазначити, що хоча контроль є необхідною функцією в управлінні, проте він передбачає виникнення у працівників насамперед негативних емоцій. Для багатьох людей контроль здебільшого асоціюється з обмеженням, примусом, відсутністю самостійності, – всім тим, що пов'язується у свідомості людини з обмеженням прав особи. Через це контроль є такою функцією менеджменту, суть якої, як правило, розуміють невірно. Тому доцільно наголосити не лише на важливості реалізації цієї функції, але й на формах її здійснення на підприємствах туристичного бізнесу.

Для ефективного виконання поставлених завдань керівництво фірми використовує три види контролю: попередній; поточний; заключний.

Попередній контроль здійснюється до фактичного початку робіт.

На практиці попередній контроль потребує поділу на два різновиди:

- діагностичний контроль (охоплює встановлені виміри, параметри, вимірювачі, еталони, попереджувальні сигнали, які свідчать про негаразди в організації);

- терапевтичний контроль (виявляє відхилення від нормативів і дає змогу вжити виправних заходів).

Поточний контроль здійснюється в ході виконання робіт і дозволяє виключити відхилення від визначених планів і інструкцій. Найчастіше його об'єктом є співробітник.

Заключний контроль має на меті уникнення помилок у майбутньому і формує інформаційно-аналітичну основу планування аналогічних робіт у майбутньому.

Наприклад, на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу здійснюються всі три види контролю. Наприклад, попередній контроль здійснюється відділом кадрів при прийомі на роботу працівників, підрозділами ресторанів при отриманні продовольчих продуктів та перевірці їх якості. Поточний контроль діяльності працівників служби обслуговування



здійснює завідуючий цим відділом. Заключний контроль виконання планів здійснює планово-економічний відділ підприємства, який розробляє ці плани.

Контроль передбачає перевірку виконання планів і досягнення поставлених цілей. Для того щоб вчасно виявляти порушення в реалізації планових завдань і вносити необхідні корективи, треба налагодити постійний моніторинг конкретних показників виробництва на підставі щоденних, щотижневих, щомісячних, щоквартальних звітів про кількість підтверджених бронювань, реалізованих турів, про розмір отриманих доходів і зроблених витрат.

У процесі контролю здійснюється моніторинг таких показників функціонування турфірми:

- кількість зроблених і реалізованих турів;
- якість обслуговування;
- кількість повторних звернень клієнтів;
- ступінь задоволення туристів наданими послугами тощо.

Для ефективного контролю необхідно відповідне знання управлінських пропозицій, тобто можливість спостерігати і піддати розгляду даний план у деталях перед тим, як запустити його в справу; своєчасна інформація з управлінської доповіді про виконання плану і результатам, що дійсно досягаються, у порівнянні з плановими показниками; здатність засумніватися у відхиленні від плану і, якщо необхідно, утрутитися, коли управління нездатне виправити план на визначений курс.

Отже, туристичні підприємства, які мають сучасні й точні системи контролю, мають більше шансів для досягнення успіху.

УДК 65.018

Тригубенко Ю.І.<sup>1</sup>, Журавльова С.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУз-121с, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд.екон. наук, старш. викл. ЗНТУ

## **ФОРМУВАННЯ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

Сфера послуг є частиною економічної системи, яка виконує функції, що відповідають їй, в системі громадського відтворення. Основою функціонування сфери послуг є необхідні трудові, матеріальні, організаційно-технологічні і фінансові ресурси. Залежно від їх використання на підприємствах сервісу можна досягти стійкого росту об'єму послуг для населення, забезпечивши при цьому задоволення зростаючого попиту на послуги в країні.

В умовах переходу до ринку кризові явища в економіці України більшою мірою торкнулися сфери платних послуг. Це проявилось у

більшому, ніж в інших галузях народного господарства, падінні обсягів виробництва, невиконанні завдань по введенню в дію об'єктів соціальної сфери, різкому підвищенні цін на платні послуги.

Основну увагу вимагається приділити формуванню високої якості послуг, оскільки воно формується (підтверджується) в процесі надання послуг і багато в чому залежить від поведінки і професіоналізму персоналу, дотримання ним стандартів обслуговування, процедур і технологій надання послуги ін. Перехід до ринкових стосунків вимагає нових підходів до проблем формування матеріальних потоків, їх раціоналізації і визначення ролі сфери послуг.

Одним з основних напрямів розвитку сучасної економіки за останні два десятиріччя є стрімке розширення сфери послуг. Збільшення попиту на різного роду послуги можна пояснити впливом цілого ряду чинників.

По-перше, в результаті росту добробуту зросло бажання споживачів полегшити таку рутинну роботу, як прибирання, приготування їжі і так далі, що привело до процвітання індустрії комфорту.

По-друге, ріст доходів і поява додаткового вільного часу збільшили попит на цілий ряд послуг, пов'язаних з проведенням дозвілля і заняттями спортом.

По-третє, ріст використання високотехнологічних товарів в домашніх умовах (домашні комп'ютери, мультимедійна аудіо- і відеотехніка, системи безпеки) привів до збільшення потреби у фахівцях з їх установки і обслуговування.

Що стосується ділових послуг, вдосконалення ринків і технологій посилює потребу компаній в підприємствах сфери послуг, що займаються дослідженнями ринку, маркетинговими розробками і технічними консультаціями. Компанії охоче купують послуги, оскільки це дозволяє уникнути додаткових капіталовкладень в засоби їх самостійного виробництва і таким чином зберігати гнучкість. В цілому надання послуг на ринку пов'язане з виникненням особливих проблем, для вирішення яких потрібні особливі маркетингові стратегії.

Послуга – це будь-яка діяльність або благо, яку одна сторона може запропонувати іншій. Послуга по суті своїй є невідчутною і не призводить до передачі власності. Оренда готельного номера, зберігання грошей у банку, переліт на літаку, візит до лікаря, стрижка в перукарні, відвідування спортивних заходів, перегляд кінофільму, ремонт автомобіля, консультація у адвоката – усі ці щоденні операції пов'язані з придбанням послуги.

Проте необхідно відмітити, що разом з виробництвом товарів багато промислових підприємств також надають цілий ряд послуг, серед яких, – доставка товару, ремонт і технічне обслуговування устаткування, повчальні програми по його експлуатації, технічні консультації. Багато постачальників

послуг разом зі своїм основним видом діяльності продають і фізичні товари. Наприклад, авіакомпанії пропонують широкий асортимент блюд, напоїв, газет, які є невід'ємною частиною основної послуги, – авіап перевезення. Досить рідко можна зустріти організацію, що надає товар або послугу в чистому вигляді.

Невідчутність послуги означає, що її не можна продемонструвати, тобто до купівлі послуги неможливо побачити, спробувати на смак, поторкати, почути або понюхати. Зважаючи на відсутність відчутних характеристик послуги до її купівлі міра невизначеності придбання збільшується. Щоб її скоротити, покупці шукають «сигнали» якості послуги. Свої висновки відносно якості вони роблять виходячи з місця, персоналу, ціни, устаткування і засобу надання послуги, які вони можуть побачити.

Отже, метою виробника послуги є підвищення міри відчутності послуги.

УДК 65.018

Асауленко Н.О.<sup>1</sup>, Журавльова С.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУз-121с, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. екон. наук, старш. викл. ЗНТУ

## ГОЛОВНІ РИСИ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ

Сфера гостинності це комплекс галузей головне завдання яких пов'язується з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. До сфери гостинності, згідно визначень провідних спеціалістів у сфері економіки туризму, належать готельний та ресторанний бізнес, підприємства транспортного обслуговування, сфера розваг. Готельна сфера в структурі індустрії гостинності виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь всі сектори й елементи індустрії гостинності. Таким чином, доцільно виділити готельну індустрію як найбільш комплексну складову індустрії гостинності та розглядати її самостійно.

Зміст понять «готельна справа», «готельний бізнес», «готельна індустрія» – пов'язується з економічною діяльністю спеціалізованих підприємств, що пропонують на комерційній основі власні послуги і забезпечують клієнтам, які подорожують необхідні умови для розміщення та харчування.

В умовах конкурентного ринку послуг гостинності, прагнення підприємств до отримання найбільшого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів послуг, спонукає підприємства готельного бізнесу забезпечити не лише проживання та харчування, зумовлює

необхідність розширення обсягу додаткових і супутніх послуг. Це збагачує зміст поняття «готельний бізнес», розширює сферу діяльності готельних підприємств, що надають послуги не тільки власного виробництва, але й суміжних галузей.

У готелях послуги розміщення, харчування та додаткові послуги взаємодоповнюються і сприймаються клієнтами як єдине ціле. Водночас різниця між спеціальним і додатковим готельним продуктом не завжди очевидна. Послуги, що виступають спеціальним продуктом на одному ринку можуть бути додатковим на іншому. Досвід функціонування відомих готельних підприємств свідчить, що розробка комплексного готельного продукту повинна супроводжуватись ретельним вивченням головних тенденцій та визначальних характеристик споживчого ринку готельних послуг.

Комплексний готельний продукт, крім основного, спеціального й додаткового продуктів, включає такі його елементи та якісні характеристики, що створюють загальний імідж готельного підприємства, виражений у загальній атмосфері обслуговування, формі пропозиції, толерантності у спілкуванні обслуговуючого персоналу, професіональних характеристиках. Лише загальна атмосфера пропозиції готельного продукту може стати вирішальним фактором у виборі клієнтами готельного продукту.

Серед особливостей готельних послуг, що відрізняють їх від товару можна виділити такі:

- нематеріальний характер в основній складовій послуг;
- обмежені можливості зберігання;
- терміновий характер послуг;
- періодичний (сезонний) характер попиту на готельні послуги;
- неоднорідність якості обслуговування. Нематеріальний характер в основній складовій послуг.

Специфіка надання готельних послуг у порівнянні з продажем товару, пов'язується з невідчутністю, неможливістю клієнтами одразу в повному обсязі охопити їхні споживчі особливості. Споживачам послуг важко оцінити послугу до моменту придбання, іноді навіть після купівлі. Клієнти готелів, які не можуть виявити якісні характеристики готельних послуг, відображені у ціновому еквіваленті, є проблемною категорією споживачів готельних послуг.

Водночас, невідчутність послуг ускладнює управління процесом їхнього виробництва і продажу. Готельним підприємствам складно презентувати клієнтові свій товар, ще складніше обґрунтувати встановлення різних цін на послуги. Підприємство може лише описати переваги певної послуги, а послуги як такі клієнт може оцінити лише після їхньої купівлі.

УДК 069: 379.85

Хан Х.Д.<sup>1</sup>, Журавльова С.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУз-121с, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд.екон. наук, старш. викл. ЗНТУ

## **ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ЗА ПРОГРАМОЮ «ТАЄМНИЙ ГІСТЬ»**

Поняття «гостинність» у всіх словниках тлумачиться як люб'язний прийом гостей, привітність по відношенню до гостей. Це одне з понять цивілізації, яке завдяки прогресу і часу перетворилося на потужну індустрію, в якій працюють мільйони професіоналів, створюючи все краще для споживачів послуг (туристів).

Індустрія гостинності включає в себе різні сфери діяльності людей – туризм, відпочинок, розваги, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, екскурсійну діяльність, організацію виставок і проведення різних наукових конференцій.

Велика увага приділяється питанню залучення клієнтів з боку інших підприємств. Це пов'язано насамперед з властивостями послуги як товару. Послуга невлотима і нематеріальна. Процес реалізації послуги залежить від процесу її виробництва. З цієї причини якість послуг знаходиться в безпосередній залежності від емоційного і психологічного стану споживача, а також роботи самого персоналу.

Різні фірми індустрії гостинності не можуть використовувати традиційні стратегії або методи просування послуг щодо споживачів, оскільки жорсткість конкуренції призводить до необхідності розробки нових програм і генерування ідей з залучення і утримання клієнтів.

Говорячи про оцінку якості послуг, не можна не згадати про методику «MysteryGuest», яка знаходить все більше застосування в готельному бізнесі.

Ця методика дозволяє оцінити роботу контактного персоналу з точки зору споживача послуг і своєчасно вжити заходи щодо поліпшення якості обслуговування. Спеціально навчений агент прибуває на підприємства і скориставшись послугами готелю, оцінює рівень обслуговування за спеціальною формою. Візит наноситься інкогніто, і персонал підприємства сфери послуг не здогадується про те, що його перевіряють. За допомогою цього методу можна оцінювати якість обслуговування, техніку продажів, зовнішній вигляд і манери персоналу, його поведінка в конфліктних ситуаціях, і оцінивши їх, додати корективи в стандарти обслуговування. Ця методика дозволяє вирішити проблему з впливом персоналу на результати проведення оцінки якості послуг.

Крім контролю якості роботи своїх співробітників, «MysteryGuest» часто використовують як легальну форму спостереження за конкурентами і

партнерами. «MysteryGuest» можна використовувати і для оцінки вміння контактного персоналу вести діалог по телефону, а також якості Інтернет-послуг.

На відміну від моделей маркетингу послуг, розроблених зарубіжними фахівцями, в структуру моделі готельної послуги необхідно включати характеристики, властиві саме готельній послуги.

Характеристика готельної послуги «індивідуальність споживання» припускає індивідуальне обслуговування споживачів готельних послуг та аналіз їх мотивацій, в зв'язку з тим, що вона грає одну з найважливіших ролей у створенні конкурентної переваги готельного підприємства. Саме індивідуальність споживання обумовлює розширення асортименту додаткових послуг готельного підприємства.

Таким чином, можна говорити про те, що перехід на інтерактивне розуміння готельного бізнесу дозволить підвищити ефективність залучення й утримання готельним підприємством клієнтів і роботи з ними, що призведе до зміцнення положення готельного підприємства на ринку.

УДК 338.48

Романько О.С.<sup>1</sup>, Кукліна Т.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-131с, ЗНТУ,

<sup>2</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Готельно-ресторанний бізнес зараз – це галузь світової економіки, яка приносить високий дохід і виступає як один з головних факторів соціально-культурного розвитку, завдяки яким підвищується рівень і якість життя людей. Готельно-ресторанний бізнес пов'язаний практично з усіма сферами життєдіяльності, він в якомусь роді інструмент стимулювання соціально-економічного росту на національному і регіональному рівнях.

В умовах підвищення конкуренції з кожним роком серед підприємств індустрії гостинності потрібно підлаштовуватися під мінливі умови ринку і попиту на туристські послуги, удосконалювати й підвищувати ефективність цієї діяльності за допомогою певних методів. Це необхідно для забезпечення високих економічних показників у довгостроковій перспективі і прагнення бути кращою серед конкурентів.

Ефективність діяльності підприємства індустрії гостинності безпосередньо пов'язана з інноваційним потенціалом, його можливостями, а також реалізацією кадрової та інформаційної політики.

Важливим аспектом в готельному бізнесі, є грамотна кадрова політика, а також гнучка система навчальних програм, що дозволяє створити в готельному підприємстві єдину кваліфіковану команду співробітників. Підвищення якості та конкурентоспроможності послуг також має важливе значення для розвитку підприємства готельно-ресторанного бізнесу в умовах постійно зростаючої конкуренції курортів Запорізької області.

В даний час стратегію можна змінити на стратегію розробки, тобто розширення асортименту, просування нових послуг, модернізація існуючих послуг, впровадження інновацій у різні сфери діяльності. Як додаткову мету можна використовувати розробку маркетингової стратегії, спрямованої на розширення каналів збуту.

Діяльність готельно-ресторанних підприємств характеризується наступними показниками: номерним фондом, коефіцієнтом завантаженості, категорійності, класом обслуговування, а також набором додаткових послуг.

Кадрова політика підприємства індустрії гостинності також вимагає більш ретельного розгляду і вивчення проблем. Особливості управління кадрами на підприємствах туризму багато в чому пов'язані з проблемами підготовки кадрів для галузі і недоліками системи туристської освіти.

Обслуговування в готельно-ресторанному підприємстві – це система заходів, що виключає найменші умови для конфліктної ситуації. Результативність управління інноваціями в готельному бізнесі – можна оцінити як надання послуг по проживанню з максимальною вигодою і мінімальними трудовими витратами, при прийнятному рівні якості.

У зв'язку з тим, що в умовах загостреної конкуренції готелі вимушені безперервно шукати нові шляхи підвищення конкурентоспроможності своїх підприємств, сьогодні на передній план виходить здатність готельно-ресторанного підприємства створювати інновації.

В даній ситуації є актуальним проведення досліджень, моніторингу, що стосуються з'ясування споживчих переваг і аналізу якості готельно-ресторанних послуг. Необхідно також удосконалювати рекламну та маркетингову політику бази. У розвиненому регіоні вихід на нові ринки і розширення асортименту є основними можливостями.

В цілях підвищення ефективності діяльності готельно-ресторанного підприємства рекомендується впровадження кадрового планування. Сутність кадрового планування полягає в наданні людям робочих місць у потрібний момент часу і необхідній кількості відповідно за їх здібностями, схильностями та вимогами виробництва.

## ДЕЛЕГУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

Важливим чинником соціально-економічного розвитку суспільства є здатність організацій генерувати й ефективно впроваджувати нові знання, як результати пізнання індивідом сутності та природи складних явищ.

Складність процесу створення знань та специфічність процесу їх привласнення потребує впровадження нових принципів, методів та технологій менеджменту персоналу.

Джерелом та носієм унікальних знань, що генеруються в організації, зазвичай стають творчі, висококваліфіковані працівники, котрі характеризуються високим рівнем професійної компетентності і самостійності. Тому управління персоналом організацій повинно базуватись на принципах взаємного врахування інтересів, реалізації індивідуального потенціалу працівників та розвитку їх відповідальності, що найбільш повно реалізуються в умовах демократизації управління персоналу.

Делегування повноважень – ефективний інструмент розвитку персоналу. Залучаючи співробітників до процесу прийняття рішень, ви надаєте їм можливість до самореалізації, а також відчутти своє вагоме значення в колективі.

Під делегуванням у загальному сенсі розуміється передача підлеглому задачі або діяльності із сфери дій керівника, необхідних повноважень і відповідальності, зі збереженням за керівником управлінської відповідальності по здійсненню керівництва, що не може бути делеговано.

Переваги делегування:

- дозволяє керівнику займатися завданнями вищого рівня;
- виявляє потенціал співробітників, розкриває їх здібності, кваліфікацію;
- допомагає створити додаткову мотивацію;
- утримує співробітників в компанії;
- певну роботу підлегли здатні виконувати краще за свого керівника.

Таким чином, у результаті делегування працівник отримує можливості уточнювати зміст переданих завдань, самостійно розпоряджуватись наданими ресурсами, самостійно приймати необхідні рішення, а також бере на себе відповідальність за якість своєї діяльності.

Делегування – це таке доручення завдання, що пов'язане з можливостями і здібностями (а також завантаженістю) підлеглих. Делегувати завдання треба не тому, хто хоче, а тому, хто може і здатний її вирішити. В



рамках делегування керівник виконує ролі радника, консультанта, арбітра і спостерігача.

У такому трактуванні делегування постає як одна з технологій демократизації управління персоналом, що реалізує можливість впливу індивіда на організаційні умови, надає додаткових повноважень, формує відповідальність та в деякій мірі враховує і задовольняє інтереси працівника.

Найважливіші завдання найкраще делегувати найнадійнішим працівникам, термінові – найдосвідченішим, нетермінові – тим, які набувають досвіду, некритичні задачі або ж не досить важливі – людині, яку необхідно оцінити або мотивувати.

Для кожного завдання необхідне чітке формулювання задачі: що треба робити, яких результатів досягти, в які терміни та за якими критеріями буде оцінюватися виконана робота.

Основа делегування – план, відповідальність та оцінка. Виконання кожного завдання супроводжується або заохоченням, або покаранням (моральним або матеріальним).

Реалії управлінських систем свідчать про неможливість отримання зазначених результатів без впровадження та посиленого розвитку у працівників навичок підвищення ефективності своєї діяльності та оволодіння принципами самоуправління. За цих обставин самоменеджмент постає наступною важливою технологією демократизації управління персоналом.

Отже, делегування – це не засіб утекти від відповідальності, а форма поділу управлінської праці, що дозволяє підвищити її ефективність. Делегування полегшує роботу керівника, але не знімає з нього обов'язки приймати остаточні рішення, – обов'язки, які й роблять його керівником.

УДК 338.486.2:339.137.2

Баба О.М.<sup>1</sup>, Безхлібна А.П.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МГУЗ-121с, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ПРОБЛЕМА ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Проблема забезпечення фінансової стійкості підприємств туристичної галузі є актуальною, оскільки останнім часом на ринку туристичних послуг банкрутства великих туроператорів відбуваються частіше.

Фінансова стійкість туристського підприємства – це стабільний фінансовий стан туристичного підприємства з високою швидкістю грошового обороту та отримання прибутку, що забезпечується оптимальним співвідношенням власного і позикового, довгострокового і

короткострокового капіталу, що дозволяє самостійно фінансувати свою діяльність і бути відносно незалежним від негативних внутрішніх і зовнішніх факторів розвитку ринку туристичних послуг.

Необхідно зазначити, що банкрутство туроператорів характерно для різних країн світу. За зазначений період серед туроператорів України офіційно оголосили про своє банкрутство наступні туроператори України: «Карія Тур Юкрейн» (2010 рік), ВАТ Туристична компанія «Анекс тур Україна» (2011 рік), туристичний підрозділ групи компаній Tasdemir Group (Туреччина) ВАТ «Ета Україна» (2011 рік), «ILTOUR» (2014 рік), «Ньюз Тревел» (2015 рік).

Якщо зупинитись більш детально на причинах банкрутства турфірм, то можна виділити наступні причини: падіння попиту на туристські продукти; підвищення курсу долару США та євро відносно вітчизняної грошової одиниці; зниження рентабельності туристичного бізнесу; збільшення ризику ведення туристичного бізнесу; застарілий механізм управління фінансовими ресурсами; зменшення державного регулювання туристичної діяльності.

На нашу думку, основною причиною банкрутства турфірм є відсутність ефективних важелів управління фінансовими ресурсами великих підприємств, маємо на увазі, власне, управління грошовими коштами з метою забезпечення фінансової стійкості туристичних підприємств, збереження та підвищення рентабельності їх діяльності, впровадження інновацій в діяльність, зниження підприємницького та валютного ризиків.

При банкрутстві туроператорів діючі туроператори відчувають складнощі з залученням нових клієнтів, тому може відбутися навіть низка банкрутств. Оскільки ті туроператори, що не мають додаткових джерел існування та не мають навичок управління грошовими коштами не витримують зниження попиту на тури і призупиняють свою діяльність.

Фінансові ризики мають об'єктивну основу через невизначеність зовнішнього середовища у відношенні до туристських підприємств. У довгостроковому періоді важливим інструментом забезпечення фінансової стійкості туристських підприємств є комплекс заходів і процедур управління ризиками, які впливають на її рівень. У сукупності стратегія, заходи і процедури утворюють собою своєрідний механізм управління ризиком, тобто ризик-менеджмент. Ризик-менеджмент являє собою сукупність методів, прийомів і заходів, що дозволяють певною мірою прогнозувати настання ризикових подій і вживати заходів до виключення або зниження негативних наслідків настання таких подій. Основними завданнями організації ризик-менеджменту на туристичному підприємстві є: підвищення фінансової стійкості; планування прибутків; зниження збитків; оптимізація податкових платежів; підвищення кредитоспроможності та інвестиційної привабливості; підвищення конкурентоспроможності.

Існують так звані попереджувальні методи нейтралізації ризиків, що впливають на фінансову стійкість туристських підприємств. Ці методи, як правило, більш трудомісткі, вимагають великої попередньої аналітичної роботи, від повноти і ретельності якої залежить ефективність їх застосування. До таких методів відносяться: стратегічне планування діяльності туристського підприємства; забезпечення компенсації можливих фінансових втрат, за рахунок системи штрафних санкцій, які включені в контракти; скорочення переліку форс-мажорних обставин в контрактах з партнерами; вдосконалення управління оборотними коштами туристського підприємства; збір та аналіз додаткової інформації про фінансовий ринок; прогнозування тенденцій зміни зовнішнього середовища і кон'юнктури туристського ринку.

Таким чином, вищерозглянуті методи дозволяють заздалегідь прорахувати витрати і мінімізувати можливі ризики, що призводить до підвищення фінансової стійкості туристських підприємств.

УДК 378.1:379.85

Свістунова О.В.<sup>1</sup>, Безхлібна А.П.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-122, ЗНТУ,

<sup>2</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Менеджмент туризму – це сукупність методів, принципів, способів, управлінських прийомів, форм і засобів, які сприяють ефективному управлінню сферами туристичного виробництва і персоналу, зайнятих у сфері обслуговування туристичної діяльності. Туризм як об'єкт управління не схожий ні на одну з галузей економіки він має ряд особливостей, які багато в чому обумовлені специфікою галузі. Завдання менеджменту полягає в тому, щоб виявити такі особливості і надалі враховувати їх при управлінні туристичними підприємствами та організаціями.

Можна виділити такі головні особливості менеджменту в туризмі підприємства:

1. Великі масштаби туристичної індустрії і складності взаємозв'язків між її складниками.

2. Нечіткість і складне визначення цілей управлінського впливу. На перший погляд може здатися, що для приватних туристичних підприємств цілі досить зрозумілі – накопичення цінностей, отримання прибутку. Однак турфірми часто орієнтуються на заявлені, а не на фактичні потреби туристів.

Щоб виявити останні, менеджер повинен докласти максимум зусиль, адже неефективність його діяльності може спровокувати невдоволення споживача.

3. Специфіка туристичних послуг і туристського продукту. Їх необхідно враховувати при розробці системи управління туристичним підприємством.

4. Специфіка туристичного попиту, який має неоднорідний характер і вирізняється серед інших причин:

- невідчутність і збереження турпродукту;
- різноманітністю споживчих уподобань;
- високу значимість суспільних факторів.

5. Сезонність туристичного попиту і пропозиції. Їх необхідно враховувати менеджеру турфірми для розробки пропозиції і прийняття заходів для зниження нерівномірності попиту на туристичні послуги.

6. Ще одна особливість полягає в тому що на розвиток туризму впливає значно більша кількість зацікавлених сторін, ніж в будь-якому іншому виді діяльності людини. Серед здійснення туристичної діяльності охоплює клієнтів, підприємства-постачальники, виробників окремих туристичних і нетуристичних послуг, державні органи й установи.

Суттєві завдання менеджерів туризму полягають:

1. У визначенні типу клієнта і виявленні його реальних потреб.
2. Зіставленні отриманих даних з ресурсними можливостями турфірми, тобто з'ясуванні можливості задоволення цих потреб за допомогою наявних турів і маршрутів.
3. Визначенні загальних тенденцій і закономірностей розвитку попиту, а також його специфічних особливостей.

Розглянувши особливості менеджменту туристичного підприємства можна сказати що діяльність з управління туризмом істотно відрізняється від діяльності працівників інших галузей і тому застосовувати напрацювання і моделі управління з інших сфер трудової діяльності в сферу туризму неможливо.

Особливості менеджменту організацій туристичної індустрії обумовлені різноманітністю туристичної діяльності, невизначеністю кінцевого результату, часто залежить від партнерів, необхідністю роботи з споживачами послуг не тільки в момент продажу, а й в процесі реалізації. Ефективне Управління туристичним підприємством без менеджменту неможливо так як менеджмент наповнює туристичну галузь новим змістом: цілі організації стають конкретними, визначеними у часі, досяжними, реалізація функцій – високотехнологічної, ефективність діяльності компанії вимірної.

## **ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Менеджмент визначається як процес, за допомогою якого професійно підготовлені спеціалісти формують організації та керують ними шляхом постановки цілей та розробки засобів їх досягнення. Процес менеджменту передбачає виконання функцій планування, організації, координації, мотивації, контролю праці робітників організації для досягнення певних цілей. Тому менеджмент – це вміння досягти поставлених цілей, спрямовуючи працю, інтелект, мотиви поведінки людей, які працюють в організації. Тому можна розглядати менеджмент як процес впливу на діяльність окремого працівника, групи, організації в цілому з метою досягнення найкращих результатів.

Соціальна ефективність менеджменту відображає вплив менеджменту на процеси формування професійних характеристик працівників, у тому числі керівників, формування корпоративного духу, відповідного психологічного клімату в колективі, атмосфери захищеності її причетності до цілей організації, перспектив розвитку соціальних інституцій тощо. Соціальну ефективність менеджменту можна оцінювати з двох точок зору. З одного боку, її оцінюють за показниками, що відображають соціально-культурну сферу, функціонування організації: рівень трудової дисципліни, рівень стабільності кадрів, рівень розвитку соціальної інфраструктури, рівень умов праці тощо.

Для визначення ефективності удосконалення управління використовують такі показники:

- а) порівняння витрат на раціоналізацію з результатами діяльності об'єкт управління;
- б) співвідношення витрат на удосконалення управління і на сам процес управління;
- в) динаміку витрат на управління порівняно із загальними витратами виробництва.

На практиці для оцінки ефективності системи управління найчастіше використовують три групи показників:

- загальні результативні показники виробничо-фінансової діяльності підприємства – валова продукція в динаміці, вихід валової продукції на одного середньорічного працівника, фондівіддача, прибуток на одного працівника, рентабельність виробництва тощо;

– показники продуктивності управлінської праці – виробництво валової продукції на одного управлінського працівника або на 1 людину-день, затрачений в управлінні, вихід валової продукції на 1 грн. витрат на управління, сума прибутку на 1 людину-день, затрачений в управлінні, тощо;

– показники економічності апарату управління – питома вага персоналу управління в загальній чисельності працюючих і загальному фонді оплати праці, питома вага витрат на управління в собівартості продукції тощо.

Ефективність управління – один з основних показників вдосконалення управління, що визначається зіставленням результатів управління і ресурсів, витрачених на їх досягнення. Оцінити ефективність управління можна шляхом порівняння одержаного прибутку і витрат на управління. Найважливішими умовами ефективності управління сьогодні є використання новітніх інформаційних і управлінських технологій, максимальна автоматизація та комп'ютеризація ділових процесів.

Оскільки ефективність діяльності організації суттєво залежить від ефективності управління (менеджменту), одним з головних завдань управляючої системи є визначення напрямків її підвищення. До них, зокрема, відносять: підвищення кваліфікації працівників управління; забезпечення прийнятного рівня освіти; набуття практичного досвіду; проведення періодичної атестації.

УДК 378.1:379.85

Сіра Т.В.<sup>1</sup>, Безхлібна А.П.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-131с, ЗНТУ,

<sup>2</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ТЕХНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Поняття «менеджмент» (з англ. management – управління), оскільки його значення залежить від сфери діяльності організації і стадії її розвитку. Серед них є універсальні визначення, які характеризують будь-яку управлінську систему і ситуацію:

- менеджмент – це мистецтво управління;
- менеджмент – це процес упорядкування елементів системи;
- менеджмент – це діяльність з управління матеріально-технічними, людськими, інформаційними та іншими ресурсами організації з метою досягнення цілей її функціонування.

Технологія менеджменту – це і професійні та особисті здібності самого менеджера, це мистецтво управляти, це навички, уміння впроваджувати теоретичні знання в практику, сукупність прикладів, зразків або еталонів умілого розв'язання управлінських проблем на різних рівнях. Тому

актуальними є вивчення історично конкретних ситуацій господарського життя, теоретичне узагальнення нагромадженого досвіду керівництва на передових підприємствах.

Суть технології менеджменту полягає в установленні організаційного порядку в системі і визначенні раціональної послідовності виконання управлінських робіт.

Адже технологія менеджменту тлумачиться як і низка вимог, а саме як:

- єдність технологічного процесу;
- неперервність технологічного процесу;
- мінімальна вартість і трудомісткість технологічних процесів;
- рівномірність завантаження апарату управління.

Загалом, під функціями менеджменту слід розуміти види управлінської діяльності, які забезпечують формування способів управлінського впливу. На сучасному етапі розвитку менеджменту до загальних функцій належать планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання.

Сукупність засобів й прийомів впливу на колектив працівників і окремих виконавців для досягнення конкретних цілей організації:

- організаційно-розпорядчі (сукупність прийомів належного впливу на персонал, що носять адміністративний характер);
- економічні (це система засобів прямого і непрямого впливу працівників, які втілюються на основі низки матеріальних стимулів);
- соціально-психологічні (ґрунтуються на врахуванні особистій взаємодії людей, форм спілкування, культурних норм і цінностей).

Заходи щодо вдосконалення організаційної культури підприємств українського бізнесу пов'язані з гуманізацією праці, соціалізацією, демократизацією управління, створенням раціональної системи трудових відносин, налагодженням сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі, забезпеченням гласності в управлінні.

Майбутні дослідження мають бути спрямовані на подальшу деталізацію моделі організаційної культури вітчизняного менеджменту.

УДК 378.1:379.85

Ведмідь Т.К.<sup>1</sup>, Безхлібна А.П.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-131с, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Маркетинг (від англійського market – ринок) – комплексна система організації виробництва і збуту продукції, орієнтована на задоволення потреб конкретних споживачів і отримання прибутку на основі дослідження і прогнозування ринку, вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, розробки стратегії і тактики поведінки на ринку за допомогою

маркетингових програм . У цих програмах закладені заходи щодо поліпшення товару і його асортименту, вивчення покупців, конкурентів і конкуренції, по забезпеченню цінової політики, формуванню попиту, стимулюванню збуту і рекламі, оптимізації каналів товароруку та організації збуту, організації технічного сервісу і розширення асортименту сервісних послуг.

Методи маркетингової діяльності полягають у тому, що проводяться:

1. Аналіз зовнішньої (стосовно підприємства) середовища, в яку входить не тільки ринок, але і політичні, соціальні, культурні та інші умови. Аналіз дозволяє виявити фактори, що сприяють комерційному успіху або перешкоджають йому. У підсумку аналізу формується банк даних для оцінки навколишнього середовища і її потреб у широкому сенсі цього поняття і процесів придбання ними як нашого, так і конкуруючих товарів; можливостей.

2. Аналіз споживачів, як реальних, так і потенційних. Даний аналіз полягає в дослідженні демографічних, економічних, соціальних, географічних і інших характеристик людей, що приймають рішення про покупку.

3. Вивчення існуючих і планування майбутніх товарів, тобто розробка концепцій створення нових товарів і/або модернізації старих, включаючи їхній асортимент і параметричні ряди, упакування і т.д. Застарілі, що не дають розрахункового прибутку товари знімаються з виробництва і ринку.

4. Планування товароруку і збуту, включаючи створення, при необхідності, відповідних власних збутових мереж зі складами і магазинами і або агентських мереж.

5. Забезпечення формування попиту і стимулювання збуту шляхом комбінації реклами, особистого продажу, некомерційних престижних заходів («паблік рілейшнз») і різного роду матеріальних стимулів, спрямованих на покупців, агентів і конкретних продавців.

6. Забезпечення цінової політики, що полягає в плануванні систем і рівнів цін на товари, що поставляються, визначенні «технології» використання цін, кредитів, знижок.

7. Задоволення технічних і соціальних норм регіону, у якому збувається продукція, що означає обов'язок забезпечити належну безпеку використання товару і захисту навколишнього Середовища, відповідність морально-етичним правилам, належний рівень споживчої цінності товару.

8. Управління маркетинговою діяльністю (маркетингом) як системою, тобто планування, виконання і контроль маркетингової програми й індивідуальних обов'язків кожного учасника роботи підприємства, оцінка ризиків і прибутків, ефективності маркетингових рішень.



Маркетинг сьогодні називають «філософією бізнесу», оскільки як філософія є наукою про знання, так маркетинговий спосіб мислення є основою здійснення будь-яких комерційних операцій. Він охоплює велике коло завдань, які стають перед керівниками фірм: розробка тактики фірми і здійсненням товарної, цінової, збутової політики і стратегії просування товару на ринку.

Маркетинг відіграє важливу роль у діяльності всіх організацій, будь то некомерційні навчальні заклади, курорти або виробники туристських товарів і послуг з метою отримання власного прибутку. Суть маркетингу полягає у наданні в потрібний час і в потрібному місці необхідного товару чи послуги за необхідною ціною.

Маркетинг виникає й існує як відповідна реакція організації в умовах вільної ринкової конкуренції при наявності відносної свободи вибору для покупців. Тобто, маркетинг в туризмі – це діяльність з планування та розробки туристських товарів і послуг, продажу, просування товарів і послуг, стимулювання на них попиту та ціноутворення.

УДК 378.1:379.85

Рудковська І.О.<sup>1</sup>, Безхлібна А.П.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-122, ЗНТУ,

<sup>2</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ЗАСТОСУВАННЯ EVENT-МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ**

Event-маркетинг – це окремий синтетичний засіб маркетингових комунікацій, що являє собою складний комплекс з маркетингу і реклами. Event-маркетинг – є одним з дієвих інструментів, що встановлює безпосередній контакт між продуктом та цільовою аудиторією, ефективно працюючи з просуванням будь-якої туристичної фірми.

Згідно з оцінкою Всесвітньої туристичної організації, подієвий (event) туризм займає друге місце по популярності в Європі, тому аналіз роботи event-маркетингу в туризмі України є дуже важливим. Створення якісного event-маркетингу дозволить встановити безпосередній контакт між туристичним продуктом та потенційним клієнтом, ефективно розвивати усі заходи що існують в Україні. Нині в туризмі України визначають такі види event-заходів, як:

- наука і освіта (конгреси, конференції, семінари, олімпіади, конкурси);
- культурні заходи та свята (фестивалі, карнавали, релігійні події);
- досягнення в сфері мистецтва (концерти, кінофестивалі, музикальні фестивалі та театральні п'єси);
- спортивні досягнення (олімпіади, чемпіонати, змагання);
- політичні події (саміти, мітинги, демонстрації, тощо);
- бізнес і торгівля ( виставки, ярмарки, аукціони, тощо);

— озважальні заходи (національні свята, тематичні свята, унікальні природні явища, флеш-моби, шоу, світські події, події моди, тощо).

Як бачимо, в Україні існує дуже багато видів event-заходів, які проводяться регулярно. Саме event-маркетинг активізує увагу аудиторії до події, виділяє продукт на тлі конкурентів на туристичному ринку. За результатами аналізу маркетингових можливостей event-заходів України встановлено, що головною перевагою таких заходів в інформаційній поширюваності, інформація поширюється дуже швидко, що дає змогу залучати ще більшу аудиторію як місцевих, так і іноземних клієнтів до туристичного продукту за короткий проміжок часу. Також надає найбільший вплив на емоції споживача, що дозволяє донести цінності та головні атрибути бренду безпосередньо.

Event-маркетинг на сьогоднішній час стає популярнішим засобом просування послуг, брендів та товарів, став активно використовуватися при формуванні маркетингової стратегії на туристичному ринку в усіх регіонах України. В Україні цей вид маркетингу почав формуватися в 90-х роках ХХ століття. Спектр event-маркетингу в туризмі України широкий, тому має змогу залучати майбутніх клієнтів, майже 30 % — іноземці. Подієвий маркетинг допомагає майже всім видам заходів в туризмі на 80 %, тому його правильна робота не змусить довго чекати результатів.

Щоб робота event-маркетингу була ефективною в Україні, перш за все необхідно сформувати або налагодити інтерес журналістів до туристичного заходу не тільки місцевих журналістів, а й закордонних. По-друге, потрібно залучити закордонних клієнтів через найефективніше джерело інформації, а саме — Інтернет. Третя причина, що може негативно вплинути на роботу подієвого маркетингу в туризмі України — це погане вивчення зовнішніх факторів, а саме економічне та політичне становище в країні. Event-маркетологи повинні бути готові до змін в країні та прослідкувати, що саме потрібно для майбутнього розвитку туризму країни.

У подальших дослідженнях потрібно дослідити проблеми маркетингової інфраструктури туристичного ринку України.

УДК 368.021:338.48

Лукач Т.В.<sup>1</sup>, Корнієнко О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-112, ЗНТУ

<sup>2</sup>канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Сучасний вітчизняний страховий бізнес в галузі туризму вимагає свого осмислення та встановлення напрямків розвитку. Туристичне страхування — це компенсація витрат, які можуть виникнути під час подорожі внаслідок захворювання або нещасного випадку.

У туристичному бізнесі застосовуються такі види страхування: страхування туриста і його майна; страхування ризиків туристичних фірм; страхування туристів у закордонних поїздках; страхування іноземних туристів; страхування цивільної відповідальності; страхування цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів; страхування від нещасних випадків з покриттям медичних витрат.

До обов'язкових видів страхування відповідно до чинних в Україні документів належать: страхування цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів; страхування транспортних подорожей. Решта видів страхування туристів є добровільними.

Страхування туристів у закордонних туристичних поїздках, як правило, включає: надання туристу екстреної медичної допомоги при раптовому захворюванні або нещасному випадку; транспортування до найближчої лікарні, здатної провести якісне лікування під відповідним медичним контролем; евакуацію до країни постійного мешкання під належним медичним контролем; лікарняний контроль і інформування сім'ї хворого; надання медичних препаратів, якщо їх не можна дістати на місці; консультаційні послуги лікаря-фахівця; оплата транспортних витрат з доставки хворого туриста або його тіла (в разі смерті) до країни постійного мешкання; надання юридичної допомоги туристу при розслідуванні цивільних і кримінальних справ за кордоном.

Страхуванням цивільної відповідальності користуються туристи, що подорожують на особистих автомобілях, мотоциклах або інших транспортних засобах, які є джерелами підвищеної небезпеки.

Специфічними видами страхування туристів є: страхування на випадок невчасного відльоту; на випадок поганої погоди в місці тимчасового перебування; від невіїзду; від неотримання візи, тощо.

Таким чином, туристичне страхування в Україні передбачає можливість надання певного переліку страхових послуг, але при цьому необхідно забезпечити зацікавленість страхувальників у споживанні запропонованих страхових послуг, підвищити рівень фінансової надійності страхових компаній, які пропонують такі послуги, запровадити новітні технології в реалізації зазначених страхових послуг, тощо.

Аналіз останніх тенденцій на страховому та туристичному ринку України свідчить про позитивну динаміку та подальший розвиток даної галузі країни. Із формуванням туристичного сектора зростає актуальність та необхідність страхових послуг. Україна, зважаючи на європейський вектор розвитку, визначений урядом, перш за все, повинна удосконалювати страховий ринок, який постійно інтегрується з іншими, не менш важливими ринками національної економіки.

Зважаючи на поширення страхування в галузі туризму, можна прогнозувати підвищення ролі інших страхових продуктів, які стосуються захисту від майнових та фінансових ризиків, які виникають в українського туриста при виїзді за кордон.

Проаналізувавши запропоновані види послуг та умови їх придбання у страхових компаніях, був визначений ряд рекомендацій, щодо покращення організації страхування в туристичній діяльності. Отже, потребує подальшого вирішення цілий ряд проблем, що мають місце при організації страхування в туристичній діяльності, а саме:

- підвищення рівня страхової культури з метою побудови ефективного страхового захисту;

- подолання демпінгу з боку страхових компаній, що підриває їх фінансову надійність, механізм страхових гарантій і суперечить теорії та методології розрахунку страхових тарифів, чинному законодавству;

- урахування специфіки туру при розробці та підборі страхових програм; розширення можливостей страхових компаній у наданні сервісних послуг подорожуючим в Україні;

- введення єдиних стандартів щодо якісної та кількісної складової програм страхування туристів; створення спеціалізованих страхових програм для суб'єктів туристичної діяльності;

- розробка механізму інвестування страхових резервів у туристичну інфраструктуру, тощо.

Отже, страхування туризму відіграє значну роль для покупців та продавців туристичних послуг, оскільки воно забезпечує нормальне функціонування суб'єктів туристичного ринку, сприяє вирівнюванню фінансових витрат та регулюванню грошового обороту в країні.

УДК 368. 042

Бевзелюк В.В.<sup>1</sup>, Шевченко О.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МГУ-164, ЗНТУ,

<sup>2</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ВИДИ СТРАХУВАННЯ ДЛЯ ВИЇЖАЮЧИХ ЗА КОРДОН**

Туристичне страхування є однією з найбільш розповсюджених страхових послуг у світі. Перспективи його розвитку, враховуючи постійно зростаючу кількість мандрівників, досить значні. Тому потрібен моніторинг якості страхових послуг з точки зору ефективності надання страхового захисту від'їжджаючим за кордон громадянам країни.

Страхування в туризмі розглядається як невід'ємна частина туристського продукту, що гарантує надання у разі потреби медичного

обслуговування, виплати компенсації за потерпіле або пошкоджене майно туристів або репатріації.

Страховання туристів – це особливий вид страхування, що забезпечує страховий захист майнових інтересів громадян під час їх туристських поїздок, подорожей, шоп-турів та ін.

Воно відноситься до ризикових видів страхування, найхарактернішими рисами якого є їх короткочасність (не більше 6 місяців) і великий ступінь невизначеності часу настання страхового випадку і величини можливого збитку.

Страховання в туризмі має на меті покриття збитку, що викликається несприятливими, наперед передбаченими подіями, що можливі в практиці туристської діяльності, але не обов'язкові.

Мінімальна сума страхування туристів – 30 тисяч євро. Оформлене страхування повинно діяти у країнах Шенгенської зони і відповідати їхнім вимогам.

Існує чимало різних видів страхування в туризмі але найпоширенішими на сьогодні є:

1. Страхування медичних витрат – дозволить Вам отримати невідкладну медичну допомогу за кордоном, у разі раптового захворювання або нещасного випадку.

При оформленні страхового полісу, зверніть увагу на розмір страхової суми. Для поїздок до країн Євросоюзу, згідно Візового кодексу ЄС, страхова сума по страхуванню медичних витрат повинна бути не менше 30000 EUR на кожну застраховану особу. Для подорожей по екзотичних напрямках, таких як Таїланд, Індія (Гоа), а також при поїздках у країни значно віддалені від України, острівні держави та країни, наприклад, Мальдіви, Карибські острови, а також в ОАЕ, Японію, Австралію, країни Північної та Південної Америки, рекомендуємо використовувати страхову суму не менше 50000 EUR.

Якщо Ви плануєте провести свій відпочинок активно, наприклад, кататися на гірських лижах, санях, ковзанах, мотоциклах, водних лижах, займатися дайвінгом, взяти участь в аматорських спортивних змаганнях, кататися на тваринах чи займатися іншими видами активності з підвищеним ризиком, це обов'язково має бути враховано у Вашому страховому полісі. До страхового тарифу в такому випадку буде застосована надбавка.

Зверніть увагу, що ймовірність настання раптових проблем зі здоров'ям під час подорожей завжди вища для літніх людей, тому при страхуванні туристів віком від 65 до 80 років до страхового тарифу також буде застосована надбавка.

2. Страхування від нещасного випадку – дозволить отримати грошову виплату, якщо в результаті нещасного випадку, який стався під час подорожі, настала тимчасова втрата працездатності, інвалідність або смерть.

Зверніть увагу, розмір виплати визначається у % від страхової суми, тому, чим вище страхова сума, тим більшу грошову виплату Ви зможете отримати.

3. Страхування багажу – забезпечить Вам компенсацію витрат на придбання речей першої необхідності у разі тривалої затримки багажу, компенсацію збитку, заподіяного багажу, внаслідок псування під час перельоту, крадіжки, втрати, наприклад, через помилкове перевезення в іншу країну, а також в результаті багатьох інших причин.

4. Страхування від невіїзду (відміни подорожі) – страхування фінансових ризиків, пов'язаних із відміною подорожі або перериванням туристичної подорожі дозволить Вам уникнути фінансових втрат, у разі неможливості відправитися у заплановану подорож або дострокове переривання туристичної подорожі.

Причини скасування подорожі можуть бути різноманітні, наприклад, відмова консульських служб у в'їзній візі, нещасні випадки, раптове захворювання, проблеми з майном, тощо.

Страховий поліс можна купити безпосередньо у страховика або скористатися послугами турфірми. 75 % полісів продаються через турфірму і включені у вартість путівки. Зверніть увагу, що страхування, передбачене туристичною компанією, включає лише мінімальний набір послуг. Краще додатково оформити поліс, вибравши вигідніші умови.

УДК 338.48:339

Тимошенко А.П.<sup>1</sup>, Булатов С.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. МТУ-132, ЗНТУ,

<sup>2</sup> старш. викл. ЗНТУ

## ПРОБЛЕМА ТРАНСПОРТУ В ТУРИЗМІ

Розвиток транспорту й туризму – взаємно пов'язаний і взаємно обумовлений процес. Загальноприйнятим є факт, що сучасний туризм досягнув значного рівня розвитку багато в чому завдяки використанню транспорту. Початок кардинальним зміненням у транспортній системі було покладено створенням залізниці та відкриттям регулярного пароплавного сполучення. Автомобільний і авіаційний види транспорту, які з'явилися пізніше зробили ще більший вплив на подальший розвиток туризму.

Туризм об'єднує у собі два основні елемента – подорож і перебування. Подорож представляє його початкову, вкрай динамічну фазу. Зовні вона

будується як транспортний процес і пов'язана з задоволенням потреби до переміщення у просторі, зміною місця проживання туристів.

Вплив туризму на розвиток транспорту дуже важливий і різноманітний. Він вимагає розвитку матеріально-технічної бази, вдосконалення організації та управління на транспорті, системи транспортного обслуговування, і навіть проведення відповідної політики транспортних тарифів. В сучасних умовах стрімкого розвитку транспортних засобів все більше ускладнюється завдання приведення можливостей організаторів відпочинку у відповідність з різноманітними та динамічними вимогами щодо транспортного обслуговування туристів різних вікових, соціальних, мотиваційних та інших категорій.

Міжгалузевий комплекс індустрії туризму включає:

- пасажирський транспорт із його розгалуженою мережею технічних служб;
- різні спеціалізовані туристські підприємства й підприємства галузей, що не мають яскраво вираженого туристського характеру;
- широку сферу послуг, якими користується турист.

Всі сегменти індустрії туризму взаємозалежні й залежать одне від одного, тому повне й всебічне задоволення туристських потреб вимагає скоординованої роботи всієї сукупності засобів, об'єктів і організацій індустрії туризму. Перетворення туризму в масове явище створює низку проблем, пов'язаних з його транспортним обслуговуванням. Це відноситься як до транспорту загального користування, так і спеціалізованому транспорту, що функціонує в рамках туристських організацій. У загальному вигляді ці проблеми зводяться до наступного:

- створенню матеріально-технічної бази туристського транспорту загального користування, відповідного туристським потребам країни;
- вдосконалення організації транспорту;
- поліпшення якості транспортного обслуговування туристів.

Правильне вирішення цих проблем пов'язано з необхідністю задоволення зростаючих вимог до туристського обслуговування і з вирішенням завдань підвищення ефективності туристської діяльності.

При внутрішньому туризмі найбільшу популярність мають автобусні і залізничні перевезення. В останні роки збільшився відсоток туристів, які користуються авіатранспортом, що пов'язано з розвитком таких видів туризму, як шоп-тури і бізнес-тури, де визначальним фактором є швидкість доставки. Транспортна складова з її інтенсивністю руху і доступністю є важливою умовою формування як національного ринку туристських послуг, так і його взаємодії на регіональному та світовому рівнях. Зазначені передумови створюють країні відносні переваги на ринках вищих рівнів, а наявність абсолютних переваг, забезпечена туристсько-рекреаційними

природними і культурно-історичними ресурсами, наявним різноманіттям, а також стимулює туристський внутрішній і зовнішній попит.

Отже, туристська індустрія має унікальну структуру. Вона характеризується наявністю цілого ряду окремих елементів, що включають різні галузі обслуговування. Будучи однією з найбільш доходних і інтенсивно розвиваючих галузей, вона має важливе соціальне й економічне значення. Проблеми, які існують у транспортному обслуговуванні мають бути вирішені в найближчі роки, оскільки транспорт є основною складовою туристської інфраструктури, без якої неможливе функціонування туристської галузі.

УДК 069: 379.85

Рублевська Є.В.<sup>1</sup>, Белікова М.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. МТУ-112, ЗНТУ,

<sup>2</sup> канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

## МУЗЕЙНИЙ СЕРВІС

Кожного дня по всьому світі мільйони людей відвідують різноманітні музеї з метою збагатити свої знання і побачити щось прекрасне. Музейні експозиції здатні розповісти про минуле й сьогодення. Деякі музеєзнавці порівнюють музеї з книгами, адже вони так само вражають своєю різноманітністю.

Публічність, максимальна доступність, толерантність і відкритість музейних колекцій є головною передумовою успішного функціонування музейних закладів не тільки на території України, а й в усьому світі. Доступ до колекції та музейних програм не повинен обмежуватись ні фізично, ні ментально, цінність кожної людини, кожного відвідувача не обговорюється.

Музейні заклади мають пристосовуватись до потенційного споживача, бути більш гнучкими до потреб людей, для цього їм необхідно постійно вдосконалювати свій сервіс, звертати увагу на деталі.

По-перше, необхідно переглянути час та дні роботи – для зручності і доступності відвідувачів: працювати після обіду, по вихідним та в святкові дні.

По-друге, повинні бути продуманими альтернативні програми та культурні послуги для зацікавлення більшої аудиторії людей різного віку, з різним соціальним статусом: театралізовані, тематичні чи костюмовані екскурсії, лекції, міні-концерти чи вистави.

По-четверте, у музейного закладу повинна бути своя «родзинка»: сувеніри, незвичайні квитки чи оригінальний зовнішній вигляд працівників закладу.

По-п'яте, дозволити безкоштовне фотографування (окрім професійних фотосесій).



По-шосте, для музеїв з високим рівнем сервісу, обов'язкова наявність опалення та кондиціонерів.

По-сьоме, повинні бути місця для відпочинку під час екскурсії чи після неї.

По-восьме, наявність належних вбиралень.

По-дев'яте, етика працівників музею, їх професійність повинні бути на належному рівні.

По-десяте, під час проведення екскурсій обов'язково необхідно дотримуватись методичних рекомендацій та побажань відвідувачів.

По-одинадцять, треба створювати програми й залучати для їх розробки громадські організації, які працюють з особливими потребами людей з інвалідністю. Для них необхідно проводити додаткові спеціальні тренінги, наприклад, для сліпих – створювати дублікати предметів, до яких можна торкатися, повинні бути прокладені тактильні доріжки, виділені жовтим кольором, інформативні дошки шрифтом Брайля та із об'ємною схемою приміщення, повинна бути кольорова навігація та аудіо-гід, який би їх спрямовував, музеї повинні бути обладнані спеціальними пандусами та ліфтами. Для людей з інвалідністю програми проводяться на безкоштовних або пільгових засадах.

Музеї – один з центрів культурного життя людства. Необхідно, щоб якомога більша кількість людей знала, що за скарби зберігаються в них. Для цього необхідне не тільки запровадження менеджменту й маркетингу в діяльність музейних закладів, а й підвищення професійного рівня працівників, постійне удосконалення сервісу музейних установ.

УДК 338.48

Абрамян А.Г.<sup>1</sup>, Кукліна Т.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. МТУз-131с, ЗНТУ,

<sup>2</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

В умовах глобалізації економічного, політичного, культурного та соціального просторів сучасної світової економіки міжнародний туризм є однією з найдоходніших та найдинамічніших галузей, що розвиваються. Бюджет багатьох розвинутих країн на третину, а то і більше складається з надходжень від туристичної діяльності. Завойовуючи все нові й нові регіони, туризм став потужною індустрією, величезним комплексом, де злились соціальна та економічна сфери воедино. Закономірно, що його вплив поширився на життя не тільки певних регіонів, а й цілого ряду країн.

Сьогодні безпосередньо у сфері туризму зайнятий кожен десятий працівник (понад 260 млн. працюючих). Тому на сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин Україні, як державі, яка прагне інтегруватись у світову спільноту, стати рівноправним гравцем на світовій арені, надзвичайно важливо не залишитись на периферії міжнародних туристичних відносин. Формування економічно та соціально ефективної стратегії виходу держави на світовий туристичний ринок є особливо актуальним для України.

Перспектива розвитку міжнародного туризму в Україні ґрунтується на певних засадах, що склалися на її території. За умов наявності значного туристичного потенціалу, відсутні практичні рекомендації щодо схем планування, раціонального використання, та економічних засад функціонування сфери туризму. По всьому світі спостерігається збільшення обсягів виїзного та в'їзного туризму. В свою чергу міжнародний туризм формується під впливом економічних та географічних особливостей регіонів.

За даними Державної туристичної адміністрації України, на цю галузь припадає 10 % виробленого у світі валового продукту, близько 35 % світової торгівлі послугами, а також майже 11 % світових інвестицій. Протягом останніх років прибутки від міжнародного туризму збільшувалися щорічно в середньому на 9 %, темпи їх зростання випереджають аналогічні показники експорту таких товарів-«лідерів» світової торгівлі, як нафтопродукти, автомобілі, телекомунікаційні матеріали, текстильна продукція.

Головними факторами, які стримують розвиток міжнародного (іноземного) туризму в Україні є:

- недостатній рівень розвиненості мережі та об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам;
- відсутність скоординованої системи дій з просування туристичного продукту України на світовий ринок;
- технологічна відсталість галузі;
- низький рівень обслуговування, зумовлений відповідним загальним рівнем кваліфікації працівників галузі;
- відставання темпів, навіть порівняно із середніми показниками в країнах СНД, нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної діяльності, яке значною мірою було зумовлене перманентною адміністративною реформою.

Україна завдяки ефективному використанню свого великого туристично-рекреаційного потенціалу може увійти до числа найбільш розвинених щодо туризму країн світу. На сьогодні є актуальною задача розроблення і впровадження Національної програми створення та просування позитивного образу України та територіальних брендів її регіонів як за кордоном, так і в середині країни, сприяння підвищенню рівня соціального

самопочуття в українському суспільстві, від чого залежить і позитивне світовідчуття громадян, а в остаточному підсумку, і позитивний образ нашої країни у світі.

УДК 379.85.911.3

Пасічна Т.Ю.<sup>1</sup>, Віндюк А.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-142, ЗНТУ,

<sup>2</sup> док. пед. наук, проф. ЗНТУ

## **ПОРТУГАЛІЯ – ЯК ОДИН З НАПРЯМКІВ ВИЌЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Португалія – один із найцікавіших туристичних напрямків для українських туристів. Португалія – держава, з якої починається Європа, і в якій є безліч різних пам'яток, які привертають увагу багатьох туристів. Майже кожне місто Португалії має кілька музеїв, в яких представлені експонати, присвячені тій чи іншій тематиці. Цікаво те, що країна не має візового центру, а у посольстві майже немає черг, дуже лояльні вимоги до документів і один із найнижчих рівнів відмов.

У Португалії розвинуті майже всі види туризму. В цілому туристи мають змогу отримати різні види туристичних послуг і їдуть у країну з різною метою. Однак домінуючими видами туризму у Португалії є культурно-пізнавальний, курортно-пляжний, релігійний, діловий та ін.

Розвитку туризму в Португалії сприяють природні чинники та географічне положення держави. Найчистіший океан, екологічно чисті пляжі, відзначені блакитним прапором незалежного контролю ЮНЕСКО, м'який рівний клімат (присмно теплий без зайвої спеки), мозаїчні ландшафти (гори і долини у північній і центральній частині змінюються рівнинами у південних широтах), все це створює умови для розвитку різноманітних видів туризму.

Серед туристичних центрів Португалії особливо виділяються два міста - Лісабон і Порту.

Перлиною Португалії називають стародавнє мавританське місто Сінтра, яке у середні віки стало резиденцією королів. Символом Сінтри вважається розміщений у центрі Національний палац Пасо Реал із розписаними залами й конічними димарями.

У Лісабоні варто відвідати площу Россіо – місце, де спалювали єретиків і де проводилася корида, замок Святого Георгія, Монастир Ієронімів - один із трьох пам'ятників архітектури, що не мають аналогів у світі. Символом

Лісабону є сторожова вежа Белен, з якої відправлялися каравели Колумба й Магеллана на відкриття нових земель.

Друге за значимістю та величиною місто Португалії – Порту, саме від нього походить назва всієї держави, а також кріпленого вина. Сьогодні, як і сотні років тому, це портове місто є економічним центром країни. Туристів воно приваблює своїми старовинними плутаними вуличками, суворими в похмурі дні і незвичайно усміхненими, коли світить сонце. Це місто контрастів, змішання різних стилів та епох і в цьому його особливий шарм.

Крім історичних пам'яток Португалії на території Лісабонської Рив'єри туристи можуть відвідати цілком сучасні океанаріум і зоопарк.

На українському ринку ця країна зберегла свої позиції в рейтингу виїзного туризму, де, як і раніше, займає п'яте місце згідно з офіційними даними Держкомстату України. Вона поступається Туреччині, Єгипту, Фінляндії і Польщі. У 2012 р. в Португалію з України виїжджали 210,4 тис. туристів, що на 3,8 % більше, ніж у попередньому.

Середня вартість туру в Португалію, для громадян України становить 1070 євро за одну людину в двомісному номері категорії standard.

У вартість турів входить:

- авіапереліт Київ – Лісабон – Київ зі стикуванням (від 180 євро);
- трансфер аеропорт – готель – аеропорт;
- розміщення в готелях 3 – 4 зірок;
- сніданки, а також напівпансіон з напоями (крім дня прильоту/вильоту);
- екскурсії по програмі;
- медична страховка.

Додатково оплачується:

- консульський збір 45 євро – дорослий, діти до 18 років та пенсіонери – безкоштовно;
- входи в музеї, квитки в замки, палаци, університет;
- особисті витрати.

Роблячи висновок можна сказати, що у Португалії кожне місто і пам'ятка заслуговують уваги і окремої розповіді. Португалія володіє значними рекреаційними ресурсами (сприятливий клімат, мозаїчний рельєф, цікава історична та культурна спадщина тощо), які повною мірою використовуються. А дружелюбність, і оптимізм португальців роблять цю країну неймовірно бажаною для нових подорожей і відкриттів.

Хоча не кожен середньо-статистичний українець, може дозволити собі відпочинок за 1000 євро. Втім, Португалія займає одне з провідних місць,

серед країн виїзного туризму в Україні. Ця країна відкрита для українців протягом цілого року. Але найкращі місяці для відпочинку – вересень, липень, грудень.

УДК 351.852(477):069(477)

Гуляєв В.О.<sup>1</sup>, Белікова М.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-142, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

## СУЧАСНИЙ СТАН МУЗЕЇВ УКРАЇНИ

Музеї України мають багато проблем у всіх сферах діяльності: науково-дослідній, фондовій, науково-просвітницькій, видавничій. По-перше, в ряді музеїв немає музейної ради, не розроблено єдиного списку та каталогу музеїв України, погано налагоджені зв'язки з музеями інших профілів, науково-дослідними інститутами, майже відсутній обмін спеціалістами. Для подальшого якісного розвитку музейної справи в Україні треба затвердити програму розвитку музейної справи. Її мета – зміцнення матеріально-технічної бази музеїв та забезпечення збереження історико-культурної спадщини. Серед основних завдань даної програми – забезпечення соціально-економічних та правових умов для ефективної діяльності музеїв, історичних пам'яток та інших цінних культурних об'єктів; підтримка і розвиток мережі музеїв; забезпечення підготовки та підтвердження кваліфікації музейних кадрів, їх правовий та соціальний захист; сприяння формуванню сучасної інфраструктури музейної справи; впровадження у діяльність музеїв сучасних інформаційних технологій; створення новітньої реставраційної бази, оснащення музеїв сучасними науково-дослідними та реставраційними матеріалами тощо. Треба передбачити проведення ремонту та реставраційних робіт у всіх музеях.

Щодо соціального ефекту, то тут сподіваються на покращення умов зберігання пам'яток музейного фонду України та на збільшення кількості відвідувачів.

Сьогодні в Україні перед музеями стоїть завдання покращити соціально-культурний сервіс музеїв, а це залежить від роботи адміністрації музеїв, експозиціонерів, наукових співробітників, екскурсоводів. Оскільки змінити державне фінансування музеїв на сьогодні практично не можливе, мотивувавши таким чином музейний персонал, на практиці можливо запровадити зміни в управлінні музеєм на рівні адміністрації музеїв. По-

перше, одне з питань пов'язано з створенням атрактивного музейного продукту та його просуванням на ринку туристичних продуктів. Музейний продукт – це комплекс основних (екскурсійні) та додаткових музейних послуг (фотографування), тобто все те, що можна запропонувати відвідувачам музею. До основних музейних послуг належать збір, вивчення, збереження та експонування пам'яток та включення їх в систему «експозиція – екскурсовод – екскурсія – відвідувач». Додаткові музейні послуги – це інші послуги, які надаються для задоволення попиту відвідувачів та потребують додаткових зусиль музею. Наприклад, до комплексу додаткових музейних послуг належить право на друкування творів з власної колекції; право на фото- та відеозйомку; платний доступ у фондосховища, бібліотеку; здача в оренду приміщень для виставок, конференцій; продаж рекламної та сувенірної продукції; організація концертів; відкриття сувенірних крамничок; відкриття кафе.

Досвід розвитку більшості країн підтверджує, що нерозвиненість сфери соціально-культурних послуг обертається різкому падінні загальної культури суспільства.

УДК 069: 379.85

Курило Ю.А.<sup>1</sup>, Бєлікова М.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. МТУ-112, ЗНТУ,

<sup>2</sup> канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

## **ВІДВІДУВАНІСТЬ МУЗЕЇВ УКРАЇНИ ЗА ОБЛАСТЯМИ**

Відвідуваність музеїв країни – це основний показник їх суспільної значущості. В 2014 р. в Україні діяло 543 державні та комунальні музеї, які відвідало 14,2 млн. осіб. В Україні має місце явище глибоко нерівномірного географічного розподілу обсягів відвідувань музеїв за регіонами. Лише щодо Києва і Львівщини маємо підстави вести мову про успішне функціонування музейних установ. Музейна мережа решти країни, натомість, вимагає масштабної маркетингово-інформаційної стратегії суспільної популяризації ідеї відвідування музеїв (див. табл. 1).

Таблиця 1 – Кількість відвідувачів музеїв Україною

Регіони	Всього	Безплатні квитки	Платні квитки
Україна	8072,6	4548,5	3524,1
Вінницька	289,2	188,9	100,3
Волинська	58,1	43,2	14,9
Дніпропетровська	190,2	140,8	49,4
Донецька	137,7	131	6,7
Житомирська	62,6	45,1	17,5
Закарпатська	63,3	42,3	21
Запорізька	250,3	162,3	88
Івано-Франківська	318,8	211,9	106,9
Київська	202,6	149,7	52,9
Кіровоградська	78,7	59,6	19,1
Луганська	237,9	198,4	39,5
Львівська	371,3	243,6	127,7

Одеська	186,5	128,4	58,1
Полтавська	314,5	269,7	44,8
Рівненська	95,7	67,8	27,9
Сумська	68,1	59,6	8,5
Тернопільська	143	99,8	43,2
Харківська	188,2	149,3	38,9
Херсонська	184,7	155,3	29,4
Хмельницька	162,4	94,9	67,5
Черкаська	288,3	218,8	69,5
Чернівецька	26,4	28,7	-2,3
Чернігівська	300,4	190,6	109,8
м. Київ	1153,5	571,8	581,7

У 2013 р. перше місце за відвідуваністю музеїв займало м. Київ (5130,2 тис.), далі йшла Автономна Республіка Крим (друге місце,

2557,9 тис.), Львівська область (третє місце, 1864,0 тис.), м. Севастополь (четверте місце, 1061,6 тис.). П'яте місце ділять Чернігівська, Харківська, Черкаська, Дніпропетровська і Донецька області (897,4 – 833,6 тис. відвідувачів на рік), шосте – Вінницька, Запорізька, Полтавська області (690,7 – 620,9 тис.), сьоме – Одеська, Луганська, Тернопільська, Івано-Франківська, Тернопільська, Київська, Закарпатська (596,8 – 434,3 тис.). Восьме місце розділили Миколаївська, Кіровоградська, Рівненська, Чернівецька, Сумська, Волинська, Житомирська та Херсонська області (377,9 – 106,3 тис.).

Більшість музеїв мають план відвідуваності, за рахунок безплатних квитків досягається цей показник у багатьох державних музеях, коли до музею приходять учасники конференцій, пільгові особи та ін. Платних квитків реалізовується на порядок менше, ніж безплатних, що свідчить про те, що зацікавлених осіб у відвіданні музеїв не так багато, у зв'язку з цим музейний менеджмент потребує змін, але його стримують зовнішні чинники, серед них – нестача фінансових ресурсів; неефективна інвестиційна політика (недостатня кількість власних фінансових коштів для охорони музею, реалізації проектів, реклами, PR); висока ступінь зношеності основних фондів музеїв (приміщення потребують капітального ремонту); несприятлива економічна ситуація в Україні, яка ставить серйозні перешкоди для розвитку музеїв.

УДК 338.48(477)

Кітченко Л.М.<sup>1</sup>, Зайцева В.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУЗ-111м, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. пед. наук, проф. ЗНТУ

## РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У 70-х роках минулого століття в Європі стає популярним досить нестандартний вид відпочинку – сільський туризм. Мешканці мегаполісів, що стомилися від стрімкого сучасного життя, почали знаходити особливу принадність у відпочинку з видом на мальовничі сільські пейзажі в атмосфері традиційного селянського укладу життя.

Кожна країна вибирала свої методи організації сільського зеленого туризму і в процесі розвитку цього бізнесу єдиного «рецепту успіху» не існує. У кожній державі свої поняття про комфорт і гостинність. Кожна країна відрізняється своїми кліматичними та етнокультурними умовами. Але у будь-якому випадку сільський туризм розглядається з двох головних позицій які формують наявність попиту і пропозиції. Це бажання міського населення, як представника урбанізованих територій періодично перебувати



у природному середовищі та сільських жителів задовольняти дану потребу і для цього створювати родинні підприємства. Саме з точки зору створення робочих місць для сільських жителів і варто дослідити розвиток туризму в Україні та знайти шляхи залучення молоді до проживання у сільській місцевості.

В Україні повільно формується правова та економічна основа для організації відпочинку у селі. Центральні та місцеві органи виконавчої влади за участі громадських об'єднань проводять роботу з активізації розвитку сільського туризму, відпрацювання механізму державної підтримки з урахуванням досвіду інших країн, створення відповідної правової бази тощо.

Аналіз карти сільського зеленого туризму в Україні доводить, що туристські зони та маршрути тяжіють до найбільш цінних елементів екологічного каркасу України – чистих річок, лісових масивів, морського узбережжя, озер та водоймищ, а також до архітектурних комплексів малих міст та сіл. На сьогодні основними районами сільського зеленого туризму в Україні Карпати. Особливо інтенсивно він розвивається в Івано-Франківській, Закарпатській і Львівській областях.

Збільшується кількість «зелених» садиб у Чернівецькій та Волинській областях. Такі садиби з'являються в центральній частині України: Київській, Черкаській та Вінницькій областях. Про перші кроки у цьому напрямку можна говорити у Запорізькій, Кіровоградській, Дніпропетровській та Донецькій та інших областях. На сьогодні господарі 600 садиб із 18 областей України запрошують на відпочинок до своїх садиб.

Статистичні дані про сільський зелений туризм та обсяги туристів, які скористались послугами садиб, підтверджують думку про те, що осередки функціонування та розвитку такого виду підприємницької діяльності перш за все залежить від природних умов. Так, 2 садиби Волинської області надали послуги 2751 туристові, а 9 садиб Черкаської області відвідали лише 289 туристів. Це пояснюється та підтверджується тим фактом, що на території Волинської області розташовані Шацькі озера, які є основним осередком для літнього відпочинку, що у свою чергу сприяє розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму.

Порівняно з 2013 р., у 2014 р. агрооселі у певних областях, зокрема: Запорізькій, Одеській, Харківській та Херсонській припинили свою діяльність (разом – 6 садиб), тобто ці області зникли з карти сільського зеленого туризму в Україні. Тенденцію до зменшення агроосель спостерігаємо також в Івано-Франківській, Львівській, Закарпатській та Чернівецькій областях. На основі цього можемо стверджувати про зміну географічного розташування підприємництва сільського зеленого туризму з переважанням його у регіонах з особливими природно-кліматичними умовами або з наявними об'єктами історико-культурної спадщини.

Зміна економічної, політичної та соціальної ситуації в державі, зокрема її загострення, спричинили негативні зміни в усіх сферах суспільного життя, у тому числі і в підприємницькій діяльності у сфері сільського зеленого туризму.

Це, зокрема, призвело, з одного боку, до скорочення кількості садиб, які надавали послуги сільського зеленого туризму, а з іншого боку – до одночасного скорочення кількості осіб, які відпочивали в агрооселях.

Сільський зелений туризм може бути використаний для створення місць праці молоді, оскільки за даними Держкомстату України кількість безробітних у віці 15 – 70 років у 2014 р., становила 1,8 млн. осіб. Серед безробітних майже три чверті склали мешканці міських поселень (1,3 млн. осіб), решту – сільські жителі (493,5 тис. осіб). Разом з тим, сільська територія володіє достатніми ресурсами для організації туристичної діяльності. Адже сільська територія будь-якого регіону вже є привабливою з туристичної точки зору оскільки є неорганізованою, має природні ресурси та певний сільський колорит який відмінний від техногенного міста. Село має і унікальних особистостей з точки зору туризму – майстрів народних промислів, знавців традицій і обрядів, сільських легенд. Проте, необхідна наявність людей які б склали перелік садиб, що придатні для прийому туристів, виявили цікаві події, що відбуватимуться на селі, склали карту пам'яток та цікавих місць села, виявили осіб, що зацікавлені у здійсненні туристичної діяльності, розробили туристичний продукт та забезпечували його постійне оновлення, налагодили співпрацю з туроператорами для його успішної реалізації. Такими організаторами і можуть стати молоді люди, що отримали вищу освіту, або вчаться у вищих навчальних закладах.

УДК 338.46: 640.4

Ханіна Є.С.<sup>1</sup>, Лозова О.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. МГУ-142, ЗНТУ,

<sup>2</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

Термін «готель» походить від латинського *hostel* та англосаксонського *hospitality*, що в перекладі означає «гостинність», а також старофранцузького *hospice*, тобто «гість». Тому готельне господарство називають індустрією гостинності.

На даному етапі розвитку готельне господарство передбачає надання послуг з розміщення, харчування та обслуговування, тобто представляє собою комплекс заходів по задоволенню потреб споживачів, забезпечуючи при цьому комфортність перебування гостей. Головною метою діяльності

підприємств готельного господарства є надання бездоганного обслуговування. Для досягнення своєї мети підприємства готельного господарства мають поставити перед собою та вирішити наступні завдання:

- прагнути до досконалості, впроваджуючи новітні технології з надання готельних послуг та ведення готельної діяльності (в тому числі з енергозбереження), а також нестандартні підходи для найкращого задоволення потреб споживачів і ефективнішої роботи персоналу;

- створити атмосферу гостинності, орієнтуючись на потреби та комфортність перебування гостей;

- наближати надання послуг та ведення діяльності до міжнародних стандартів;

- дотримуватись оптимального співвідношення «ціна – якість»;

- турбуватись про довкілля та його збереження тощо.

Л.В. Овчаренко та А.В. Овчаренко вказують, що в даний час світове готельне господарство нараховує близько 350 тис. комфортабельних готелів, що мають більш, ніж 14 млн. номерів (26 млн. місць). При цьому кількість номерів за останні 20 років щорічно в середньому збільшується на 3 – 4 %, що свідчить про значну динаміку зростання засобів розміщення туристів.

За 2014 р. готельне господарство України нараховувало 2644 готелів та аналогічних засобів розміщення, з яких готелі складали 1523 одиниці (57,6 %). Номерний фонд готельного господарства за 2014 р. складав 69237 номерів, житлова площа якого нараховувала 1604,8 тис. кв. м, де було розташовано 135518 місць, в яких було розміщено 3814201 особа та отримано доходу від надання готельних послуг на 3404439 тис. грн.

Підприємства готельного господарства функціонують здебільшого в курортних зонах, або бізнес-регіонах України. Найбільше підприємств готельного господарства знаходиться у Львівській (0,33 %), Одеській (8,89 %), Закарпатській (8,86 %), Івано-Франківській (8,08 %) областях та м. Київ (5,94 %). Найменше готельних підприємств розташовано в Луганській області: 0,49 % від загальної кількості готелів та аналогічних засобів розміщення.

Цікавим є те, що завантаження готелів є сезонним (в областях, що не належать до активних туристичних зон, влітку вона найнижча, в курортних же зонах – влітку та взимку вона найвища). Також завантаження готелів протягом року, як правило, ще нерівномірне і за днями тижня – на вихідних воно знижується, зростаючи в будні за рахунок тих осіб, яких перебувають у відраядженні.

Суттєву конкуренцію підприємствам готельного господарства, у т.ч. великим готелям, створюють фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які переважно утримують невеличкі готелі та є власниками приватних будинків і квартир. Вони пропонують відвідувачам повний спектр

основних та додаткових готельних послуг при значно нижчій їхній вартості. Питома вага таких підприємств у 2014 р. складала майже 59 %.

Жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті готелі, котрі можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу.

Таким чином можна відзначити, що конкурентоздатність вітчизняних підприємств готельного господарства з року в рік знижується порівняно з європейськими та азіатськими підприємствами туристичних та рекреаційних зон. Це спричинено рядом факторів, зокрема політичного та економічного характеру.

Але все одно дана галузь економічної діяльності є перспективною сферою капіталовкладень, оскільки розвивається достатньо швидкими темпами, зумовлює рівень зайнятості у відповідних регіонах, створює матеріальну базу для розвитку туризму. Але в останні роки підприємства готельного господарства розвиваються в негативних умовах, зокрема нестабільної економіко-політичної ситуації країни, що призводить до зниження туристичної та бізнес-активності, дефіциту фінансування, відсутності привабливих для будівництва готельних комплексів земельних ділянок, довгої окупності таких проектів тощо.

УДК 330.111

Кошкालда А.О.<sup>1</sup>, Безхлібна А.П.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-111м, ЗНТУ,

<sup>2</sup> канд. екон. наук., доц. ЗНТУ

## **ВАЖЛИВІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ**

Карпатський регіон займає друге місце в Україні за обсягом доходів від рекреаційної сфери (22 % від сумарного показника по Україні) і поступається тільки Криму (відповідно 42 %), випереджаючи Причорномор'я (17 %) та Приазов'я (13 %). Можна навести багато переконливих аргументів на користь рекреаційної орієнтації перспективного розвитку регіону Українських Карпат. Але це ще не означає, що стимулюючи економічні процеси в даному напрямку, можна відразу ж досягти необхідних результатів. Для цього необхідні важливі рішення і продумані практичні дії протягом довгого періоду. Тому розвиток рекреації в Карпатському регіоні можна розглядати в контексті структурної перебудови його народно-господарського комплексу, в стратегічній моделі якого ця галузь повинна стати однією з домінуючих. Саме це підтверджує актуальність і важливість розвитку туризму в

Українських Карпатах, зокрема міжнародного туризму, доходи від якого можуть бути значним поповненням державного бюджету України.

На сьогодні ймовірність «Технологічного буму» в Україні є дуже низькою, тому продуктивність праці та конкурентоспроможність продукції ще довго залишатимуться низькими. Звідси робимо висновок, що акцент на розвитку в Карпатському регіоні промисловості навряд чи виправдає себе. Крім того, при зростанні промислового виробництва загострюватиметься екологічна ситуація. Таким чином, необхідно зробити нестандартні дії і рішення при виборі пріоритетів у видах туризму в цьому регіоні, розвиток яких забезпечило б прогресивні зміни в економічному житті. Це, в свою чергу, сприяло б притоку капіталу в галузь (зокрема – іноземного).

Стратегічна мета перспективного розвитку карпатської території полягає в тому, щоб на основі оптимального використання природи, матеріально-технічних, трудових та інтелектуальних ресурсів, природного, економічного, наукового і технічного потенціалу, а також його історичних і географічних особливостей створити ефективну туристичну систему, яка забезпечить матеріальний добробут населення і екологічну безпеку Карпатського регіону.

Освоєння його туристичного потенціалу є найбільш пріоритетним для розвитку Карпатського регіону. Цю тезу можна обґрунтувати наступними основними аргументами:

- наявна необхідна природно-ресурсна база (в Українських Карпатах налічується понад 800 джерел і свердловин лікувальних мінеральних вод, багато з них – унікальні);

- існує могутній потенціал для розвитку різних видів туризму (мальовничі ландшафти, рельєф Карпат);

- вигідне географічне положення регіону (центр Європи);

- територіальний поділ праці (в Україні є лише кілька регіонів, умови яких дозволяють забезпечувати задоволення суспільних потреб в рекреаційних послугах: Причорноморсько-азовський та Карпатський);

- відносно висока екологічна безпека регіону (порівняно з іншими регіонами України природа Карпат зазнала менших втрат і в багатьох місцях зберегла свій первісний стан, що є важливим для розвитку відпочинку і туризму);

- соціально-економічна специфіка гір (в гірських районах чотирьох карпатських областей проживає близько 1,3 млн. осіб, а гори створюють специфічні, несприятливі умови для проживання та ведення господарства, тому тут надзвичайно гостро стоїть проблема зайнятості, і, як наслідок – низький рівень матеріального добробуту жителів гір);

- економічна конкурентоспроможність рекреаційної сфери.

Спектр видів туризму, які можна було б успішно розвивати в регіоні Українських Карпат, дуже широкий. Справа варто лише за інвестиціями і зваженою рекламною політикою. Однак не варто забувати і про тих видах туризму, які вимагають лише організаційних і творчих зусиль.

Сьогодні дуже популярним напрямком туризму в світі вважається екологічний туризм. Екологічний туризм можна розвивати як в національних парках, в територіях, що перебувають під охороною, так і на інших територіях. Об'єктами власне цього виду туризму можуть бути як природні, так і культурні визначні пам'ятки, природні і природно-антропогенні ландшафти, де традиційна культура складає єдине ціле з навколишнім середовищем.

Екологічний туризм може принести великий прибуток до державного бюджету, тим більше в регіоні країни, що розвивається. На багатьох територіях регіону екологічний туризм може стати галуззю спеціалізації (наприклад, в гірських районах), представляючи конкурентоспроможну альтернативу руйнує природу виробничо-господарської діяльності.

Значного поширення міг би набути агротуризм, або сільський зелений туризм. Це туризм в сільській місцевості, при якому туристи під час свого відпочинку ведуть сільський спосіб життя на фермах, хуторах, селах. Розвиток агротуризму стало б найбільш актуальним для регіону з великим відсотком сільських поселень, що знову ж зможе вирішити проблему зайнятості сільського населення Карпатського регіону.

Таким чином, розвиток екотуризму та сільського зеленого туризму є головними перспективними напрямками туристичного бізнесу в регіоні Українських Карпат. Також варто сприяти міжнародним туристичним прибуттям та впроваджувати в туристичну практику різноманітні екзотичні види туризму (такі, як пригодницький чи екстремальний туризм).

УДК 378.1:379.85

Соловійова. К.В.<sup>1</sup>, Гурова Д.Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-142, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. геогр. наук, доц. ЗНТУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ГІРСЬКОЛИЖНИХ КУРОРТІВ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ**

Українські Карпати – одне з найпопулярніших місць відпочинку не лише українців, а й туристів із-за кордону. Особливо ці місця приваблюють любителів зимових видів спорту, зокрема гірськолижників. Гірськолижний туризм є спеціальним видом туризму, адже до нього входять елементи

лікувально-оздоровчого, рекреаційного, спортивного та екологічного туризму.

Сезон зимового відпочинку в Українських Карпатах починається у листопаді і завершується у травні. Сніг, в оточенні гір, тримається навіть при плюсовій температурі, сильних вітрів немає, і навіть якщо для спорту снігу забракне, то деякі курорти Карпат, завдячуючи сучасним технологіям, наповнюють схили сніжним покриттям зі спеціальних машин.

Довжина Карпат від верхів'їв Сяну до витоків Сучави становить 280 км, ширина понад 110 км. Займають територію Закарпатської, Львівської, Івано-Франківської та Чернівецької областей. Гори невисокі, вулканічного походження, середньою висотою близько 1200 – 1400 метрів. Найвища точка знаходиться в районі села Ясиня і Яблуниця – гора Говерла – 2061 м. Поруч розташовані всі двохтисячники Українських Карпат – Петрос, Хом'як, Поп-Іван. Різноманітність висот та рельєфу позитивно впливають на гірськолижний спорт, даючи змогу розроблювати траси для спуску різної складності, що приваблює однаково як лижників-початківців, так і вибагливих професіоналів.

В Україні, на сьогодні, функціонують чотири основні гірськолижні курорти, це – Буковель, Яблуниця, Славське та Драгобарт.

При надзвичайному багатстві та різноманітності природно-ресурсного потенціалу гірських територій Карпатського регіону, його використання далеко не раціональне. Процес використання природних ресурсів гір внаслідок значної вразливості гірських екосистем досить специфічний, що нерідко ігнорується землекористувачами, фахівцями та управліннями. Крім того, важливою причиною нераціонального використання природно-ресурсного потенціалу є складний економічний стан в державі та трансформація системи управління на всіх рівнях влади, які негативно позначилися на фінансуванні робіт щодо збереження довкілля, виконавчій дисципліні, дотриманні норм та правил господарювання. Традиційна для гірської місцевості рекреаційна діяльність, для розвитку якої в Українських Карпатах є сприятливі умови, сьогодні має меншу інвестиційну привабливість для потенційних інвесторів порівняно з іншими сферами вкладання капіталу в гірській місцевості (наприклад, лісозаготівлею).

З огляду на невинне зростання популярності й моди на гірськолижний спорт, а також беручи до уваги виняткові особливості (наявні унікальні природні ресурси і значну освоєність), розвиток гірськолижного туризму в Карпатському регіоні надзвичайно перспективний та економічно доцільний. Безперечно також, що активний розвиток цього виду туризму в Карпатах сприятиме й підвищенню міжнародного авторитету України.

Серед міжнародних програм особливе місце посідає Карпатська конвенція «Рамкова конвенція про охорону та сталий розвиток Карпат» – це

міжнародний договір, учасниками якого є сім країн Центральної та Східної Європи (Чехія, Угорщина, Польща, Румунія, Сербія, Словаччина та Україна). Конвенція прийнята 22 травня 2003 року в Києві. Основна мета якої – бути інструментом сприяння стійкому розвитку регіону шляхом узгодження місцевого розвитку з природоохоронними інтересами. Зокрема через стабільний розвиток туризму.

До пріоритетних напрямів державної політики в галузі туризму і рекреації належать наступні:

- удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;

- забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;

- розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристському ринку;

- створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання.

Отже, Україна для формування ринку туристичної діяльності має всі об'єктивні передумови: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. Вихід України на світовий ринок з конкурентоспроможним «гірськолижним» продуктом значною мірою визначатиметься перспективністю політики соціально-економічної реконструкції регіону. Практична реалізація такої грамотної політики забезпечила б необхідні соціально та екологічно орієнтовані зміни у всіх галузях господарства вітчизняного Карпатського регіону.

Собко В.А.<sup>1</sup>, Гутова Д.Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МГУ-142, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. геогр. наук, доц. ЗНТУ

## **ЛІКУВАЛЬНО- ОЗДОРОВЧІЙ ТУРИЗМ, КУРОРТОЛОГІЯ**

Лікувально-оздоровчий туризм – масовий і популярний напрямок медичного туризму. Один з найдавніших, відомий з античних часів. Подорожі з лікувальними цілями були відомі ще в стародавніх Греції і Римі, громадяни яких використовували цілющі джерела та місця зі сприятливим кліматом для того, щоб зміцнити здоров'я. Перший відомий в історії курорт Асклепія у Давній Греції, розташований поблизу порту Епідаурос, був створений на природних джерелах мінеральних вод у II ст. до н.е. У XVIII –



XIX ст. поширилася мода їздити «на води». Люди, переважно багаті, їздили на курорти не з метою лікування, а для відпочинку. Навколо джерел виростали курортні міста, що стали центрами світського життя, поряд із лікарнями споруджувалися концертні зали, іподроми та казино.

Надалі виникла справжня курортна індустрія. У 1958 р. була заснована Міжнародна федерація по курортному справі. Спочатку її завданнями були соціальні проблеми курортної справи і організація санаторно-курортної допомоги інвалідам. Другої світової війни. Поширюються нові види курортів та послуг – SPA-курорти (SPA-готелі), wellness-програми (оздоровчі, антистресові, косметологічні), морські курорти, зокрема з центрами таласотерапії.

Останнім часом у світі спостерігається зростання інтересу туристів до лікувально-оздоровчого туризму. Швидкий темп життя, безліч стресових ситуацій, зростання потоку інформації, несприятлива екологічна обстановка в більшості країн змушує людей звертатися до цього виду туризму.

Спеціалізацію будь-якого курорту визначають курортні чинники – природно-лікувальні чинники, які використовуються для цілей профілактики, терапії та медичної реабілітації хворих на курортах:

- ландшафтно кліматичні умови;
- лікувальні грязі;
- мінеральні води.

Всі курорти можна розділити на 6 типів:

1. Бальнеогрязьовий курорт – тип курорту, де в якості основних лікувальних факторів домінують мінеральні води і лікувальні грязі.

2. Бальнеокліматичний курорт – тип курорту, де в якості основних лікувальних факторів виступає клімат і мінеральні води.

3. Бальнеологічний курорт – тип курорту, де в якості основних лікувальних факторів використовуються мінеральні води (для внутрішнього та зовнішнього застосування).

4. Грязьовий курорт – тип курорту, де в якості основних лікувальних факторів виступають лікувальні грязі.

5. Кліматокумисолікувальний курорт – тип курорту, де в якості основних лікувальних факторів використовуються степовий і лісостеповий клімат і кумис – кисломолочний напій з кобилячого молока.

6. Кліматичний курорт.

Останнім часом ринок лікувально-оздоровчого туризму зазнає змін. Традиційні санаторні курорти перестають бути місцем лікування і відпочинку осіб похилого віку і перетворюються на поліфункціональні оздоровчі центри, розраховані на широке коло споживачів. Така трансформація курортних центрів зумовлена двома причинами. Перша криється в зміні характеру попиту на лікувально-оздоровчі послуги. Модним

стає здоровий спосіб життя, у світі стає більше людей, які хочуть підтримувати гарну фізичну форму і мають потребу у відновлювальних антистресових програмах.

Друга причина переорієнтації полягає в тому, що курорти поступово втрачають традиційну підтримку, у тому числі фінансову, муніципалітетів і держави. Щоб вийти на нові сегменти споживчого ринку і залучити додаткових клієнтів, оздоровниці змушені диверсифікувати свій продукт.

В наш час стрімко розвивається лікувально-оздоровчий туризм в Україні. Загальна кількість курортів на сьогоднішній день – 58, з них 45 курортів державного і міжнародного значення та 13 курортів місцевого значення. У кожній курортній зоні функціонують профільні санаторії. У нашій країні таких установ близько 400. У курортних регіонах створені всі необхідні умови для повноцінного оздоровлення та відпочинку.

В Україні головними центрами оздоровчого туризму є Прикарпаття і Одеський регіон. Прикарпатські курорти відносяться до бальнеокліматичної категорії. Тут лікувальними чинниками є джерела мінеральної води, екологічно чисте середовище і клімат. Одеський регіон лікувального туризму пропонує оздоровлення на кліматобальнеогрязьових курортах, таких як Куяльник, Хаджибей та ін.

Отже, оцінка сучасного стану санаторно-курортного комплексу на території України свідчить про те, що курортна рекреація повинна стати пріоритетною сферою перспективного розвитку туризму в державі, оскільки вже тепер вона може забезпечити значні валютні надходження, сприяти зміцненню національної грошової системи і створити у цій сфері додаткові робочі місця. Центрами лікувально-оздоровчого туризму є санаторно-курортні заклади різного медичного профілю, де забезпечується високий рівень обслуговування, задіяний медичний персонал і обслуговують переважно осіб середнього і старшого віку чи людей з послабленим здоров'ям. Україна завдяки унікальному природно-рекреаційному потенціалу, зростанню потреби населення в послугах санаторно-курортних закладів, збільшенню зацікавлення цією сферою іноземних туристів володіє усіма передумовами для відновлення і розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Головною перешкодою для цього є відсутність державної і регіональної стратегії розвитку санаторно-курортного господарства країни, яка б передбачала активний вплив на його інвестиційну привабливість.

## **ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК РИНКУ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ**

В Україні природньо-кліматичні умови сприяють розвитку ринку санаторно-курортних послуг. Однак існує змінний характер рівня запотребованості послуг санаторно-курортних закладів, що спричинено впливом різного виду факторів. Попри це ринок санаторно-курортних послуг є важливим для економічного розвитку держави.

Україна є дуже привабливою для споживачів санаторно-курортних послуг. Вуйчик О. зазначає, що Україна посідає одне з провідних місць в Європі щодо забезпечення курортними лікувальними ресурсами, в тому числі такими унікальними, як кліматичні зони морського узбережжя та Карпат, а також мінеральні води та лікувальні грязі практично всіх відомих бальнеологічних типів.

Згідно Закону України «Про курорти», «санаторно-курортні заклади – це заклади охорони здоров'я, що розташовані на територіях курортів і забезпечують подання громадянам послуг лікувального, профілактичного та реабілітаційного характеру з використанням природних лікувальних ресурсів».

За напрямом оздоровлення населення та географічним розташуванням ринок санаторно-курортних послуг України представлений різноманітним спектром закладів, які спеціалізуються наданням повного спектру послуг та забезпеченням споживачів природними лікувальними ресурсами. Основним видом послуг, які надаються на ринку санаторно-курортного комплексу є сукупність заходів, направлених на оздоровлення людини. Поряд з цією послугою, санаторно-курортними закладами надаються супутні послуги, які взаємопов'язані і реалізуються паралельно з оздоровленням. До таких послуг відносять сукупність заходів, які стосуються задоволення побутових потреб споживача, культурно-розважальні заходи та послуги з надання якісного харчування.

Станом на кінець 2014 року в Україні діяло 58 курортів, які за своєю специфікацією здійснюють надання, як споріднених за своєю суттю і якостями послуги так і відмінні, що залежать від потреб споживача. Протягом останніх п'яти років, кількість санаторно-курортних та оздоровчих закладів має тенденцію до зменшення через нестабільну фінансову ситуацію

на внутрішньому ринку країни. В 2014 році одним з чинників, який вплинув на зниження кількості закладів, які надають послуги на ринку санаторно-курортного обслуговування і відповідно через який відбулось зменшення кількості оздоровлених у цих закладах людей, стала окупація АР Крим, де знаходилась значна кількість оздоровчих комплексів, і куди направлялась, через профспілкові путівки, левова частка відпочиваючих. Аналогічна ситуація відбулась на сході України, а саме частини Донецької та Луганської областей, де у зв'язку з антитерористичною операцією припинено функціонування багатьох закладів оздоровчого типу. Найбільша кількість людей, які відпочивали і оздоровлювались протягом 2011 – 2014 рр. перебувала в санаторіях та базах відпочинку. Найменшою популярністю користувались заклади 1 – 2 денного перебування. Загалом динаміка зміни попиту на послуги є негативною. Якщо в 2010 – 2011 рр. кількість споживачів послуг складала 2942 тис. осіб, то у 2014 році – 2173 тис. осіб, що на 662 тис. осіб менше (–22,5 %) ніж у 2010 – 2011 рр.

Основними причинами даної тенденції можна назвати ряд чинників: збільшення вартості послуг на ринку санаторно-курортного комплексу та інших супутніх послуг пов'язаних з ним; зменшення реальних доходів населення через зростаючі темпи інфляції; зниження замовлень на дані послуги з боку профспілок всіх рівнів та зменшення їх фінансування зі сторони держави. Важливе значення при функціонуванні ринку санаторно-курортних послуг в Україні є його економічна складова, оскільки стан ринку санаторно-курортних послуг взаємопов'язаний з економічними процесами, які відбуваються в країні. Як вже зазначалося, фінансовий спад в країні призводить до негативних тенденцій розвитку даного ринку, і навпаки. В той самий час покращення функціонування ринку санаторно-курортних послуг впливає на розвиток економіки.

На сьогоднішній день, основними чинниками, які стримують розвиток ринку санаторно-курортних послуг в Україні можна назвати такі: негативний імідж українських курортних зон зі сторони іноземних туристів; слабе, а інколи відсутнє рекламне позиціонування українських курортів та послуг; слабо розвинута і застаріла санаторно-курортна інфраструктура; низька якість послуг і недостатній рівень обслуговування; значна конкуренція на ринку між санаторними закладами державного і приватного сектору в курортних зонах; недостатній рівень державного сприяння розвитку ринку санаторно-курортних послуг; незначна кількість інвестицій в об'єкти ринку санаторно-курортних закладів.

## МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ

Медичний туризм – тип туризму, метою якого є лікування. Може бути як всередині країни, так і за її межами. У останньому випадку хворі отримують можливість користуватися медичними послугами інших країн, тими, які на батьківщині недоступні або малодоступні. Крім того, ціни на медичні послуги у різних країнах сильно відрізняються, що спонукає людей для уточнення діагнозу хвороби та власне лікування виїжджати за межі своєї країни. Такий туризм, зокрема поширений серед громадян США, Великобританії і Канади.

Виділяють чотири основних спонукальних мотиви медичного туризму:

- більш низька вартість лікування та діагностики в іншій країні;
- більш сучасні медичні технології за кордоном;
- висококваліфікована медична допомога і сервіс;
- часовий фактор (при довгому очікуванні медичного лікування в своїй країні).

З кожним роком медичний туризм набуває все більшої популярності. Наприклад, у США кількість людей, що не мають повноцінної медичної страховки, перевищує 50 мільйонів осіб. У більшості населення медична страховка не покриває лікування хронічних захворювань, операції, повноцінне стоматологічне лікування та протезування. Тому багато американців вважають за краще проходити такі види лікування за кордоном.

Незважаючи на те, що громадянам Канади, Великобританії, Швеції держава покриває до 90 % вартості медичних послуг, щоб потрапити до необхідного медичного фахівця або на планову діагностичну процедуру (наприклад, УЗД) іноді доводиться чекати декілька місяців. А, приміром, середній період очікування планового оперативного втручання в цих країнах складає близько двох років. Тому пацієнти часто вибирають медичні заклади країн Азії та Східної Європи, в яких можна отримати необхідні медичні послуги відразу і навіть в комфортніших умовах, ніж на батьківщині.

Нерідко пацієнти просто змушені займатися міжнародним медичним туризмом, так як не можуть отримати окремі медичні послуги у себе в країні через нормативних заборони та обмеження.

Як не дивно, але медичний туризм відкрили для себе і жителі країн СНД. Сьогодні поїздки громадян цих країн на лікування та діагностику в медичні заклади Західної Європи, США, Ізраїлю або Туреччини стали досить звичайним явищем. Крім того, в Україні швидкими темпами розвивається не

тільки міжнародний, але і внутрішній медичний туризм. Багато киян охоче їдуть лікувати зуби, коригувати зір тощо в медичні заклади у Львові чи Одесі. Багато пацієнтів з проблемами безпліддя з Італії, Німеччини, країн Скандинавії їдуть в клініки України та Індії з питань застосування окремих методів допоміжних репродуктивних технологій (сурогатне материнство, донорство ооцитів).

Багато українських клінік воліють розвивати свій бренд поодиночі, іноді не усвідомлюючи, що у окремо взятого гравця на ринку медичного туризму не вистачає ні часових, ні матеріальних ресурсів для розвитку впізнавання бренду своєї компанії на міжнародній арені і виходу на якісно новий рівень. Саме тому створюються асоціації, організовуються профільні міжнародні виставки та конференції, так як це дозволяє всім провідним гравцям представити свої досягнення перед інтернаціональною аудиторією, спільно розвиваючи бренд країни, бренд галузі медицини, і на цій основі посилюючи унікальний бренд своєї компанії.

Українська Асоціація Медичного Туризму в рамках просування розвитку медицини України проводить міжнародні виставки та конференції медичного туризму, круглі столи, семінари, прес-конференції, навчальні програми, стажування для лікарів. Важливо розуміти, що в рамках розвитку медичного туризму велике значення має активна участь у таких заходах.

Членами УАМТ є провідні медичні клініки, туристичні компанії, оператори медичного туризму, страхові компанії. Всі зусилля спрямовані на створення позитивного іміджу України в цілому, а також на промоцію провідних напрямків української медицини та основних її представників на міжнародній арені.

УДК 531:539:379.85

Свириденко Д.Ю.<sup>1</sup>, Гурова Д.Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МГУ-142, ЗНТУ

<sup>2</sup>канд. геогр. наук, доц. ЗНТУ

## **СУЇЦИДАЛЬНИЙ ТУРИЗМ, ЯК НОВА ПАРАДИГМА СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ**

Суїцидальний туризм (туризм для самогубців) – різновид туризму, головною метою якого є суїцидальні дії. Без сумніву – це самий страшний вид туризму, який можна тільки уявити. На жаль, в більшості випадків він вимагає авіаквитка всього в один кінець.

Суїцидальний туризм називають також евтаназійним видом туризму. Він пов'язаний з рухом на підтримку евтаназії, в рамках якого для

потенційних кандидатів організовуються поїздки в ті країни, де допускається евтаназія, в надії на декриміналізацію цієї практики в інших частинах світу.

Евтаназія не заборонена законом в Нідерландах, Люксембурзі, Бельгії, в деяких штатах США і в Швейцарії, де умови для добровільного відходу з життя вважаються найбільш ліберальними.

Термін «евтаназія» був введений в науковий обіг в XVI ст. англійським філософом Френсісом Беконом. Евтаназія вперше в Європі була легалізована Нідерландами ще в далекому 1984 році, коли Верховним судом країни добровільний відхід з життя був визнаний особистою справою кожної людини. При цьому закон чітко прописує «свідчення» до евтаназії, представлені або невиліковною хворобою пацієнта, при якій він відчуває нестерпні муки, або добровільним рішенням пацієнта покинути цей світ.

Пацієнт при цьому повністю повинен бути ознайомлений з діагнозом і прогнозами на свій рахунок, а сам діагноз – підтверджений декількома незалежними лікарями. Евтаназія проводиться виключно лікарем в спеціально обладнаному медичному боксі. І, нарешті, найголовніше: проведення процедури можливе лише після досягнення пацієнтом 13-річного віку (для хворих в віці від 12 до 16 років необхідна згода батьків).

Швейцарія якраз і є справжньою «Меккою» суїцидальної туризму; це єдина країна в світі, де з 2011 року легалізована евтаназія для іноземців. В країні існує шість організацій, які надають необхідну юридичну та медичну допомогу бажачим накласти на себе руки. Тільки чотири з них займаються іноземцями, але останнім часом вони вже не справляються з потоком бажачих. Найбільше самогубців приїжджають з Німеччини, на другому місці – Великобританія, на третьому – Франція та Італія.

Найпопулярнішою організацією для іноземців вважається Dignitas. Компанія поставила на широкий потік різні програми для туристів-самогубців. Всі іноземці, за винятком 4 осіб, які звернулися за евтаназією в організацію Dignitas. Вік пацієнтів варіював від 23 до 97 років, середній вік – 69. Близько 60 % пацієнтів становили жінки. Серед представлених країн на першому місці була Німеччина (268 пацієнтів), на другому – Великобританія (126). Далі зі значним відривом йшли Франція, Італія, США, Австрія, Канада, Іспанія та Ізраїль. В даний час в Швейцарії законодавчо визначені рамки евтаназії:

- активна непряма евтаназія (використання медикаментів, побічний ефект яких сприяє швидкому настанню смерті);
- активна пряма евтаназія (умисне вбивство з метою полегшення життя хворого) карається;
- пасивна евтаназія (наприклад, відключення від апарату підтримки життя) є легальною.

Типовий тур починається з прибуття в Цюріх, далі клієнту, якщо він ще в змозі ходити, пропонують відвідати деякі визначні пам'ятки. Потім слідує огляд у лікаря і підписання документів, в яких пацієнт офіційно погоджується піти з життя. Після цього хворому вручають стакан зі смертельною дозою снодійного нембутала, який призводить до зупинки дихання уві сні. В середньому евтаназія обходиться в чотири тисячі євро. Додавши ще три тисячі євро, турист може розраховувати на те, що та ж фірма організовує його похорон. Ті, хто не в змозі оплатити евтаназію, можуть отримати спеціально засновані державні гранти для допомоги нужденним. Причому мова йде не тільки про швейцарців, а й про іноземців. За рік ними успішно користуються від 150 до 200 «туристів в один кінець».

Нідерланди могли б скласти гідну конкуренцію Швейцарії, там евтаназію легалізували в 2002 році. До того ж, на відміну від Швейцарії, голландський закон дозволяє добровільно йти з життя і неповнолітнім у віці від 16 до 18 років. У лютому 2014 року в центрі скандалу опинилася Бельгія. У королівстві дозволили евтаназію для всіх без винятку неповнолітніх. Таким чином, діти за згодою батьків або в разі недієздатності дитини самі батьки отримали право подавати прохання про евтаназію. Дозвіл можна отримати тільки в тому випадку, якщо дитина, на думку лікарів, страждає невиліковним захворюванням і відчуває фізичні і душевні страждання, які ніяк не можна полегшити.

Звичайно, для мешканців багатьох країн такий вид туризму є непридатним і неприйнятним. Але у демократичному світі, у країнах, де толерантність до прав людини не є пустим звуком, суїцидальний туризм не є протиправним і злочинним. Людина має право самостійно вирішувати продовжувати страждати від невиліковної хвороби, або добровільно, цивільно піти з життя. На жаль, з кожним роком, кількість суїцидальних туристів тільки збільшується.

УДК 378.1:379.85

Прихідько О.О.<sup>1</sup>, Гурова Д.Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУЗ-111м, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. геогр. наук, доц. ЗНТУ

## **УРБАНІЗОВАНИЙ ТУРИЗМ У ПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ**

Термін урбанізм закладає дві тенденції урбанізованого туризму через наявність двох наукових течій: як міський спосіб життя, явища якого висвітлюються в теоріях відомих урбаністів: екології урбанізму Р. Парка, способу життя Л. Уерта, економічних процесів і політичного процвітання



еліті Д. Харвея і М. Кастельса, соціальної справедливості міста Д. Логана і Х. Молоча, генезису міських проблем Г. Генса і К. Фішера, соціопросторової перспективи М. Готтдінера; та містобудування яке пов'язано з організацією архітектурного простору через необхідність постійного укрупнення: теорії розташування міст – транспортної зміни К. Кулія, функціональної спеціалізації міста, центрального місця міста, теорія концентричних кіл В. Крісталлера і А. Лема, секторальна теорія: Down-town та Inner-city Х. Хойта, багатоядерна теорія К. Харріса і Е. Ульмана.

Процес урбанізації вплинув і на розвиток туризму, через зміну у системі цінностей їх споживання, що вплинуло на зміну концептуальних рівнів туризму від традиційних трьох «S» («Sun-Sea-Sand») сонце, море, пісок та популярного рівня трьох «L» («Landscape-Lore-Leisure») – пейзажі, традиції, дозволя і до сучасної концепції трьох «E» («Extreme, Exotic, Energy») – екстрім, екзотика та енергія, адже туристська мода піднімає на пік популярності подорожі до територій, які ніколи не розцінювались як перспективні у туристському відношенні зокрема антропогенних та промислових ландшафтів.

Міжнародні організації вимагають шанобливого ставлення до матеріальних і нематеріальних цінностей спадщини, і до якості життя населення та стратегії втручання в історичні міста і урбанізовані території. Адже, міста як механізми споживання, як артефакт держави з властивим багатством і розкішшю з одного боку і крайньою убогістю – з іншого стали предметом створення туристської продукції ряду країн Західної Європи.

Туристські фірми стали пропонувати тури по не афішованим місцям міста. А поряд став розвиватися туризм певних субкультур: фланірування, психогеографія, сталкер-диггерство, руфінг, паломництво до десаєралізованих релігійних об'єктів, пасивний і комерційний індустріальний туризм. Варто зазначити, що такі види урбанізованого туризму небезпечні і навіть ризиковані і як такі, що сформовані певними субкультурами. Їх організація через вміст небезпеки доволі складна, але її відсутність породжує ще більше ризиків. Останнім часом в Україні активізувалися як теоретичні дослідження туристської сфери, так і практичні заходи щодо використання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування як функціонуючих, так і непрацюючих виробничих підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів.

Інновації Сходу України у розвитку урбанізованого туризму – це спроби переходу від промислової до «символічної» економіки, що створило умови для розвитку непромислового і промислового туризму завдяки зміні ставлення до депресивних міст як центрів економічного занепаду через конверсію типових непрацюючих, «законсервованих» підприємств,

занедбаних промислових об'єктів та ландшафтів у: середовище соціокультурного розвитку для проведення спортивно-розважальних заходів та через відвідування діючих промислових об'єктів. Проте такі ініціативи гальмується відсутністю необхідних юридичних процедур, рекламних заходів та зручної транспортної розв'язки, а головне через відсутність зацікавленості у промисловців, громадян та влади.

Вирішення проблеми у досвіді світової спільноти щодо залучення членів громади до участі в економічному розвитку території шляхом застосування такої соціальної технології, як соціальна анімація. Соціальна анімація набула популярності серед науковців, але не у практичному застосуванні, зокрема східних регіонів України. Хоча дієвість цієї технології беззаперечна. Так, у січні 2016 року студенти спеціальності «Туризмознавство» Запорізького національного технічного університету здійснили міську акцію «Індустріальний туризм у м. Запоріжжі».

Студентами було розроблено екскурсію. Ініціатива студентів була підтримана органами міської та обласної влади, що посприяло співпраці з КП «Запоріжелектротранс», якими було виділено трамвай і маршрут № 6 (маршрут: Цирк – завод «Кремнійполімер»). Ідея студентів мала на меті донести мешканцям Запоріжжя, які страждають від техногенного навантаження, необхідність знання і гордості за славетну історію міста, в якому вони проживають.

На жаль, більшість громадян міста не бачать перспектив розвитку промислового туризму у місті Запоріжжя. Мінімальний результат – набуття практичного досвіду студентами у створенні туристського продукту у нетрадиційних територіях міста, розширення інформації про промисловий туризм серед населення, залучення населення до пізнання історії місця проживання.

Активізувати громадськість можливо частішим проведенням промоакцій, популяризації промислового туризму у ЗМІ та соціальних мережах, роботі з пересічними громадянами по зміні їх ставлення до міста щоб реконструювати його образ у першу чергу у їх свідомості. Це сприятиме виявленню і формуванню із буденного життя громадян туристських атракцій, що будуть подані як цікаві місця що мають певні привабливі образи. Це дасть можливість містам старопромислових регіонів України, які мають достатню кількість вишів скласти основу провідних лідерів у застосуванні соціальної технології соціальної анімації для зміни ставлення промисловців, можновладців та мешканців міста від суто промислового до туристського з нетрадиційними атракціями на базі урбанізованих територій та промислових ландшафтів через широке залучення пересічних громадян.

## ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ СТОРОНИ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Екстремальний туризм – різновид туризму, який пов’язаний із певним ступенем ризику, або з позамежними фізичними або психічними навантаженнями в надважких умовах. Цей вид туризму відкриває найпрекрасніші куточки світу, пропонує неймовірні можливості, але завжди пов’язаний з небезпекою, тому вимагає хорошої фізичної та психологічної підготовки. Головне в екстремальному туризмі – наявність природних умов для обраного виду відпочинку і досвідчених організаторів. Усі маршрути екстремального туризму мають різні категорії складності. Більшість не вимагають багаторічного досвіду і ретельних підготовок, і, як правило, вони під силу будь-якій здоровій активній людині.

Невід’ємний атрибут екстремального туризму – спорядження, спецодяг та належне взуття, які роблять екстремальний туризм дорогим. Від них значною мірою залежить життя туриста, і економити на безпеці не можна.

Формуванням попиту на екстремальні розваги є, по-перше, бажання туристів, по-друге, це елемент новизни, по-третє, екстремальні види спорту максимальна сприяють зняттю стресу і викиду надлишку енергії, яка найбільш характерна для людей середнього віку.

Відомо, що багато сучасних туристів люблять подорожі з елементами екстриму. Це можна пояснити багатьма причинами: одні віддають данину моді, шукають нові шляхи самовираження, інші, і таких більшість, – прагнуть позбутись щоденних навантажень й одержати свою дозу адреналіну. Екстримом для людини може бути будь-який вид діяльності, не звичний для неї, відмінний від звичайного способу життя, такий що викликає сплеск емоцій, своєрідний позитивний стрес (для певних категорій людей екстремальними є навіть поїздки верхи на конях або польоти на аеропланах чи малих літаках). Позитивна сторона активного відпочинку в тому, що це один із найліпших способів зняття напруги.

Кількість туристів, які цікавляться екстремальними розвагами, точно оцінити неможливо. Але з публікацій, присвячених даній тематиці, відомо що у Європі близько 30 % відпочиваючих хоча б один раз у тиждень виїжджають на джип-сафарі, рафтинг, екскурсію на яхті тощо. З економічним розвитком суспільства збільшується кількість видів відпочинку (в тому числі й екстремального), а також число бажаючих урізноманітнити дозвілля незвичайними враженнями. Якщо в Європі екстремальні види туризму

найбільш популярними й масовими стали в кінці 80-х років XX століття, то для України екстремальний туризм – відносно нове явище, яке розвивається й набуло популярності не тільки серед професіоналів, а й серед простих туристів з початку XXI століття. Проте даний вид туризму все більше захоплює населення, набуваючи масового характеру. Найбільш привабливими регіонами в цьому плані є: Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська області.

Існує чимало видів екстремального туризму, до них відносяться:

- водні види (дайвінг, водні лижі, віндсерфінг, серфінг, каякінг, рафтинг);

- наземні види (маунтінбайкінг, спелеологія, Х конг, спелестологія);

- гірські види (альпінізм, сноубординг, гірські лижі та сноуборд);

- повітряні види (парашутний спорт, групова акробатика, фрістайл, скайсерфінг, бейс-джампінг);

- екзотичні види (джайлоо туризм, кайтсерфінг, космічний туризм).

Кожен вид туризму вимагає певної підготовки і дотримання інструкцій. Екстремальний туризм відноситься до найбільш небезпечних видів туризму, його мета і полягає в тому, щоб відчути небезпеку. Всі види небезпек в екстремальному туризмі можна класифікувати за природою явища і ролі туристів у виникненні небезпечної ситуації. Фактори ризику в екстремальному туризмі класифікуються за їх природою:

- травмонебезпека – результат переміщення механізмів і предметів (каменепаді, сходи лавин тощо), несприятливих ергономічних характеристик спорядження, небезпечних атмосферних явищ;

- вплив навколишнього середовища – небезпека прояву несприятливих погодних умов;

- пожежна небезпека;

- біологічний вплив – ризик укусів тварин, отруйних комах, переносників інфекцій, потрапляння в людський організм отруйних мікроорганізмів;

- психофізіологічні навантаження – ризик виникнення фізичних і нервово-психічних перевантажень у туристів при проходженні важких, небезпечних ділянок маршруту;

- небезпека ультрафіолетового та радіаційного випромінювання;

- хімічний вплив – токсичну, подразнюючу, сенсibilізуючу;

- специфічні чинники ризику – можливість виникнення на маршруті природних і техногенних катастроф, поганий технічний стан об'єктів, низький рівень підготовки обслуговуючого персоналу, інструкторів, недостатнє інформаційне забезпечення на маршруті.

З економічної ж точки зору, екстремальний туризм є найдорожчим джерелом адреналіну. З кожним роком тур оператори «вигадують» і

розробляють все нові екстремальні туристичні маршрути. Зараз величезною популярністю користуються відвідування Південного і Північного полюсів, Чорнобиль, космічний туризм тощо.

Щоб запобігти негативним наслідкам, треба дотримуватись усіх правил безпеки. Контроль за виконанням вимог безпеки екстремального туризму повинен проводитись перед початком туристичного сезону і в ході поточних перевірок уповноваженими державними органами відповідно до їх компетенції. Основною передумовою для розвитку даного виду туризму є якість та безпека пропонованих послуг.

УДК 796. 18

Кравченко Н.А.<sup>1</sup>, Гурова Д.Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. МТУ-152, ЗНТУ,

<sup>2</sup> канд. геогр. наук, доц. ЗНТУ

## БЕЙСДЖАМПІНГ ЯК ТУРИЗМ

Останнім часом активно розвивається пригодницький туризм – вид туризму, який об'єднує всі подорожі, пов'язані з активними способами пересування і відпочинку на природі, що мають на меті отримання нових відчуттів, вражень, поліпшення туристом фізичної форми і досягнення спортивних результатів. Також, зараз в усім світі дуже популярні стрибки із парашутом. Зараз існує багато варіантів стрибків з парашутом. Це і скайсерфінг і групова акробатика, але все більшу популярність набирає В.А.С.Е. jumping. Це не тільки гострі відчуття, але і чудове видовище. Багато людей спеціально приїжджають на різні змагання.

Бейсджампінг (англ. BASE jumping) – один з найбільш небезпечних екстремальних видів спорту, в якому для стрибків з різного роду об'єктів (будинків, мостів, скель) використовується спеціальний парашут. Бейсджампінг в перекладі з англійської означає «базове стрибання». Насправді перша частина цього терміна (BASE) являє собою акронім, тобто перші літери 4 слів: building (англ. «будинок, споруда»), antenna (англ. «антена»), span (англ. «міст»), earth (англ. «земля») – фактично, це перелік об'єктів, з яких стрибають бейсджампери (бейсери). Друга ж частина терміна (jumping) означає «здійснення стрибків».

Бейсджампінг з'явився в 1978 році 8 серпня, коли оператор Карл Беніш встановив на скелі Ель-Капітан відеокамери, і зняв стрибки Кента Лейна, Майка Шерина, Тома Старту і Кена Госселина, і цей день дійсно прийнято вважати днем народження бейсджампінг. Однак стрибки з різних статичних об'єктів робилися набагато раніше, про що є чимало згадок в історичних документах багатьох країн світу.

Навчитися бейсджампінгу не може будь-яка людина. По-перше, початківець бейсджампер повинен бути фізично здоровим, мати високу швидкість реакції і залізни нерви. По-друге, офіційно розпочати заняття даним видом спорту можна тільки після здійснення не менше 150 стрибків з парашутом.

Малайзія в Південно-Східній Азії – єдина в світі країна, де бейсджампінг офіційно дозволений. Природно, це зробило Малайзію Меккою бейсерів усього світу. У столиці країни Куала-Лумпурі розташовані два культових хмарочоси – вежі-близнюки Petronas і телевежа KL Tower. Поки тільки в Малайзії можливе проведення легальних чемпіонатів світу.

Перший чемпіонат світу з бейсджампінгу пройшов у Куала-Лампур в серпні 2001 року. Бейсджампери з 16 країн світу здійснювали стрибки з хмарочоса «Petronas Tower», змагаючись у швидкості і точності приземлення.

New River Gorge Bridge міст над гірською ущелиною в штаті Західна Вірджинія – став місцем для бейс-тусовки всього світу – фестивалю Bridge Day Jump. Кожну третю суботу жовтня понад 300 бейс-джамперів з усього світу з'їжджаються сюди, щоб взяти участь у наймасштабнішому легальному бейс-стрибку: лише у цей день керівництво Національного парку, в якому розташовується 876-метровий міст, дозволяє бейсерам стрибати з нього протягом шести годин.

Найвідоміший об'єкт – скеля під назвою Стіна тролів (Норвегія) користується особливою популярністю серед бейсерів з-за свого рельєфу. Численні фіорди на узбережжі країни утворюють високі прямовисні стіни, з яких зручно (хоч і не дуже безпечно) стрибати.

Є також місця для бейс-джампінгу й у Франції. Ущелини Вердон в Південних Альпах – одне з головних місць паломництва бейсерів. Однак тут може стрибнути не кожен – це один з найскладніших і небезпечних об'єктів у світі. Його популярність носить скандальний характер – багато в чому з-за великої кількості нещасних випадків. Необережний стрибун (у Франції бейсджампінг заборонений) ризикує потрапити на штраф, який може досягати \$ 5 тис.

Законом багатьох країн, а також й України, бейсджампінг не заборонений. Але слід врахувати, що несанкціоноване проникнення на об'єкти, що знаходяться в приватних володіннях або ж що є власністю держави, переслідується за законом (в деяких країнах такого роду порушення прирівнюються до хуліганства). Крім того, за порушення громадського порядку та безпеки бейсджамперів також можуть притягнути до адміністративної відповідальності.

Найближчим часом бейс навряд чи стане олімпійським спортом, оскільки сьогодні в одних країнах він заборонений, в інших бейсерам намагаються пред'явити хоч якесь порушення, у третіх хоч і існує заборона

на бейс, влада періодично знімає його і організовує змагання. У нас він дозволений, але місць для бейс-джампінгу не так багато. Але все більшу популярність набирають подорожі саме до об'єктів бейсджампінга у всьому світі.

УДК 069: 379.85

Римарчук В.Д.<sup>1</sup>, Гурова Д.Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-152, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. геогр. наук, доц. ЗНТУ

## СПЕЛЕОТУРИЗМ В УКРАЇНІ

Спелеотуризм – різновид спортивного туризму, зміст якого полягає в подорожах природними підземними порожнинами (печерам) і подоланням у них різних перешкод (сифони, колодязі) з використанням різного спеціального спорядження (акваланги, карабіни), мотузки, гаки, індивідуальні страхувальні системи й ін.). Відкриття нових спелеотуристичних маршрутів сполучено з дослідженням печер – спелеологією. Цей вид туризму завоював симпатії багатьох аматорів підземних подорожей. Вони можуть милуватися казковими кам'яними квітками із кристалічних утворень, купатися в підземному озері, захоплюватися печерним чудом – сталактитами й сталагмітами.

Особливо привабливий спелеотуризм для любителів пригод, таємниць і нових відчуттів. Під час такого походу доводиться спускатися в надра землі. Заняття такого роду відпочинку вимагає не тільки спеціального спорядження, а й гарної фізичної форми. Тому спелеотуризм, як вид екстремального відпочинку призначається для обраних. Умови підземель і печер можуть бути різноманітними, тому спелеотуристам необхідно володіти навичками скелелазіння, дайвінгу, а також не боятися замкнутого простору. До числа особливостей спелеотуризму відноситься знижена температура, майже 100 % вологість повітря і повна відсутність природного освітлення.

На відміну від аматорського, спортивний спелеотуризм відрізняється постановкою цілей – прохід печер певної складності і в результаті отримати спортивний розряд. Більшість нових спелеотуристических маршрутів відкривають спелеологи, які досліджують печери заради науки спелеології. Туристи, які відправляються в спелеотур, також свого роду спелеологи, адже навіть добре вивчені печери часом зберігають в собі новий коридор або хід.

Тур для такої подорожі буде складатися з двох частин – надземної, яка буде включати в себе подорож до печери на будь-якому виді транспорту, і підземної, яка безпосередньо проходить підземними печерами. Пересування підземним маршрутом утруднено різними перешкодами – природними

вузькими щілинами, завалами, колодязями, підземними річками. У зв'язку з такими обставинами всі спелеотури умовно поділяються на категорії складності в залежності від побажань і підготовленості туристів. Екосистема поземних печер дуже тендітна, тому спелеотуристи повинні дбайливо ставитися до підземної природи, яка дуже довго відновлюється.

Печери бувають двох видів – горизонтальні і вертикальні. Для проходу горизонтальними печерами майже немає необхідності в спеціальних засобах. Вертикальні печери являють собою печери з похилими і вертикальними ходами, уступами і колодязями, а прохід ними вимагає спеціального спорядження. Залежно від розташування печер такі перешкоди можуть бути водними та сніговими. Печери, для яких необхідні спеціальні технічні засоби та навички, діляться на дев'ять категорій складності – 1, 2А, 2Б, 3А, 3Б, 4А, 4Б, 5А, 5Б. Головним критерієм, який визначає категорію складності печери, є тривалість подорожі та кількість перешкод, і їх складність.

До першої категорії складності печер відносяться печери глибиною до 100 метрів і для проходження, яких не потрібно великої кількості допоміжних засобів. При проходженні печер 4-й і 5-ї категорій складності необхідна установка декількох підземних таборів, глибина розташування печер може перевищувати 1100 метрів, для проходження такого маршруту може знадобитися до 18 днів, а іноді і більше.

За останнє десятиліття виникла потреба в створенні особливої етики поведінки при спелеологічних проходженнях печер. Основними принципами стали:

- бережне і раціональне використання печер;
- регулювання споживання туристських ресурсів на основі моніторингу туристських навантажень на території печер;
- міжнародна співпраця та координація діяльності з охорони екології печер і використання цих природних об'єктів;
- науково обґрунтоване поєднання екологічних і економічних інтересів при дослідженні та проходженні печер;
- дотримання екологічних вимог законодавства і т.д.

Щоб спелеотуризм в Україні став ефективним фактором розвитку місцевості та зміг реалізувати свій потенціал, перш за все, в Україні необхідно створити сприятливу законодавчу базу для розвитку спелеотуризму. По-друге, спелеотуризм потребує створення всіх умов для свого розвитку, фінансових установ, які б виділяли гроші на його розвиток. Спелеотуризму також необхідне забезпечення хорошим і безпечним спорядженням.



УДК 379.85

Остащенко О.С.<sup>1</sup>, Гурова Д.Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МГУ-152, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. геогр. наук, доц. ЗНТУ

## ПОДІЄВИЙ ВИД ТУРИЗМУ

Подієвий туризм – молодий і надзвичайно цікавий напрям. Походження подієвого туризму стало областю серйозних наукових досліджень порівняно недавно. Незважаючи на те, що цей різновид відпочинку існує з найдавніших часів, в особливу галузь туріндустрії він трансформувався в післявоєнні роки, а особливою популярністю став користуватися в 1970-х роки.

Подієвий туризм – це вид туризму, орієнтований на відвідування місцевості в певний час, пов'язаний з якою-небудь подією. Під подією слід розуміти сукупність явищ, що виділяються своєю неоднозначністю, значимістю для даного суспільства чи людства в цілому, для малих груп або індивідумів.

З суспільної точки зору, розвиток подієвого туризму є дуже важливим, оскільки реалізуються такі важливі для соціуму функції, як: економічна, пізнавальна, рекреаційна та розважальна (основні функції туризму). Тому у розвитку подієвого туризму, як правило, зацікавлені місцеві громади.

Розвиток подієвого туризму умовно можна розділити на три основні етапи. Перший етап (найдавніші часи – II половина XIX століття) – це початковий етап розвитку подієвого туризму. Попередницями майбутнього подієвого туризму можна вважати будь-які подорожі, що здійснювались в давні часи з метою відвідання свята чи змагання (наприклад, свята Діоніса, присвяченого збору винограду, чи Олімпійських ігор у Давній Греції). Події були, як правило, місцевого масштабу та національного.

Другий етап (II половина XIX – II половина XX століття) – етап становлення організованого подієвого туризму. Поклав початок організованим подорожам, присвяченим певній події, англієць Томас Кук.

Третій етап (з другої половини XX століття до наших днів) – етап масового розповсюдження та функціонування подієвого туризму. У другій половині XX століття набувають нових рис, отримують всесвітню популярність і стають візитівками своїх міст Венеціанський, Бразильський та інші карнавали.

Подієвий туризм слід класифікувати за наступними критеріями. За використанням відповідних туристичних ресурсів:

– природо-орієнтований подієвий туризм (північне сяйво, сонячне затемнення тощо);

– суспільно-орієнтований подієвий туризм (релігійні, громадські, мистецькі, історичні, спортивні та політичні події).

За тематикою основного заходу:

– спортивні – Олімпійські ігри, чемпіонати світу та континентів;  
– релігійні – Сходження Благодатного Вогню на православну Пасху (Єрусалим, Ізраїль);

– мистецькі – Каннський кінофестиваль (Канни, Франція);

– гастрономічні – міжнародний пивний фестиваль «Октоберфест» (Мюнхен, Німеччина);

– політичні – Всесвітній економічний форум (Давос, Швейцарія);

– торгово-економічні – аукціони, ярмарки – Національний Сорочинський ярмарок (Україна);

– інавгурації, коронації, вінчання монархів та знаменитостей, вручення премій – премія «Оскар» (Лос-Анджелес, США);

– історико-культурні – День Святого Патрика (Дублін, Ірландія);

– флористичні – фестиваль бонсай (Нара, Японія);

– модні покази – покази мод у Мілані, Токіо та Нью-Йорку;

– культурно-розважальні – Венеціанський та Бразильський карнавали;

– громадсько-патріотичні – дні міст, сіл, пам'ятних дат (наприклад, Полтавської битви) тощо).

За масштабом події:

– міжнародного рівня – Бразильський карнавал, Олімпійські ігри;

– національного рівня;

– регіонального – свято різника на Закарпатті, спортивні змагання регіонального рівня;

– місцевого рівня – дні міст, сіл тощо.

За регулярністю проведення:

– регулярні події та заходи – Олімпійські ігри;

– унікальні події – відкриття Суецького каналу.

Серед найвідоміших та найпопулярніших фестивалів в Україні сьогодні чільне місце посідають: Міжнародний одеський кінофестиваль, вишиванковий фестиваль, музично-спортивний «Z-GAMES», Джаз-Коктебель (м. Одеса), КиївМузикФест (м. Київ), Кінофестиваль «Зоряне містечко» у Бердичеві, Цвітіння сакури в Ужгороді (Сакура-Фест), Виставка ретро-автомобілів Old Car Land (м. Київ), Театралізовано-мистецьке свято «Фестиваль писанки» (м. Київ), Фестиваль фарб Holi Fest (м. Запоріжжя) тощо.

УДК 338.484

Лазуренко С.П.<sup>1</sup>, Кукліна Т.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МГУ-131с, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ

Гастрономічний туризм, не виокремлюється як вид туристичної діяльності, але, його слід віднести до пізнавального туризму. Перевагою гастрономічного туризму в порівнянні з іншими підвидами пізнавального туризму є те, що тільки гастрономічний туризм задіює крім зору і слуху також інші органи відчуття людини, зокрема смак та запах. Саме тому треба розглянути сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму як окремого виду економічної діяльності, завдяки якому Україна може стати потенційною територією світової туристичної діяльності.

Мета гастрономічних турів – насолодитися особливостями кухні тієї чи іншої країни. При цьому дана мета не зводиться до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати безліч страв. В першу чергу, гастрономічний туризм є засобом пізнання менталітету, вікових традицій і національного духу народів через культуру приготування і вживання їжі. Гастрономічна подорож – палітра, з допомогою якої турист може намалювати своє уявлення про ту чи іншу країну. Їжа привідкриває таємницю духу народу, допомагає зрозуміти його менталітет.

Незважаючи на те, що Міжнародна асоціація кулінарного туризму з'явилася в США, першопрохідцями в генеруванні ідеї гастрономічних турів все таки вважаються італійці, які грамотно поєднали налагодження торговельних і технологічних виробництв із залученням туристів під знаком смачної і здорової їжі. З моменту свого народження, гастрономічний туризм зростає в геометричній прогресії з кожним роком.

З точки зору організаторів туризму, гастрономічний тур передбачає ознайомлення з оригінальними технологіями виготовлення місцевих харчових продуктів, традиціями їх споживання, опанування навичок кулінарного мистецтва, участь у фестивалях та тематичних культурних масових заходах. Цілі та методи гастрономічного туризму повною мірою відповідають соціально-гуманітарній місії туристичної діяльності, як вагомого чинника «діалогу культур», поваги до загальнолюдських культурних цінностей, толерантності до способу життя, світогляду і традицій, оскільки національна кухня виступає невід'ємною частиною культурної спадщини кожної нації, оригінальним надбанням будь-якого етносу. Пригощання національними стравами і напоями є основою гостинності, а відтак сприяє налагоджуванню культурних контактів,

взаємопізнанню та взаєморозумінню, масштабному спілкуванню між громадянами різних країн.

Сучасного мандрівника стає все складніше здивувати білим піском, блакитними узбережжями пам'ятниками архітектури та гірськолижними курортами. Тому гастрономічний туризм як можливість спробувати щось нове і випробувати яскраві емоції набирає все більшої популярності. І не дивно, адже знайомство з місцевою кухнею є невід'ємною складовою будь-якого відпочинку. Українці все частіше вирушають у гастрономічні тури. Такі подорожі організовують індивідуально.

Гастрономічний туризм – це подорожі в різні місця планети для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями і особливостями національної або регіональної кухні. Головна мета відпочиваючих, які вибирають гастрономічний туризм, полягає в дегустації унікальних продуктів і страв, властивих виключно для даної місцевості. Для справжніх гурманів такі поїздки не є способом набити шлунок всілякими делікатесами і екзотичними стравами. В першу чергу, гастрономічний туризм є засобом пізнання менталітету, вікових традицій і національного духу народів через культуру приготування і вживання їжі.

Таким чином, гастрономічний туризм – це більше, ніж звичайна екскурсійна поїздка, оскільки вимагає ретельного підходу до вибору місцевої їжі. Головна родзинка гастрономічного туру полягає в дегустації саме тих страв, які ніде в світі більше не зустрічаються.

УДК 316.74

Алексєєнко І.Е.<sup>1</sup>, Гурова Д.Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-122, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. геогр. наук, доц. ЗНТУ

## РОЗВИТОК «ТЕМНОГО» ТУРИЗМУ В СВІТІ

В останні роки велику популярність отримують нетрадиційні види туризму, оскільки багато людей вже встигли втомитися від моря, сонця, гір тощо. Насамперед, слід зазначити, що саме поняття нетрадиційний туризм відносно, так як воно може змінюватися з плином часу. Для однієї місцевості даний вид туризму є традиційним, а для іншого – це абсолютно новий вид туристичної діяльності.

Нетрадиційний туризм – це нові для певної місцевості види туризму. Це сукупність видів туристичної діяльності, що не мали розвитку будь-коли раніше на даній території, або мали фрагментарний розвиток, і не використали в повному обсязі її рекреаційний потенціал. Виходячи з вище сказаного, слід додати, що поряд з існуючими і широко поширеними видами

туризму з'явилися види, що мають фрагментарний розвиток, але з давніми традиціями. До таких видів відносяться спортивний, навчальний, науковий, промисловий туризм та інші.

В рамках одного тільки екстремального туризму можна виділити основні підвиди: водний екстрим, екстрим в повітрі, екстрим на землі, міський екстрим і деякі альтернативні види екстриму, до яких відносяться: військовий туризм, космічний туризм, «темний туризм» та індустріальний туризм.

Коли з місць, що постраждали від війн, катастроф і людської жорстокості йдуть рятувальники, лікарі, військові, туди приходять туристи.

Одним з найбільш спірних з етичної точки зору є як раз «темний» туризм. Хоча практично всі мандрівники так чи інакше робили «темні» екскурсії. В наш час відбувся дуже потужний вибух у попиті туристів на даний вид подорожей.

«Темний» туризм – це вид пізнавального туризму, який передбачає відвідання місць, які безпосередньо пов'язані зі стражданнями людей і смертю. «Темний» туризм пов'язаний з відвіданням кладовищ, місць катастроф, стихійних лих і масових смертей людей, а також місць, пов'язаних з містикою. Для характеристики даного виду туризму в однаковому смисловому значенні використовується й інший термін – «похмурий» туризм, оскільки для різновидів туризму, як правило, використовується синоніми, як, наприклад, сільський (зелений) туризм, релігійний (ностальгічний). Туризм катастроф орієнтується на людей, яким подобаються подорожі по місцях стихійних лих – землетрусів, штормів, ураганів, хімічних катастроф, транспортних катастроф і місць, які людство довело до крайніх станів – колишні міста, які створювалися і спеціалізувалися навколо видобутку вугілля, уранової руди, інших корисних копалин, а сьогодні покриті териконами, підземними пустотами, провалами та іншими антропогенними формами рельєфу. Також до таких територій слід віднести міста, які перетворилися у величезні звалища.

За світовою статистикою «темний» туризм активізується після потужних ураганів, інших природних лих та антропогенних явищ. Зацікавленість в об'єктах «темного» туризму пояснюється наступними причинами: отримання нових вражень та емоцій; бажання прославити пам'ять загиблих; досліджувати нові горизонти власної держави; дізнатися про нові об'єкти «темного» туризму; почуття патріотизму.

Головна проблема цього виду туризму полягає в питанні, наскільки етично відвідувати такі місця в туристичних цілях. Звичайно, люди повинні дізнаватися правду про події, і в той же час необхідно проявляти повагу до жертв трагічних подій. На жаль, чимало туристів сприймає такі екскурсії як розвагу і запросто фотографуються на тлі місць загибелі сотень людей.

Загиблим, а також їх родичам, мабуть, це не дуже сподобалося. Тому найголовніше, що можуть сьогодні робити «темні» туристи і фірми, кількість яких постійно зростає, – це проявляти повагу до потерпілих.

Останнім часом у світі відбувається величезна кількість катастроф, тому «темний» туризм набуває все більшу популярність. У зарубіжній науці вивченню феномену «темного» туризму присвячені праці багатьох дослідників, і навіть сформований науковий інститут у графстві Ланкашир – Ulcan Institute for Dark Tourism Research. В Україні дослідження цього виду туризму знаходяться лише в початковій стадії розробки.

УДК 658.012

Дегтярь Т.О.<sup>1</sup>, Гурова Д.Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-132, ЗНТУ,

<sup>2</sup>канд. геогр. наук, доц. ЗНТУ

## ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ

Екологічний туризм (англ. ecotour, ecotourism) – порівняно нове поняття в туристській діяльності. Основна причина виникнення екологічного туризму знаходиться у невідрегульованості відносин у системі «суспільство-природа», або в туристській інтерпретації – «туризм-екологія». Саме орієнтацією на екологічну складову можна пояснити підвищену увагу в останні роки до відвідування місць з незмінним або мало зміненим природним середовищем. Численні опитування туристів свідчать, що серед провідних мотивів туристських подорожей на перший план все більше виступає прагнення людей до спілкування з природою.

Екотуризм – це туристська діяльність, метою якої є пізнання особливостей малозмінених природних і традиційних культурних ландшафтів за умови збереження ландшафтного різноманіття.

Існує два основні напрямки екологічного туризму. Відповідно до першого з них, головним об'єктом екотуризму є малозмінені природні території. Другий напрям розвитку екотуризму, який набув поширення насамперед в Європі, і в Україні зокрема, спрямований на відвідування, поряд із малозміненими людською діяльністю природними територіями, і об'єктів традиційної місцевої культури. Саме другий напрямок розвитку екотуризму є найбільш перспективним, з огляду на стрімке скорочення кількості малозмінених природних ландшафтів. Екотуризм необхідно визначати як авангард, що привносить усе краще на туристський ринок і є зразком для наслідування у всьому світі.

Для більш глибокого розуміння подорожей наведемо 10 заповідей екотуриста, сформульованих (TIES):

- пам'ятати про уразливість Землі;
- лишати тільки сліди, забирати з собою тільки фотографії;
- пізнавати світ, у який потрапив: культуру народів, географію;
- шанувати місцевих мешканців;
- не купувати вироби виробників, що піддають небезпеці навколишнє середовище;
- завжди ходити тільки протоптаними стежками;
- підтримувати програми з захисту навколишнього середовища;
- де можливо, використовувати методи зберігання навколишнього середовища;
- підтримувати (патрунувати) організації, що сприяють захисту природи;
- подорожувати з фірмами, що підтримують принципи екотуризму.

Наша країна має усі передумови для поширення екотуризму, але існує, на жаль, велика кількість перешкод. Серед чинників, що стримують розвиток екотуризму в Україні відносяться:

- відсутність необхідного початкового капіталу для фінансування робіт із створення науково-природознавчих центрів, з розробки комплексу питань формування цільових програм екологічного туризму;
- слабкі інвестиції в інфраструктуру туризму, що позначається на стані готельного, транспортного обслуговування, рівні надання послуг тощо;
- відсутність цілеспрямованих наукових досліджень та підготовки необхідних кадрів;
- обмеженість туристських маршрутів у місцях екологічного туризму та їх слабка облаштованість;
- відсутність спеціалізованих турорганізацій у сфері екотуризму;
- бюрократичні заборони й обмеження на відвідування еко туристами привабливих у природному відношенні місць в основному внаслідок нерозробленості механізму взаємодії адміністрації природогосподарських та природоохоронних організацій з організаторами еко туристських подорожей та екскурсій;
- обмежений набір туристсько-рекреаційних послуг для туристів;
- відсутність суспільно орієнтованого інформаційного менеджменту та PR екотуризму, моди на екотуризм;
- нестача кваліфікованих фахівців у галузі екотуризму, спроможних узяти на себе розробку, організацію і проведення екологічних турів;
- відсутність серед керівників відповідних державних установ, міністерств та відомств фахівців-екологів;
- відсутність необхідної законодавчої бази екотуризму.

Не дивлячись на весь цей негатив, екологічний туризм має в Україні великі перспективи. Для його розвитку є відповідний природно-заповідний

фонд, але потрібні законодавче забезпечення, а також організаційна та інвестиційна підтримка. Особливо ефективне тут міжнародне співробітництво. Необхідно розробляти відповідні програми і представляти їх на міжнародні конкурси.

УДК 338.48.6:7/8(477.8)

Самофалова Д.М.<sup>1</sup>, Прусс В.Л.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-132, ЗНТУ,

<sup>2</sup>старш. викл. ЗНТУ

## **КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНИЙ (ЕКСКУРСІЙНИЙ) ТУРИЗМ В УКРАЇНІ**

Опираючись на останні політичні події, стає актуальним розвиток культурно-пізнавального (екскурсійного) туризму на території України. Культурно-пізнавальний (екскурсійний) туризм – подорожі екскурсантів/туристів країною з метою ознайомлення з пам'ятниками культури, історії, природи, а також місцевими традиціями, звичаями, образом і стилем життя місцевого населення, народними ремеслами і промислами, досягненнями у сфері науки, культури, промислового виробництва, будівництва тощо. На території України на державному обліку знаходиться велика кількість пам'ятників архітектури, історії, культури, археології, а в музеях країни зберігаються мільйони експонатів. Але в останній час виникло багато чинників, що гальмують розвиток культурно-пізнавального (екскурсійного) туризму в Україні, а саме:

- поганий стан безпосередньо туристських об'єктів;
- транспортна недоступність туристських об'єктів;
- мале фінансування туристських об'єктів.

На сьогоднішній день культурно-пізнавальний (екскурсійний) туризм на території України зазнає занепад. В той час, як сусідні країни пирують години розквіту, приймаючи щорічно щонайменше по 8 мільйонів туристів (Чехія, Угорщина, Польща), не кажучи вже про світового лідера Францію, яка приймає щорічно понад 80 млн. туристів. Країни приймають туристів з метою збільшити приплив іноземної валюти, створити нові робочі місця. Європейські країни намагаються вирішити проблеми платіжного балансу за рахунок екскурсійного туризму. У результаті витрат, що здійснюються іноземними туристами в країні перебування збільшуються доходи туристських фірм, підвищується попит з боку туристського сектору економіки на товари і послуги постачальників, що в свою чергу сприяють підвищенню попиту на товари і послуги своїх постачальників і, отже, зростання доходів у всіх секторах, збільшуються особисті доходи населення,



прямо або побічно пов'язаного з туристським бізнесом, що викликає зростання споживчого попиту.

Екскурсійний туризм пройшов у своєму розвитку довгий шлях і сьогодні є однією з найбільш успішно розвиваються галузей туризму у сусідніх країнах. Як і будь-яка інша сфера господарської діяльності, індустрія туризму є складною системою, ступінь розвитку якої залежить від ступеня розвитку економіки країни в цілому. В даний час на промислово розвинені країни доводиться понад 60 % всіх прибуттів іноземних туристів і 70 – 75 % здійснюваних у світі поїздок. При цьому на частку країн, що входять в ЄС припадає близько 40 % прибуттів туристів і валютних надходжень.

У Європі туризм – розвинена галузь. У всіх сферах туристської діяльності, як на рівні державних структур, так і в області формування турбізнесу, йде пошук нових форм роботи, розширення сфери пропозиції і поглиблення його спеціалізації.

Для розвитку культурно-пізнавального туризму можна запропонувати наступні шляхи для підвищення рівня розвитку туризму та економіки, а саме:

- провести реконструкцію туристських об'єктів;
- забезпечити транспортну доступність туристських об'єктів;
- профінансувати та облагородити ділянку біля туристських об'єктів.

Проаналізувавши все вищезазначене, можна зробити висновок, що розвиток екскурсійного туризму зробить вагомий внесок у розвиток економіки країни, піднімить національно-ідейний дух українців. Отже, усунувши всі негативні чинники, можна збільшити туристську привабливість об'єктів, зміцнити внутрішній туризм; привернути іноземний капітал. Цим самим можна вивести країну на новий економічний рівень серед країн, що знаходяться по сусідству та європейських країн загалом.

УДК 069: 379.85

Крисько А.П.<sup>1</sup>, Беликова М.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>студ. гр. МТУ-122, ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. ист. наук, доц. ЗНТУ

## **ПРОБЛЕМЫ И ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУЗЕЯ РЕТРО-АВТОМОБИЛЕЙ «ФАЭТОН»**

В 2016 г. проводился социальный опрос: «Является ли музей ретро-автомобилей «Фаэтон» брендом?». Общее количество анкетированных – 58 человек.

Оценка производилась по следующим параметрам: адекватная ли плата за вход; информационное сопровождение и презентация; инфраструктура; экспозиция; работа с аудиторией; формирование круга друзей музея; может

ли музей претендовать на звание бренда и его особенности: условия для приема лиц с ограниченными возможностями. 80 % анкетированных дали положительный ответ на вопрос о бренде музея, они считают, что музей заслуживает звания бренда, поскольку «Фазетон» экспонирует уникальные экземпляры раритетных автомобилей советского и зарубежного производства, ему нет равных на территории Украины.

Свой выбор анкетированные объяснили следующим образом:

- плата за вход – адекватная. В музее действуют льготная плата для школьников, ветеранам и участникам боевых действий вход бесплатный;

- музей находится в 15 мин. ходьбы от остановки общественного транспорта Укрграфит. График работы ежедневно с 9.00 до 17.00. Информацию о музее можно найти на официальном сайте: [Faeton.zp.ua](http://Faeton.zp.ua) и связаться по телефону;

- на территории имеются туалет (на улице), автомат для продажи напитков, лавка с сувенирами;

- продолжительность экскурсии 1 час. Познавательная экскурсия, вежливый персонал. Приветливость, корректность, опрятный вид рабочего персонала. В музее есть четыре зала на двух этажах, в которых собраны старинные автомобили, мотоциклы, оружие и другая техника минувшего столетия, а так же аксессуары, которые передают дух ушедших времен. В музее есть возможность заказать услуги переводчика, что делает его доступным для гостей из зарубежных стран. Сам музей расположен в огромном гараже, этим соответствует тематике ретро-автомобилей;

- проводилась работа с аудиторией, экскурсовод отвечал на все поставленные вопросы. Есть возможность сделать фото в автомобилях. Наличие сувенирной лавки с большим выбором тематической продукции;

- машины из ретро-музея арендуют для съемок в кино и фото сессий. Имеет спонсоров и инвесторов, взаимодействует со многими партнерами, с целью продвижения «Фазетона». Музей развивается, происходит пополнение коллекций.

В музее для отдыха есть одна лавочка, пандус для людей с ограниченными возможностями и посетителей с детскими колясками есть на первом этаже.

11 % опрошенных считают, что в музей нужно вложить средства и только после этого можно назвать его брендом; 9 % опрошенных считают, что музей не заслуживает звания бренда. Основная проблема музея – это не созданные условия для людей с органичными возможностями. Именно на эту проблему нужно обратить внимание в первую очередь. Так же недостаточно материалов, лишь только рекламки (отсутствуют буклеты). Еще одна проблема, которая присутствует в музее – летом в музее жарко, зимой – холодно. Отсутствуют специальные программы и комнаты для детей;

Выводы и рекомендации в результате анкетирования являются следующими: направить финансирование на установление пандусов. Территория, которую охватывает музей, позволяет усовершенствовать зоны отдыха; смоделировать и распечатать буклеты и календари, которые будут содержать информацию о музее; установить вентиляторы и кондиционеры.

## **СЕКЦІЯ «УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ І ЕКОНОМІКА ПРАЦІ»**

УДК 331

Соколов А.В.

канд.держ.упр., доц. ЗНТУ

### **ТРУДОВІ РЕСУРСИ ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА СТІЙКИЙ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК**

Ринкові перетворення що відбуваються в українській економіці, змінюючи усю сферу громадського відтворення в цілому, впливають, тим самим, і на соціально-трудові стосунки в нашій країні. У зв'язку з цим для забезпечення найбільш ефективного розвитку вітчизняної промисловості, а також сфери послуг, необхідно здійснювати процес ринкового регулювання руху трудових ресурсів. Це положення є обґрунтуванням вимоги до створення механізму ринку праці з обов'язковим обліком як кількісних, так і якісних характеристик трудових ресурсів. У будь-якій економічній системі вдосконалення природних і придбаних здібностей людини до праці завжди є потужним чинником продуктивності і ефективності праці, поліпшення якості продукції, а також розширення обсягів громадського виробництва в цілому. Зміцнення здоров'я індивіда, вдосконалення його професійного і творчого потенціалу є провідним комплексним резервом науково-технічного і соціально-економічного розвитку кожної країни, основою розвитку суспільства та держави в цілому.

У економічній науці давно вже визнано, що в умовах дії науково-технічного прогресу найбільш вигідними стають інвестиції саме в розвиток «людського капіталу», т.е. у підвищення рівня освіти, а також в поліпшення стану здоров'я. Сьогодні дуже актуальною стає проблема поліпшення якості робочої сили для успішного перетворення економіки. Саме вдосконалення здібностей людини до праці може забезпечити ріст обсягів громадського виробництва і конкурентоспроможності товарів, що випускаються. Таким чином, стан і ефективність використання трудового потенціалу суспільства, як основної характеристики трудових ресурсів, зумовлюють можливості його соціально-економічного росту.

Трудові ресурси є загальною економічною категорією. Відмінність полягає лише в кількісних і якісних характеристиках на різних етапах розвитку суспільства. З кількісного боку – трудові ресурси країни характеризуються чисельністю населення в працездатному віці, з якісного – освітнім рівнем, професійно-кваліфікаційною підготовкою, якістю здоров'я, моральним, духовним рівнем працездатного населення, його творчим потенціалом і мобільністю. При цьому кожному етапу розвитку держави властиві специфічні вимоги до кількісних і якісних параметрів трудових

ресурсів. В умовах звуження відтворювальної бази трудових ресурсів більшою мірою доводиться говорити про необхідність збереження такого їх об'єму, який забезпечував би функціонування економіки країни в масштабах, достатніх для забезпечення життєздатності і соціальної стабільності в суспільстві.

Ефективне функціонування живої праці є складовою частиною ефективності громадського відтворення. Проте відтворення трудових ресурсів неправомірно ототожнювати з їх ефективним використанням. Зрозуміло, застосування трудового потенціалу країни, трудового колективу і окремої особи має певну самостійність, що виражається, наприклад, в тому, що одна і та ж маса, одна і та ж якість застосованої живої праці в певний період часу можуть давати неоднаковий соціальний і економічний ефект. Але сам процес використання живої праці, її рівень, а також її якість зумовлені способом функціонування попередніх фаз відтворення: виробництвом, розподілом, перерозподілом. Порушення нормального процесу відтворення на одній з цих фаз неминуче викликає негативні результати в усіх інших фазах і у відтворювальному процесі в цілому.

Проблеми відтворення трудових ресурсів випробовують на собі дію протилежних тенденцій. Завдання економічної науки полягає в тому, щоб виявити їх і запропонувати економічній практиці рекомендації, націлені на ініціацію дій тенденцій, сприяючих найбільш ефективному функціонуванню усіх фаз відтворення трудових ресурсів. На сучасному етапі соціально-економічного розвитку нашої країни найбільш актуальною і гострою проблемою є проблема використання працездатного населення.

Трудовий потенціал суспільства за сприятливих умов повинен збільшуватися, але за даними офіційної статистики висока смертність, низька народжуваність, значна захворюваність і т. п. дозволяють говорити про негативні тенденції, що звужують природний фундамент трудового потенціалу. До того ж депопуляція, що охопила нашу країну з 1991 р., викликає зменшення чисельності працездатного населення, що у свою чергу, скорочує потенційні можливості соціально-економічного прогресу суспільства. Для примноження сили і потужності держави потрібно щорічний темп приросту населення як мінімум у 2 %. Між тим зменшується не лише загальна чисельність, але і чисельність населення в працездатному віці.

Перспективи розвитку економіки держави пов'язані з активізацією використання наявного ресурсного потенціалу праці при кардинальному підвищенні якості трудових ресурсів і підвищенням рівня управління ресурсокористування. Стан і ефективне використання трудових ресурсів країни, кінець кінцем, визначить і наявність, і ефективність використання матеріальних чинників громадського виробництва в процесі досягнення стабільного економічного зростання.

## **ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ**

Доцільно розглянути найбільш вагомі аспекти організації менеджменту персоналу в країнах, які є лідерами на ринку фінансових послуг з позиції можливого використання їхнього досвіду у вітчизняних умовах.

Американська система управління персоналом у фінансових установах ґрунтується на принципах індивідуалізму та ініціативності. До найбільш характерних її особливостей слід віднести:

- відсутність єдиних державних стандартів освіти у сфері фінансових послуг і, як наслідок, велика кількість професійних освітніх програм за всіма рівнями підготовки спеціалістів для фінансової діяльності;
- широке використання в процесі навчання комп'ютерних програм;
- застосування тестування як основного методу не тільки відбору персоналу, але й визначення напрямків його подальшого розвитку;
- обмежене розповсюдження консалтингових структур, що спеціалізуються в даній сфері, у поєднанні з широкою практикою приватного консультування;
- пріоритетна орієнтація на запрошення вищих керівних кадрів «зі сторони», у тому числі з державних фінансових установ;
- більш високий рівень плинності кадрів – до 12 % у рік внаслідок традиційної американської практики орієнтації на регулярну зміну місця роботи і недостатньої уваги кадрових служб до роботи з власним резервом на просування;
- практична відсутність спеціалізованих центрів підвищення кваліфікації в організаціях внаслідок пріоритетної орієнтації на організацію даного процесу безпосередньо на робочих місцях;
- орієнтація персоналу на необхідність підвищення професійної кваліфікації своїми силами і за свій рахунок і, як наслідок, відсутність в американських фінансових організаціях комплексних програм централізованого навчання персоналу;
- практична відсутність механізму додаткової оплати (стимулювання) праці у сполученні з регулярним підвищенням посадового окладу за умови відсутності порушень протягом певного періоду;

розвинута система соціальних пільг вищому і середньому управлінському персоналу, яка забезпечує в сукупності до 60 % його сумарного річного доходу.

Однією з найбільш ефективних систем менеджменту у світі визнано японську модель – «менеджмент з людським обличчям». Характерні для японців дисциплінованість та працелюбність є наслідком життя у важких кліматичних і природно-географічних умовах. Японська модель менеджменту персоналу ґрунтується на філософії: «Ми всі одна родина».

Можна сформулювати наступні особливості менеджменту персоналу в японських фінансових організаціях:

- обов’язкова присутність в усіх фінансових організаціях спеціаліста в сфері методології менеджменту персоналу і одночасна наявність на ринку праці значної кількості консалтингових структур, які спеціалізуються в даному виді діяльності;

- активна підтримка адміністрацією багатьох організацій принципу професійної наступності шляхом надання своїм співробітникам спеціальних позик для навчання дітей в профільних навчальних закладах з резервуванням для них відповідних робочих місць;

- традиційна практика менеджменту персоналу на основі системи довічного найму, яка забезпечує працівнику, незалежно від факторів кар’єрного зростання, стабільне підвищення рівня життя за рахунок індексації посадового окладу пропорційно збільшенню безперервного стажу роботи;

- орієнтація на додаткову підготовку своїх працівників у власних навчальних центрах, у тому числі з відривом від основної діяльності на термін більший одного місяця;

- розвинута система морального заохочення персоналу;

- залучення до процесу оцінювання індивідуальних результатів трудової діяльності самого працівника, який оцінюється;

- використання в якості ефективного метода колективної мотивації персоналу виробничого змагання як між структурними підрозділами організації, у тому числі її регіональними філіями, так і окремими співробітниками;

- широке використання в процесі розвитку персоналу горизонтальних посадових переміщень, які дозволяють працівнику засвоїти не тільки основну, але й суміжні спеціальності;

- пріоритетна орієнтація на психологічну, а не соціально-економічну підтримку персоналу з використанням як загальноприйнятих, так і національних методів психологічної розрядки;

- практика регулярного проведення регіональних і загальнонаціональних тематичних семінарів і конференцій для спеціалістів кадрових служб.

В практику роботи українських фінансових організацій менеджери все частіше намагаються запроваджувати зарубіжні схеми управління

персоналом, не завжди враховуючи особливості місцевого менталітету. Український менталітет поєднує американський дух індивідуалізму і японську працездатність та прагнення до удосконалення. Для успішного управління персоналом в Україні достатньо створити сприятливі умови праці, прогресивну мотивацію та визначити реальні перспективні можливості.

УДК 338.24

Бойченко В.С.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «УПРАВЛІННЯ»**

Ринкове середовище в тій чи іншій мірі потребує управління, саме тому розглянемо сутність цього поняття. Однак, визначення цього поняття ускладнюється тим фактом, що сам процес управління можливо поділити на багато видів в залежності від різних завдань та функцій суб'єктів, які їх реалізують, кожне з яких передбачає використання певних методів, а отже і тлумачень. Так, сам термін «управління» різні науковці трактують з наступних позицій:

а) системний підхід:

1) функція організованих систем (біологічних, технічних, соціальних), які забезпечують збереження їх структури, підтримку режиму діяльності, реалізацію її програми, мети [1, с. 590];

2) функція організованих систем, які виникають природним (еволюційним) або штучним (креаційним) шляхом [2, с. 144];

б) процесний підхід:

1) ціленаправлена специфічна діяльність суб'єктів управління, яка направлена на управління сукупністю процесів у соціально-економічній системі з метою збереження цілісності, забезпечення сталого розвитку та задоволення суспільних потреб [3, с. 4];

2) ефективне і раціональне досягнення цілей організації через планування, організацію, керівництво і контроль за організаційними ресурсами [4, с. 30];

3) вид діяльності, предметом якої є діяльність інших людей і метою якої є розвиток об'єкта управління [5];

4) свідомий ціленаправлений вплив зі сторони суб'єктів, органів на людей та економічні об'єкти, який здійснюється з метою направлення їх дії та отримання бажаних результатів [6];

в) ситуаційний підхід: діяльність, яка має сприяти поліпшенню показників, результатів, рейтингових оцінок через прийняття і реалізацію управлінських рішень, управлінських заходів, підходів, етапів тощо [7, с. 104].

Аналіз наукових підходів до трактування сутності поняття «управління» дозволив виявити, що кожен з підходів має свої недоліки, оскільки розглядає це поняття з якоїсь однієї сторони не враховуючи інші аспекти. Так, системний підхід розглядає управління лише як функцію певної системи, не враховуючи при цьому процеси, які виникають; мету цього явища; суб'єкти та об'єкти впливу тощо. Процесний підхід розглядає сукупність взаємозалежних дій, які спрямовуються на досягнення певних результатів, але основним його недоліком є те, що він не враховує місце і роль управлінських дій в загальному процесі. Ситуаційний підхід, на нашу думку, є більш універсальним для практики застосування в регіоналістиці, оскільки він є об'єднанням перших двох підходів, тобто розглядає управління як певну послідовність прийняття й реалізації управлінських рішень з конкретною метою, але цей підхід не відображає за допомогою яких інструментів досягаються цілі.

Тому, враховуючи недоліки запропонованих підходів до визначення сутності цього поняття, визначено, що «управління» – це функція організованих систем, яка через прийняття і реалізацію управлінських рішень за допомогою процесів планування, організації, мотивації та контролю, направлена на вплив суб'єктів систем на об'єкти з метою ефективного і раціонального забезпечення цілей.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Республика, 2001. – 719 с.
2. Новая философская энциклопедия: В 4 т. / Ин-т философии РАН, Нац. общ.-научн. фонд; Научно-ред. совет: предс. В.С. Степин. – М.: Мысль, 2010. – Т. IV. – 736 с.
3. Глушакова О.В. О сущности, содержании соотношении понятий «государственное управление», «социальное управление», «публичное управление» / О.В. Глушакова, Я.А. Вайсберг // Сибирская финансовая школа: Аваль. – 2013. – № 6. – С. 3-9.
4. Дафт Р.Л. Менеджмент / Р.Л. Дафт. – СПб.: Питер, 2001. – 832 с.
5. Приживара С.В. Управління як специфічний вид діяльності [Електронний ресурс] / С.В. Приживара // Державне будівництво. – 2012. – № 1. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeBu\\_2012\\_1\\_9.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeBu_2012_1_9.pdf)
6. Управление [Электронный ресурс] / Современный экономический словарь. – Режим доступа: <http://www.ebk.net.ua/Book/Ses/u/0607.htm>



7. Харченко В.А. Сутність системи управління розвитком промислового підприємства / В.А. Харченко // Економіка промисловості. – 2013. – № 4 (64). – С. 100–110.

УДК 331.103.15

Василичев Д.В.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **ПЕРІОДИЧНА ОЦІНКА ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ**

Оцінка результатів роботи співробітників – необхідний інструмент для побудови ефективної системи мотивації персоналу, особливо для виявлення інноваційної активності. Найбільш доцільно оцінювати працівників регулярно (щорічно, щоквартально, в окремих випадках – щомісяця). Така система дозволить точніше визначити внесок кожного співробітника в роботу компанії, допоможе зробити мотиваційні заходи (наприклад, річне преміювання) більш прозорими і справедливими.

Вигоду, яку отримає компанія від впровадження системи періодичної оцінки результатів роботи співробітників можна сформулювати за задачами HR-служби, результатом виконання яких вона може:

1) класифікувати завдання, які виконуються співробітниками. Інформацію про рівень складності завдань можна використовувати при визначенні значущості посад і встановленні ієрархії підрозділів у компанії;

2) визначити успішність (інноваційність) роботи кожного співробітника, а також його місце в загальному рейтингу підрозділу (на підставі порівняння декількох показників);

3) систематизувати преміювання. Після проведення оцінки керівникам підрозділів надаються рекомендації щодо формування бонусних виплат з урахуванням досягнень співробітників.

Порядок проведення періодичної оцінки слід офіційно регламентувати шляхом підготовки і затвердження у керівництва. У цьому регламенті встановлюються загальні принципи і цілі проведення оцінки, позначаються терміни, вказуються відповідальні особи. До нього додаються зразки оціночних форм і інструкція щодо їх заповнення (з прикладами). Якщо з будь-яких причин важко розробити і затвердити регламент, можна обмежитися підготовкою так званої Робочої процедури, в якій описуються етапи проведення оцінки, вказуються групи співробітників, які підлягають оцінці і коло експертів. Цим документом зобов'язані керуватися всі учасники процесу.

Пропонується докладніше зупинитися на періодичній оцінці інноваційної активності та результатів роботи співробітника його безпосереднім керівником. Цей вид періодичної оцінки проводиться для працівників «бек-офісів». Також, вони поширюються на штатних співробітників (що працюють в компанії за основним місцем роботи), але на запит керівника також може бути проведена оцінка сумісників або співробітників, що працюють за цивільно-правовим договором. Оцінці підлягають люди, що займають посади рівня «спеціаліст» або «лінійний менеджер».

Оскільки процедурою передбачається оцінка інтелектуальної діяльності та інноваційної активності, зі списку виключені посади, для яких не потрібна вища освіта. Робота керівників рівня директора департаменту і вище повинна оцінюватися більш комплексно. Співробітники, які проходять випробувальний термін, знаходяться в зоні дії процедури адаптації, в якій передбачається своя оцінка діяльності, тому вони теж не входять до переліку оцінюваних.

При оцінці пропонується використовувати наступні критерії:

1. Розробка інноваційних рішень, що вносять значний вклад в розвиток компанії.
2. Розробка нових або оптимізація існуючих бізнес-процесів.
3. Реалізація завдань вимагає виконання різних функцій і використання сукупності неоднорідних знань.
4. Виконання завдань базується на аналізі і використанні різних джерел інформації.
5. При виконанні завдань використовується досвід, що ґрунтується на практиці і прецедентах у попередніх періодах.
6. При виконанні завдань формуються експертні висновки і пропонуються нестандартні рішення.
7. Виконання стандартних завдань, які потребують наукового обґрунтування.

При оцінці результатів роботи (виконання завдань) використовується шкала: «відмінно – добре – задовільно – погано».

Для того щоб система періодичної оцінки працювала успішно, була корисною і давала результати, необхідно враховувати:

- 1) можливі прояви суб'єктивності керівників при оцінці виконання завдань;
- 2) неувважність керівників або нехтування описами рівнів при оцінці складності, а також підміна поняття «складність» поняттями «важливість», «відповідальність» і т. ін.;
- 3) тимчасові витрати часу на обробку даних.

Виконання всіх перерахованих вище умов гарантує валідність отриманих даних, їх об'єктивність і достовірність. Запропонована методика показала свою ефективність в роботі деяких системних компаній Запорізького регіону.

УДК 330.15:332.3

Васильєва О.О.

канд. фіз.-мат. наук, доц. ЗНТУ

## **ЗЕМЕЛЬНО-РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Земля як природний ресурс є просторово-територіальним базисом розвитку продуктивних сил, головним засобом виробництва й предметом праці в сільському господарстві, джерелом продовольства. Висока природна продуктивність ґрунтового покриву визначає провідну роль земельного фонду як основного з найважливіших видів ресурсів економічного розвитку та національного багатства України. Земельно-ресурсний потенціал – показник, що характеризує здатність земельних площ продукувати певні продукти і в певних обсягах за певних екологічних, соціально-економічних, фінансових, технологічних умов [1, с. 15].

Земельний фонд України складає 5,7 % території Європи, а за площею сільськогосподарських угідь та ріллі Україна посідає перше місце в Європі. Станом на 01.01.2015 р. земельний фонд України становив 60 354,9 тис. га, з яких 41 511,7 тис. га – це сільськогосподарські угіддя (68,8 %), з них 32 531,1 тис. га – рілля (78,3 % угідь), 2 407,3 тис. га – сіножаті 5 441,0 тис. га – пасовища. Водночас, володіючи таким масштабним земельним фондом найбагатших у світі чорноземів, які, за різними оцінками науковців, здатні забезпечити продовольством 250–320 млн. людей, Україна не може гарантувати навіть власну продовольчу безпеку. Тому основним завданням на сьогодні є раціональне використання земельно-ресурсного потенціалу у сільськогосподарському виробництві [2, с. 137].

Загальна земельна площа Запорізької області складає 2 718,3 тис. га, що становить 4,5 % земельного фонду України, сільськогосподарські угіддя області складають 6 % від угідь країни й займають 2241,8 тис. га (82,4 %), з них рілля – 1 903,8 тис. га, що становить 84,9 % сільськогосподарських угідь, 75 % площі області становлять чорноземні ґрунти.

Причиною, через яку родючі ґрунти втрачають свою продуктивність, є максимальне залучення сільськогосподарських земель в інтенсивну обробку. Середній відсоток розораності земель України в даний час складає 53,8 %. Для порівняння, в США цей показник становить 27 %, Франції – 42 %,

Німеччині – 33 % [3, с. 112]. У деяких областях України середній показник розораності земель перевищує позначку 80 %, у Запорізькій області коефіцієнт розораності складає 85 %, це значення є дуже високим показником розораності, що може призвести до сильної деградації земельних масивів.

У 2014 році 60,3 % сільськогосподарських угідь Запорізької області належало сільськогосподарським підприємствам (1 351,8 тис. га), 34,7 % – громадянам (777,7 тис. га), причому лише 3,2 % угідь належали державним сільськогосподарським підприємствам (71,4 тис. га). Перехід земель сільськогосподарського призначення у приватну власність внаслідок аграрної реформи призвів до дрібнотоварного виробництва та неефективного використання землі. Серед сільськогосподарських підприємств спостерігається значне розшарування за обсягами землекористування. Більшість діючих сільськогосподарських підприємств області у 2014 році в основному займали незначну площу: 44,4 % підприємств – до 50 га, 18,1 % – від 101 до 500 га, тільки 0,3 % підприємств мали площу більше 10 000 га.

Внаслідок високого рівня господарського використання земельного фонду держави, рівня його розораності та екстенсивного використання продуктивних угідь посилюється деградація земель, ґрунти втрачають свою родючість і виснажуються [4, с. 327].

Найважливішим показником результативного використання сільськогосподарських угідь є структура посівних площ. Землеробство в степовій зоні України, до якої належить Запорізька область, спеціалізується на вирощуванні зерна та олійних культур, які у 2014 році займали 54,5 % та 35,5 % від усієї посівної площі, відповідно. Площі, зайняті виробництвом соняшника, значно перевищують рекомендовані норми 12–15 %.

Важливим показником використання посівних площ сільськогосподарських культур є урожайність. Основним резервом підвищення урожайності є раціональне використання мінеральних та органічних добрив. Урожайність зернових культур області у 2014 році збільшилась порівняно з 1995 роком на 27 % – з 21,5 до 27,4 ц з 1 га зібраної площі. Внаслідок фінансових труднощів в сільськогосподарських підприємствах частка удобреної мінеральними добривами площі за останні три роки в області зменшилась від 77,6 до 73,8 %. Висока урожайність сільськогосподарських культур за умови зменшення внесення мінеральних добрив свідчить про виснаження запасів доступних для рослин поживних речовин в ґрунтах.

Раціональне та ефективне використання землі означає не тільки отримання максимуму необхідної сільськогосподарської продукції, а й підвищення її родючості. В разі неправильного використання землі,

порушення правил агротехніки якість земель знижується, а родючість зменшується, тому сільськогосподарські підприємства повинні застосовувати певні організаційно-господарські, агротехнічні, меліоративні та гідротехнічні заходи щодо стану земельних ресурсів [4, с. 328].

На використання сільськогосподарських угідь негативно впливає необґрунтоване співвідношення цін на ресурси і продукцію, демографічна структура, особливо старіння сільського населення, низький рівень фондозабезпеченості, недостатня увага до соціально-культурного розвитку сільських населених пунктів та незадовільна система матеріального стимулювання.

Розвиток ринкової економіки обумовлює необхідність інтенсивного розвитку сільськогосподарського виробництва області й країни в цілому, ефективного й раціонального використання її земельних ресурсів, що вимагає реалізації на всіх рівнях управління комплексу організаційно-господарських та еколого-агрохімічних заходів, спрямованих на вдосконалення земельних відносин, зниження розораності сільськогосподарських угідь, підвищення відповідальності за їх ефективне й раціональне використання [2, с. 145].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Рідей Н.М. Природно-ресурсний потенціал агроєкосистем: аналіз понятійно-категоріального апарату, обґрунтування сучасних трактувань / Н.М. Рідей, А.А. Горбатенко, Ю.А. Кучеренко // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2013. – № 3. – С. 13–21.

2. Козловський С.В. Земельно-ресурсний потенціал Вінничини: формування, використання та перспективи розвитку / С.В. Козловський, В.М. Кошельник // Збірник наукових праць ВНАУ. – 2012. – № 1 (56). – С. 136 – 145.

3. Красовський Г.Я. Розроблення технології визначення коефіцієнтів розораності земельних масивів / Г.Я. Красовський, О.Є. Толчевська // Екологічна безпека та природокористування. – 2014. – Вип. 15. – С. 111–123.

4. Почколіна С.В. Економічні засади раціонального використання та охорони земельних ресурсів в умовах формування ринку землі / С.В. Почколіна, Л.А. Бахчиванжи // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2009. – № 36. – С. 326–330.

## **ТОТОЖНІСТЬ ПОНЯТЬ ПРИБУТОК ТА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ**

Перед кожним підприємцем із самого початку стоїть мета досягнення прибутку. Саме через це очікування прибутку спонукає власника підприємства до пошуку вигідніших варіантів використання ресурсів. Звідси випливає головна функція прибутку – стимулююча до нововведень, удосконалення технологій та раціонального розподілу ресурсів між галузями виробництва. Тому прибуток це – економічний показник, який показує, скільки грошей отримує організація в результаті своєї діяльності при відрахуванні всіх понесених витрат, які діляться на внутрішні (використання власного потенціалу для організації виробничої діяльності, який за альтернативного використання міг би також отримати грошову вигоду) та зовнішні (сума всіх виплат підприємця на залучення необхідних економічних ресурсів, заробітна плата, орендна плата). Доречно окрім вартісного вираження прибутку застосовувати відносний показник – рентабельність. За допомогою рентабельності можна з'ясувати, прибуткове виробництво чи збиткове, або має тенденцію спаду чи росту. Тому саме за допомогою цього показника можна спрогнозувати подальший розвиток подій. Саме з цих міркувань рентабельність постає в центрі уваги багатьох вчених, як теоретиків, так і практиків [1, с. 154].

Значний внесок у вивченні питань дослідження зростання прибутковості та рентабельності підприємств зробили С.Ф. Покропивний, О.В. Мазуренко, В.В. Посилаєв, П.Т. Саблук, І.Н. Топіха, С.П. Ярошенко, Л.А. Лахтіонова, М.В. Бець, О.В. Павловська та інші. Незважаючи на велику кількість розробок і значні досягнення в теорії та практиці зростання прибутковості та рентабельності, варто зазначити, що проблеми мобілізації резервів збільшення прибутку виробничого підприємства саме у сучасних умовах вивчені недостатньо.

Між прибутковістю та рентабельністю підприємства є певний зв'язок, але все ж таки між цими економічними категоріями є істотні відмінності, оскільки рівень рентабельності має відносну прибутковість і виражається в процентах, а прибуток є абсолютною величиною, яка в основному залежить від кількості реалізованої продукції та розмірів витрат на її виробництво.

Рентабельність іноді ототожнюють з доходністю підприємства, однак ці поняття є не ідентичними і в своєму змісті мають різне вираження. Дохід має зміст валового, чистого, грошового та натурального вираження, а рентабельність характеризується лише чистим доходом. Враховуючи це, при

обчисленні рентабельності в основу беруть не чистий дохід, а прибуток, тому тотожність може бути більш з прибутковістю ані ж з дохідністю [2, с. 58].

Нині серед вчених економістів досі немає єдиної точки зору про відносні показники рентабельності. Одні вважають, що рівень рентабельності слід визначати як відношення прибутку до суми виробничих фондів, а інші – як відношення прибутку до повної собівартості реалізованої продукції. Враховуючи вище викладене, сутність рентабельності як економічної категорії і розмір фактично одержаного прибутку не залежить від методів його обчислення.

На сьогоднішній день найбільш розповсюдженим є показник рентабельності, який розраховується, як процентне відношення або чистого доходу до повної собівартості відповідно всієї чи тільки товарної продукції.

Тому саме цей показник характеризує фактичну ефективність витрачених засобів виробництва і праці, тобто реалізованих оборотних та основних виробничих фондів, як у цілому в господарстві, так і у певній галузі. Однак, рівень рентабельності досить некоректно характеризує ефективність використання всіх виробничих фондів, які приймають участь в отриманні прибутку, бо вони представлені в собівартості продукції тільки сумою амортизації [3, с. 30].

Тому доречно при розрахунку рівня рентабельності розраховувати її щонайменше двома способами.

Першим, де враховується собівартість реалізованої продукції, а другим – основні та оборотні фонди господарства.

При визначенні рентабельності з урахуванням оборотних фондів використання її до окремих галузей або видів продукції ускладнюється. Тому в основному при розрахунку рентабельності виробництва певної продукції застосовують розрахунок, який включає відношення прибутку до повної собівартості реалізованої продукції.

Одним із основних критеріїв визначення рентабельності сільськогосподарського виробництва може бути такий показник, як норма витрат, який розраховується як співвідношення собівартості до валової продукції.

За допомогою цього економічного показника в процесі аналізу виявляється окрема частка елементів затрат, вартості валової продукції.

Але, вище перераховані показники рентабельності не враховують такої складової частини сільськогосподарського виробництва, яка не має вартості, – землю. Тобто, при рівних затратах засобів та праці прямий вплив на рівень рентабельності має родючість ґрунту, хоча в результаті отримання кінцевого чистого доходу процент родючості виявити практично неможливо. За допомогою цього показника можна виявити ефективність використання землі лише у межах однієї ґрунтово-кліматичної зони.

Нині при відсутності даних щодо грошової оцінки землі учасники господарювання просто не можуть зараховувати її вартість до основних виробничих фондів. Тому рівень рентабельності залежить від таких показників як хімічний склад ґрунтів, територіальне, кліматичне розміщення сільськогосподарського підприємства які не мають економічної оцінки та не враховується при розрахунку прибутку.

Рентабельність і прибуток тісно пов'язані між собою. Зростання рентабельності об'єктивно свідчить про збільшення одержуваного прибутку. Іншими словами, при зростанні прибутку створюються умови для збільшення рентабельності. Прибуток та відносний показник прибутку – рентабельність є основними показниками ефективності роботи підприємства, які характеризують інтенсивність господарювання.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Основи економічної теорії: підручник / за заг. ред. Л.С. Шевченко; М-во освіти і науки України, Нац. юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого. – Х.: Право, 2008. – 448 с.
2. Дієсперов В.С. Рентабельність і дохідність / В.С. Дієсперов // Економіка АПК. – 2008. – № 6. – С. 57–63.
3. Кращенко А.О. Методи оцінювання та проблеми підвищення конкурентоспроможності зернових підприємств / А.О. Кращенко // Агросвіт. – 2013. – №9. – С. 27–33.

УДК 658.512.62

Галан О.Є.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

### **МЕТОДИКА ОЦІНКИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Основні труднощі визначення рівня трудового потенціалу промислових підприємств полягають в кількісній оцінці внутрішніх (особистісних) властивостей працівника. Враховуючи існуючий на сьогодні досвід при оцінці властивостей (якості) технічних систем, для оцінки рівня трудового потенціалу на промислових підприємствах при розробці стратегії розвитку трудового потенціалу доцільно використовувати наукові здобутки методики кваліметричної оцінки якості (рівня) об'єкту. Вибір для практичного використання саме кваліметричного методу оцінки трудового потенціалу промислових підприємств ґрунтується на тому, що вітчизняна практика має багатий досвід його використання (метод широко використовується при



оцінці якості технічних продуктів), який має відносно гнучкий апарат виміру. Кваліметрична оцінка дає можливість формалізувати прийняття управлінських рішень там, де раніше використовувались лише інтуїтивні підходи або якісні характеристики, залежні від суб'єкта – генератора таких характеристик.

Оскільки для оцінки трудового потенціалу більшість авторів пропонують застосовувати експертні оцінки різноманітних характеристик як індивідуальних якостей окремого працівника, так і рівня організації праці, а також техніко – технологічного рівня підприємства і навіть синергетичний ефект, то згадані методики є громіздкими, суб'єктивними, передбачають включення характеристик та факторів, які мають несуттєве значення, або навіть віддалене відношення до трудового потенціалу і не гарантують достовірних результатів оцінки. З нашої точки зору, трудовий потенціал підприємства для поточного (не стратегічного) управління все ж більш доцільно оцінювати в грошовій формі, використовуючи витратний метод. Всі витрати, що мають відношення до формування та використання трудового потенціалу конкретного підприємства мають бути враховані і складати його вартісну основу. Витрати підприємства, спрямовані на формування, підтримання та використання трудового потенціалу, доцільно класифікувати наступним чином:

- витрати на формування трудового потенціалу;
- витрати на підтримання трудового потенціалу;
- витрати на використання трудового потенціалу.

За економічним змістом вони мають бути поділені на інвестиційні витрати та поточні витрати.

Оскільки інвестиційні витрати на формування трудового потенціалу можуть бути значними, а їх окупність – складати досить довгий період (наприклад, 5 років), то для поточної оцінки рівня трудового потенціалу важливо ввести поняття амортизації інвестицій, спрямованих на довгострокове формування трудового потенціалу. Так, якщо група промислових підприємств, наприклад, побудувала професійно-технічне училище, де навчає майбутніх працівників для власних потреб, то можна говорити як про окупність таких інвестицій, так і про їх амортизацію (амортизацію витрат), яка призведе до зростання вартості трудового потенціалу і, можливо, приведе до тимчасового зниження ефективності його використання з подальшим його значним підвищенням.

Таким чином, формула вартісної оцінки трудового потенціалу для конкретного підприємства може мати наступний вигляд:

$$C_{\text{тп}} = A_{\text{тп}} + \text{ПВ}_{\text{тп}}$$

де  $C_{\text{тп}}$  – поточна вартісна оцінка рівня трудового потенціалу підприємства;  $A_{\text{тп}}$  – амортизація інвестицій, спрямованих на формування трудового потенціалу та (частково) в підтриманні його рівня;  $\text{ПВ}_{\text{тп}}$  – поточні витрати на використання трудового потенціалу (включає частково і поточні витрати на підтримання його рівня).

Викладений вище підхід до оцінки потужності трудового потенціалу включає непрямим шляхом всі суттєві фактори, які впливають на його вартість. Так, обсяг витрат на підвищення рівня освіти та кваліфікації кадрового потенціалу може бути врахований у вартості трудового потенціалу через відповідні кошти, які включаються в вартість цього потенціалу через амортизаційні витрати. Організаційний та техніко – технологічний фактори враховуються через рівень заробітної плати та інших доплат до неї, оскільки більш високий технологічний рівень потребує і більш високої кваліфікації та відображається на заробітній платі персоналу. Щодо зазначених інших методик, то їх точність та пристосованість до практичного використання викликає великі сумніви (за деякими винятками щодо застосування кваліметричної оцінки для розробки стратегії розвитку трудового потенціалу підприємства). На наш погляд, точно оцінити, наприклад, творчі здібності працівника, або його комунікаційний рівень (потенціал) і включити отримані результати в критерії оцінки трудового потенціалу є сьогодні надзвичайно складним завданням.

УДК 331.1  
Гіль Л.А.  
старш. викл. ЗНТУ

## **ЩОДО ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В ТРУДОВОМУ КОЛЕКТИВІ**

Аналізуючи фактори, що впливають на соціально-психологічний клімат, пропонується звернути увагу на такі питання.

1. Соціально-психологічне вивчення мікроклімату в колективі (діагностування).

Колектив має специфічні особливості, і це обумовлює розробку конкретних шляхів оптимізації соціально-психологічного клімату. Інформацію про соціально-психологічний клімат у колективі керівник може отримати за допомогою аналізу деяких статистичних даних (наприклад, плинність кадрів, укомплектованість та оснащення матеріальної бази, кількість порушень дисципліни тощо), спостереження (особливості спілкування

людей, поведінки членів колективу, стан матеріальної бази тощо, бесіди, інтерв'ю, анкетування.

## 2. Удосконалення підбору кадрів.

Про роль підбору кадрів, раціонального розподілу та виховання говорять достатньо. Потрібно зазначити, що доцільно спиратися при цьому на комплексну оцінку працівників.

## 3. Вдосконалення організації праці.

Слід позитивно оцінити практику проектувати роботу в річному плані щомісячно та щотижнево. Якщо людина заздалегідь знає, чим буде займатися не тільки у перспективі, але й у найближчий період, це знижує напруження, підсилює визначеність, що є важливою передумовою формування сприятливого предметного та емоційного настрою.

## 4. Постановка перед колективом привабливої мети.

Загальна мета згуртовує людей, сприяє формуванню творчої ділової спрямованості.

## 5. Гнучке регулювання взаємин у колективі.

Ділові та особисті стосунки не повинні вступати у суперечність, а це означає, що під час розподілу обов'язків у колективі необхідно враховувати статус особистості в групі.

Пропонується до використання розробка типології позицій працівників, що гальмують створення здорового психологічного клімату. Методика розроблена на основі досліджень психолога Н.П. Анікеєвої і пропонує шляхи оптимального впливу на «важких» працівників (таблиця 1).

Таблиця 1 – Шляхи оптимального впливу на «важких» працівників

Назва позиції	Психологічні особливості	Методи впливу
Імітатор	Демонструє велику завантаженість справами. Готовий на конфлікт, якщо його імітація не сприймається як діяльність.	Виявлення реального вкладу в роботу та оцінка його перед колегами.
Громадський діяч	Віддає перевагу виконанню громадських доручень, які відволікають від виконання прямих обов'язків.	В індивідуальній бесіді поставити умову: участь у громадських справах залежить від успішного виконання основної роботи.

Генератор само-реклами	Турбує насамперед престиж. Все, що він робить, повинно, на його думку, бути в центрі уваги.	Об'єктивна оцінка результатів роботи. Переключення енергії на справи дійсно важливі.
Патріарх	Працівники передпенсійного віку, які вважають, що їх прийоми роботи - найкращі.	Доручити наставництво, опіку над конкретним недосвідченим колегою, але пояснити, що досвід і майстерність не є тотожними.
Прима	Яскрава особистість, яка має реальні підстави бути лідером. Веде тонку психологічну роботу проти інших популярних членів колективу.	Підкріплення позитивної орієнтації неформального лідера, об'єднання його з іншими лідерами (враховуючи найкращі якості). Об'єктивна оцінка позитивних якостей.

6. Удосконалення матеріальної бази організації та умов праці й життя членів колективу.

7. Удосконалення стилю керівництва з врахуванням особливостей колективу та вимог суспільства до організації. Удосконалення організаційних форм управління.

УДК 331.5

Горбань С.Ф.

канд.техн.наук, доц. ЗНТУ

## ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ ЗАЙНЯТОСТІ ТА БЕЗРОБІТТЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ

Протягом останніх років проблема молодіжної зайнятості та безробіття стала вельми актуальною. Так, за даними Державної служби статистики України, питома вага молоді у загальній кількості безробітних щорічно збільшується та станом на 2014 рік становить більше 50 % від загального числа зареєстрованих безробітних. Найвищий рівень безробіття зафіксовано саме серед безробітних у віці до 35 років. У 2014 році безробіття серед осіб до 25 років у 1,76 рази перевищувало рівень безробіття у віці 25–29 років та у 2,15 разів загальний рівень безробіття.

З 2010 року в Україні має місце незначна тенденція до стабілізації рівня молодіжного безробіття, однак це зумовлено не дієвими заходами державної політики зайнятості відносно сприяння працевлаштуванню молоді, а демографічною ситуацією та загальним старінням населення. Так, сьогодні та

протягом найближчого десятиліття в Україні чисельність тих, хто вступає до працездатного віку, буде меншою за чисельність осіб, які виходять із нього, що у цілому формує ситуацію, сприятливу для підвищення рівня зайнятості молоді. Безробіття серед молоді більше ніж серед інших вікових груп, що відображає труднощі, з якими стикаються молоді люди при пошуку роботи.

Варто зазначити, що найвищі рівні безробіття притаманні наймолодшій віковій групі населення. Молодь у віці 15–24 років – це студенти й молоді люди, що завершують або завершили професійну підготовку в навчальних закладах. Вони є найбільш уразливою групою, яка вперше виходить на ринок праці, на якому найчастіше стикається з труднощами пошуку гідної роботи згідно з отриманою спеціальністю у ВНЗ. Молоді випускники ще не мають достатнього професійного і соціального досвіду і в силу цього є менш конкурентоспроможними, порівняно з іншими віковими економічно активними групами населення.

Аналіз за видами економічної діяльності показує, що найбільша кількість молоді зайнята у промисловості – 26,1% від загальної кількості штатних працівників у віці 15–24 років, на другому місці знаходиться оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – на цей вид припадає 14,4 % молодих працівників, на третьому місці – освіта (12,5 %), на четвертому – охорона здоров'я та надання соціальної допомоги (10,1 %), на п'ятому – транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність (7,6 %). Менше 1 % молоді зайнято в галузі операцій з нерухомим майном, менше 2 % припадає на мистецтво, спорт, розваги та на тимчасове розміщування й організацію страхування, менше 3 % – на будівництво, інформацію та телекомунікацію й діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування.

Дані, свідчать, що за видами економічної діяльності кількість зайнятих молодих жінок на 17 % більше, ніж чоловіків, хоча загальна кількість працюючих чоловіків по економіці в цілому у 1,3 рази більше ніж жінок. Найменша частка зайнятих молодих жінок у загальній кількості штатних працівників у віці 15–35 років спостерігається у будівництві (19,0 %) та у сільському, лісовому та рибному господарстві (31,3 %).

Проведений аналіз зайнятості молоді за видами економічної діяльності показав, що пріоритетними сферами зайнятості для молоді є фінансова та страхова діяльність, а також оптова та роздрібна торгівля. Отже, домінуючою сферою зайнятості української молоді є сфера послуг. Найменша частка молоді в обліковій кількості штатних працівників працює у таких галузях, як операції з нерухомим майном (23,8 %), сільське господарство (24,4 %), мистецтво, спорт, розваги та відпочинок (25,5 %), охорона здоров'я та надання соціальної допомоги (27,5 %), тобто ці галузі є найменш привабливими для молоді.

Низькі показники зайнятості молоді у цих сферах, в першу чергу, можна пояснити невисоким рівнем оплати праці, наприклад у соціальній сфері, високою часткою працівників передпенсійного та пенсійного віку; щодо сільського господарства, то сучасній молоді притаманно небажання працювати у сільській місцевості та наявність у сільському господарстві високої частки неформального сектора.

Проведений аналіз молодіжного ринку праці в Україні показав, що найвищі рівні молодіжного безробіття притаманні особам до 24 років, це дає підстави віднести молодь у цьому віці до групи найвищого ризику, бо труднощі пошуку першого місця роботи пов'язані не тільки з загальноекономічною та політичною кризами, а ще й з нестійкістю життєвих установок молоді, занадто амбіційною позицією молодих працівників, відсутністю практичних навичок і досвіду роботи та, як наслідок, низьким професійним статусом. Крім того, на ситуацію вплинули й скорочення чисельності молодого населення та тенденції зовнішньої трудової міграції. До того ж молоді працівники змушені брати участь у неформальному секторі економіки і нестабільних формах зайнятості. При цьому вони позбавлені базових прав у сфері праці, працюють без трудового договору і не охоплені системою соціального страхування.

Отже, ефективному працевлаштуванню молоді на українському ринку праці заважають не тільки суб'єктивні умови, які залежать від шукачів, а ще й відсутність дієвого державного механізму регулювання процесів працевлаштування випускників навчальних закладів.

УДК 33.15

Гудзь М.В.

д-р екон. наук, проф. ЗНТУ

## **РЕГУЛЯТОРНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ**

Слід зазначити, що туристична політика держави є сукупністю форм, методів і напрямів впливу держави на функціонування галузі туризму для досягнення конкретних цілей збереження та розвитку народногосподарського комплексу. За визначенням окремих науковців, механізм реалізації туристичної політики держави включає: вироблення концепцій розвитку туризму; складання цільових програм з розвитку туризму як на рівні держави в цілому, так і на рівні окремих регіональних ринків; розробку конкретних заходів для досягнення поставленої мети; державне регулювання туристичної діяльності [1, с. 48].

Регуляторними каналами впливу на туристичну галузь та її лікувально-оздоровчий сектор є нормативно-правові, податкові, фінансово-кредитні, інформаційні, управлінські важелі. Відтак, під державним регулюванням ринку туристичних послуг розуміється сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів державної влади на діяльність суб'єктів господарювання та ринкову кон'юнктуру з метою забезпечення нормальних умов функціонування ринкового механізму, реалізації державних соціально-економічних пріоритетів, вироблення єдиної концепції розвитку туристичної галузі. Правове регулювання базується на Законі України «Про туризм», згідно якого визначаються основні цілі державного регулювання, основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму та шляхи її реалізації [2], а санаторно-курортного і лікувально-оздоровчого туризму – у Законі України «Про курорти» [3].

Механізм державного регулювання ринку туристичних послуг розглядаються у взаємозв'язку організаційних і економічних важелів, які представляють собою систему стимулів, організаційних та економічних інструментів тощо. До організаційно-економічних інструментів традиційно включаються: власність, ціна, рівень прибутковості, зайнятість, доступ до ресурсів (земля, праця, фізичний капітал) та джерел грошових коштів, бар'єри входу в галузь, інформація. Організаційні інструменти передбачають підготовку пропозицій щодо пріоритетних напрямів розвитку туристичної галузі, затвердження необхідних обсягів бюджетних коштів кредитування інвестиційних туристичних проектів та здійснення заходів щодо покращення інвестиційного клімату, організацію підвищення кваліфікації спеціалістів у туристичній галузі, впровадження галузевих технічних і екологічних стандартів, розробку проектів нормативно-правових актів забезпечення розвитку галузі, вивчення провідного світового досвіду тощо.

Формування та реалізація туристичної регуляторної політики відбувається на трьох економічних рівнях – міжнародні організації, національний рівень і суб'єкти підприємницької діяльності туристичної галузі. Тому ефективне регулювання може бути забезпечене лише за умови плідної співпраці інституціональних органів кожного рівня господарювання і чіткого виконання ними своїх функцій. Тому коло учасників відносин, інтереси яких повинні враховуватися, включає до себе громаду (формалізовані структури), органи влади, туристів, приватний туристичний бізнес, приватний бізнес інших галузей, інвесторів, центральні та регіональні органи влади. З них найбільшу зацікавленість до розвитку туризму мають мешканці або члени громад та місцевий приватний бізнес. Населення має яскраво виражений довготривалий інтерес саме до сталого розвитку туризму, який збалансований з культурним й природним середовищем території та забезпечує підвищення якості життя.

Вибір форм і методів державного регулювання туристичної галузі визначається особливостями економічного розвитку, рівнем та специфікою соціально-економічних і політичних відносин, потужністю регіонального туристичного потенціалу та активністю регіонального соціуму розвивати локалізовані види туризму – зелений, сільський, ексклюзивний тощо. В кризовий період регулююча роль держави стає особливо важливою. Так, боротьба з кризою, пошуки нових методів та форм протидії їй визначають генеральну лінію політики урядів всіх країн. Вибір тієї чи іншої моделі державного регулювання зумовлений індивідуальними характеристиками самої країни: її туристичним потенціалом, територіальним устроєм, стратегічними цілями і завданнями.

Проблематика державного регулювання туристичної галузі полягає у визначенні основних тенденцій розвитку туризму та впровадженні відповідних кроків інтеграції України в міжнародний ринок туристичних послуг з урахуванням її особливостей та реальних можливостей. Разом із традиційними нормами регулювання галузі постають новітні, пов'язані із вступом України до зони вільної торгівлі з Євросоюзом, що потребує подальших досліджень у цьому напрямку.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 312 с.
2. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – Ст. 241; 32. – Ст. 172.
3. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13. – Ст. 180.
4. Про курорти: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 50. – Ст. 435.

УДК 330.341.1

Карпенко А.В.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

### **ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ НАУКОВИХ РОЗРОБОК В УКРАЇНІ**

Сучасні тенденції у виробництві, пов'язані з науково-технічним прогресом і посиленням конкуренції, призводять до розуміння того, що можливості подальшого економічного розвитку на основі ресурсного зростання з часом вичерпуються. В основі інноваційного розвитку



суспільства провідне місце відводиться сукупності сформованих знань та їх конкурентному використанню, що забезпечує людина зі своїми талантами, вмінням та досвідом. Тобто людина як творець винаходів, патентів, ноу-хау є найважливішою ланкою у реалізації інноваційного потенціалу, що створюється переважно у наукових організаціях і ВНЗ. Забезпечується результативність такої діяльності процесом комерціалізації наукових і технологічних рішень, який визначається як один з найбільш важливих аспектів інноваційної політики держави.

Комерціалізація науково-дослідної діяльності, як процес результативного зв'язку між наукою та виробництвом, в світовій практиці представлено трьома основними напрямками: контрактним (організація систем продажу або інших методів комерційної передачі результатів наукової діяльності на основі договорів, що оформлюються без створення юридичної особи); інституціональним (те саме, але без утворення нової юридичної особи або інших нових інституціональних одиниць); інформаційним (діяльність зі створення механізмів інформування ринку про потенціал комерційного використання результатів наукової діяльності). Одночасне застосування в національній економіці всіх трьох напрямів комерціалізації здатне забезпечити синергетичний ефект, при цьому найбільш привабливим і одночасно найбільш складним є інституціональний напрям. Забезпечення умов розвитку інституціонального напрямку комерціалізації науково-дослідної діяльності сприяє утворенню.

Крім того, існує два принципово різних підходи держави до управління інноваціями – централізована (передбачає організовану передачу всіх результатів виконуваних досліджень в певну визначену державою для даної діяльності організацію, що здатна здійснювати комерціалізацію цих результатів з мінімальною участю самих розробників) та децентралізована моделі (передбачає безпосередню участь наукових груп і окремих дослідників в комерціалізації результатів своїх досліджень, в самостійному виборі розробниками посередницької структури, яка буде сприяти просуванню їх продукту на ринок нових технологій). Відповідно децентралізована модель набула у світовій практиці більшого поширення порівняно з централізованою, оскільки є набагато успішнішою, швидко реалізовуваною та довгостроково стійкою. Вона характеризується створенням для розробників більш ефективних стимулів до інноваційної діяльності, оскільки передбачає не лише участь в розробці винаходів, а й в подальшому просуванні отриманих результатів на ринок. Наближеність розробників до ринку нових технологій дозволяє їм краще розуміти поточну кон'юнктуру та з більшою вірогідністю створювати такі технології, що будуть затребуваними покупцями інноваційних продуктів.

Пріоритетом державної політики в Україні відповідно має стати підвищення соціального статусу науковця та його мотивації до наукової праці. Для цього необхідно переглянути систему оплати праці науковців, розподіливши її таким чином, аби забезпечити рівень заробітної плати в залежності від вкладу науковця в розвиток науки, а не від того, який вчений ступінь він має. Також необхідно здійснити модернізацію навчально-лабораторної бази наукових установ, збільшити частку робіт, підтриманих державними програмами та грантами. Посиленню мотивації науковців до праці також сприятиме вдосконалення системи нагород і відзнак, здійснення широкої пропаганди й популяризації науково-технічних знань та здобутків науковців. Крім того, держава повинна стимулювати залучення приватних інвестицій у проведення наукових досліджень і науково-технічних розробок шляхом спрощення оподаткування операцій проведення цих робіт за рахунок грантів міжнародних організацій, а також забезпечувати інформаційну підтримку науковців у пошуку іноземних партнерів для міжнародного співробітництва. Такі заходи сприятимуть формуванню попиту на інноваційні продукти та комерціалізацію наукових знань.

Безсумнівно, що суттєвий поштовх до підвищення рівня комерціалізації наукових розробок пов'язаний з організаційною структурою процесу передачі технологій від науки до бізнесу. Інтенсивний характер зв'язку науки з бізнесом найчастіше забезпечується використанням децентралізованої моделі трансферу технологій. Саме сприяння створенню й розвитку на базі університетів та наукових організацій структур, що є посередниками між наукою й бізнесом – «technology transfer organizations» (організацій, що займаються передачею технологій) здатне підвищити інноваційну активність та рівень комерціалізації.

Забезпечити підвищення рівня комерціалізації наукових розробок в Україні здатні комплексні дії уряду, різних рівнів влади та громади щодо: встановлення тісної та плідної кооперації вузівської науки і бізнесу, інтеграції освіти і академічної, університетської та галузевої науки; вдосконалення суперечливої нормативно-правової бази з регулювання інноваційної та трансфертної діяльності; створення інформаційно-консультативних центрів; розробки та впровадження механізмів залучення й використання результатів науково-технічної діяльності в господарський обіг; підвищення мотивації науковців і наукових колективів до науково-дослідної діяльності та суб'єктів господарювання до інвестування в наукові дослідження; розробка та використання критеріїв оцінки ринкової вартості науково-технічної продукції; формування та розвиток підтримки висококваліфікованих фахівців із питань комерціалізації наукових розробок тощо.

## **ПЕРЕДУМОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКРУТИНГОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Незбалансованість вітчизняного ринку праці та загострення конкуренції в економіці України спричиняє постійно зростаючий попит на кваліфіковану й дешеву робочу силу, що впливає на організацію проектів з масового рекрутменту. Проте, незважаючи на сучасні тенденції, коли пропозиція робочої сили перевищує попит, знайти кваліфікованого працівника досить важко: зростання професіоналізму більшості фахівців не пропорційне із зростанням ринкових вимог. Саме тому зростає роль організації таких структур, що здатні зайняти нішу узгодження інтересів роботодавців та робочої сили.

Загалом рекрутинг визначається як комплекс заходів, розроблених компетентними фахівцями з використанням сучасних економічно ефективних способів та спрямованих на заповнення вакантних місць компанії-клієнта кваліфікованими кадрами конкретно зазначеної сфери діяльності [1, с. 57]. А бізнес, заснований на підборі персоналу – це рекрутинговий бізнес, що є надбанням перехідної української економіки.

В Україні перші рекрутингові компанії почали з'являтися з середини 90-х років XX століття. Їх зародження мало деякі специфічні риси, обумовлені тим, що країна опинилася в ситуації вимушеного освоєння багатьох видів бізнесу, минаючи стадії їх природного розвитку. Крім того, рекрутинговий бізнес залишається привабливим і перспективним на українському ринку праці за умови низького порогу входження в галузь, оскільки не потрібні дорогі приміщення, технологічне обладнання, сировина, енергоресурси і численний штат співробітників. Зокрема, протягом 2008-2014 рр. в Україні кількість кадрових агентств зросла майже вдвічі (з 354 до 787 агентств), більше половини з яких працювало у Києві, близько 50 – в Донецьку та Дніпропетровську, останні – в інших обласних центрах України [2].

Привабливість кадрового бізнесу пояснюється неосяжністю ринку послуг з підбору персоналу та працевлаштування, оскільки вибрати потрібного кандидата із сотень претендентів складно без відповідних кваліфікованих фахівців, тримати яких у штаті компанії не завжди доцільно в силу епізодичності завдань підбору персоналу. У таких випадках роботодавці змушені вдаватися до послуг кадрових або рекрутингових агентств. Крім того, постійна зміна внутрішньої мотивації людини впливає на відношення

до існуючої роботи та бажання знайти нову (з більшою заробітною платою, ближче до місця проживання, більш повним соціальним пакетом або в більш престижній компанії).

Посередницькі послуги на ринку праці України регулюються рядом законів, серед яких особливе місце належить Закону України «Про зайнятість населення» [3], що накладає певні обмеження на рекрутингову сферу діяльності. Згідно сучасних правових положень визначена пряма заборона стягнення грошей з претендентів на працевлаштування, що порушує діяльність природних ринкових механізмів на ринку праці України. Таким чином, законодавча турбота про безробітних насправді ускладнила допомогу в їх працевлаштуванні з боку кадрових агенцій. Наразі замість логічної плати за працевлаштування рекрутери стали брати оплату за різнобічні інформаційні та консультаційні послуги.

Виходячи з середовища існування рекрутингових компаній, які надають послуги із підбору персоналу, можна виокремити їх наступні спрямування: підбір персоналу для компаній-замовників; створення власної, постійно оновлюваної та доповнюваної бази даних кандидатів; поширення інформації про себе серед комерційних організацій, залучення клієнтів. Відповідно це дозволяє виділити три основні сфери роботи кадрових агентств: компанії, що спеціалізуються на підборі вищого керівного складу і ексклюзивних фахівців (Executive Search Agency); агентства з підбору персоналу середнього і нижчого рівнів (Recruiting Agency); агентства з працевлаштування.

Компанії, що спеціалізуються на підборі вищого керівного складу і ексклюзивних фахівців (Executive Search Agency) майже ніколи не публікують своїх оголошень про вакансії, а ведуть прямий пошук кандидатів (Executive Search – цілеспрямований пошук або headhunting – полювання за головами) [4] – виявлення та переманювання сильного кандидата, який сам не здійснює активного пошуку роботи. Таких компаній на українському ринку близько десяти, переважно відділення транснаціональних компаній. Послуги з підбору персоналу через ці компанії відрізняються високою вартістю, оплата робіт здійснюється поетапно в розмірі 30–40 % від річного заробітку працівника, включаючи очікувані премії і бонуси.

Агентства з підбору персоналу середнього і нижчого рівнів (Recruiting Agency) – це агентства, більшість замовлень яких – підбір керівників середньої ланки, фахівців, офісного персоналу та рідко ТОП-менеджерів й іноді робочих. Вартість послуг найчастіше знаходиться в інтервалі від 8 % до 20 % річної оплати праці працівника [4]. Агентства з підбору персоналу зазвичай здійснюють пошук кандидатів через власну базу даних і оголошення про вакансії в ЗМІ. Рідше застосовується пошук через навчальні

заклади, через опублікування міні-резюме кандидатів і прямий пошук. Більшість таких рекрутингових агентств складають вітчизняні фірми.

Як окремий різновид рекрутингових агентств можна виділити агентства, що займаються лізингом персоналу (Leasing Agency) (тимчасове використання, від трьох місяців до року, найманої праці замовником) [5]. Цей різновид кадрових агентств тільки починає з'являтися в Україні. Тобто новий підібраний працівник пов'язаний трудовими відносинами з лізинговим агентством, яке у свою чергу передає його на правах оренди в користування фірмі-замовнику. Фірма-замовник при цьому не оформляє ніяких нових договірних відносин з працівником і не несе перед ним відповідно ніяких зобов'язань. Всі розрахунки з використання персоналу за лізингом ведуться з фірмою-орендодавцем. Таким чином, компанія-замовник лізингових послуг отримує можливість якнайшвидшого залучення компетентного працівника для вирішення своїх певних тимчасових завдань. Цей різновид послуг кадрових агентств так само використовується при необхідності економії часу на пошук та оцінку кандидатів, звільнення служби персоналу компанії від адміністративно-паперової роботи, пов'язаної з оформленням співробітників, зменшення обсягів кадрового діловодства, виключення витрат на розрахунок заробітної плати, зменшення витрат на компенсаційні пакети (для тимчасових співробітників вони або не передбачені взагалі, або мінімальні), значного зменшення юридичної відповідальності перед співробітниками, можливості змінювати працівників, виключення витрат на підбір персоналу за умови прийняття рішення про переведення в штат тощо.

Агентства з працевлаштування зазвичай декларують свою роботу з підбору персоналу для компаній, проте займаються платним працевлаштуванням громадян, а в ряді випадків намагаються отримати плату і з роботодавця і з найманого працівника. Такі агентства в першу чергу пропонують компаніям працівників з числа громадян, які уклали з агентствами договори на платне працевлаштування. Щоб розширити коло таких людей, агентства публікують через ЗМІ рекламу своїх послуг і оголошення про вакансії. Головне – направити здобувача-клієнта на співбесіду до потенційного роботодавця і дати шанс на працевлаштування. Такий підхід призводить до того, що в компанії часто направляється значне число слабких кандидатів.

Отже, щорічно ринок рекрутингових послуг в Україні розширюється, проте залишається слабо структурованим. Зростання кількості компаній не супроводжується суттєвим покращенням надаваних послуг. Тому незважаючи на значну конкуренцію в даній галузі діяльності виникає

можливість зайняти власну нішу при якісному наданні послуг і поступовому формуванні позитивного іміджу, використанні сучасних інструментів роботи.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Наумік К.Г. Уточнення змісту поняття «рекрутинг» як інструменту гармонізації комунікаційних процесів в організації / К.Г. Наумік, І.Ю. Жилиєва // Проблеми економіки. – 2010. – № 2. – С. 56–60.
2. Онлайн-довідник на ринку рекрутингових послуг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.recruiting.net.ua/>
3. Закон України «Про зайнятість населення» із змінами та доповненнями, внесеними законодавчими актами № 406-VII від 04.07.2013, № 1221-VII від 17.04.2014 та № 1556-VII від 01.07.2014. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К. : Праця, 2015. – 34 с.
4. Сайт інтернет-видання «ЛІГА.net» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.liga.net/>
5. Ринок підбору персоналу в Україні 2015: тенденції та можливості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://recruitingblog.com.ua/>

УДК 330:11  
Коваленко М.О.  
викл. ЗНТУ

### **ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ**

Одним з першочергових завдань України є створення умов для комплексної перебудови економіки з метою якнайшвидшого переходу до інноваційної моделі економіки. Ця необхідність зумовлена глобальними тенденціями розвитку науково-технічного прогресу й соціально-економічної сфери, що відповідно потребує стимулювання впровадження новітніх технологій, досягнень науки й техніки у всіх секторах національного господарства, тобто структурно-інноваційна перебудова економіки.

В сучасному світі знання, навички і творчі здібності та їх ефективне використання у виробництві матеріальних і нематеріальних продуктів, стають рушійною силою розвитку національної економіки.

З появою такого поняття як економіка заснована на знаннях змінюється загальне економічне середовище, в якому головною конкурентною перевагою стають не матеріальні активи, як нерухомість або обладнання, а нематеріальні, а саме інтелектуальний капітал.

Через складність поняття «інтелектуальний капітал» єдиного точного визначення не має. На думку Е. Брукінг, «інтелектуальний капітал – це термін для позначення нематеріальних активів, без яких компанія не може існувати, підсилюючи конкурентні переваги». Л. Едвінссоном, було дано таке визначення, згідно якому інтелектуальний капітал складається з трьох складових: людського капіталу, організаційного (або структурного) капіталу і клієнтського капіталу, кожен з яких може бути позиковим або власним.

Узагальнюючи можна сказати, що інтелектуальний капітал – це знання, навички та виробничий досвід конкретних людей і нематеріальні активи, що включають патенти, бази даних, програмне забезпечення, товарні знаки та ін., які використовуються з метою максимізації прибутку та інших економічних і технічних результатів; сума знань всіх працівників компанії та інструменти організації, що збільшують сукупність знань, тобто все те, що забезпечує економічну конкурентоспроможність.

Інтелектуальний капітал є неоднорідним за своєю структурою. Визначити вартість одних складових, наприклад, патентів, знаків для товарів і послуг, відносно просто. Оцінити інші, зокрема, здібності та знання працівників, набагато складніше. Тому для оцінювання його окремих елементів доцільно використовувати різні методики та підходи.

Отже, залежно від того, як оцінюються інтелектуальний капітал та його складові, виділяють такі підходи:

- структурний підхід базується на використанні різних одиниць вимірювання для кожного з елементів інтелектуального капіталу; він не передбачає загального вартісного оцінювання, використовується в нефінансових моделях;
- вартісний підхід застосовують при визначенні загальної вартості інтелектуального капіталу, при цьому вартість його окремих компонентів не розраховується.

У результаті оцінки людського, процесного, ринкового капіталів, капіталу оновлення та фінансового капіталу можна зробити висновок, що рівень інтелектуального капіталу України відстає від країн-лідерів практично вдвічі. На сучасному етапі можна засвідчити існування проблем в розвитку багатьох сфер в українському суспільстві, тож необхідно вжити заходів, які дозволять в майбутньому підвищити рівень інтелектуального капіталу України. Необхідно: досягти зниження ставок кредитування для суб'єктів господарювання; створити ефективне конкурентне поле; сформувати прийнятні умови для ведення бізнесу, в першу чергу через подолання корупції, нормалізації законодавчого поля та зменшення тиску адміністративних органів; активізувати НДДКР та наукові дослідження через підвищення рівня державного фінансування, надання безвідсоткових кредитів для підприємств, які активно проводять НДДКР, стимулювання з

боку держави зв'язків вітчизняних та зарубіжних науковців; забезпечити продуктивну діяльність технопарків та стимулювати взаємодію бізнесу та науки.

Зростання ролі інформації та знань у виробничих процесах ставить у пряму залежність економічний прогрес і суспільний розвиток від суцільної інтелектуалізації життя населення. Інтелектуальна діяльність стає головною умовою економічного поступу, а інтелектуальний капітал – найважливішим та найціннішим ресурсом для досягнення цієї мети. Забезпечення конкурентоспроможної економіки неможливе без розуміння специфіки постіндустріального бізнесу, без усвідомлення ролі інтелектуального капіталу і оволодіння навиками управління ним.

У сучасному світі інтелектуальний капітал стає основою багатства, визначає конкурентоспроможність економічних систем та виступає ключовим ресурсом їх розвитку. Інтелектуальний капітал представляє собою фундамент для майбутнього зростання. Тому його оцінка допомагає формувати довгострокову стратегію в постійно мінливій зовнішній обстановці й використовується як інструмент комунікацій. Здатність національної економіки створювати та ефективно використовувати інтелектуальний капітал все більшою мірою визначає економічну силу нації, її добробут. Тому розвиток інтелектуального капіталу України стає стратегічною задачею і потребує уваги з боку держави, наукових установ, підприємств.

УДК 331.1:005.95/96:658.3

Кригульська Т.Б.

канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

## **МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

У ринкових умовах господарювання особливої актуальності набуває проблема управління людськими ресурсами організації, яка багато у чому визначається таким видом управлінської діяльності як мотивація персоналу. Від того, наскільки правильно сформована система мотивації праці, настільки дієвим є мотиваційний механізм управління, залежать не тільки поточні результати роботи організації, але й її майбутній стан. Мотивація персоналу відіграє досить суттєву роль, тому що саме вона передбачає створення умов або стимулів, що впливають на поведінку людини, спрямовуючи її поведінку в потрібному для організації напрямі, регулюючи інтенсивність дій, межі, що спонукають виявити сумлінність, наполегливість, старанність у досягненні цілей.



Про розробку та впровадження мотиваційного механізму в менеджменті створено багато досліджень, але внаслідок складності і неоднозначності процесів мотивації у сучасних організаціях не всі аспекти цієї важливої наукової та практичної проблеми можна вважати висвітленими.

Мотивація персоналу є однією з найважливіших проблем сучасного управління. Мотиваційне управління включає забезпечення можливості виконання працівником необхідної роботи, постановку перед ним чіткої мети, розробку змісту необхідних для дій завдань та створення сприятливих зовнішніх умов (психологічного клімату). При цьому управлінцем застосовується як вплив на мотиваційну структуру поведінки працівника, так і безпосереднє стимулювання його праці.

Мотивація персоналу включає цілу низку її складових, а саме, мотивацію трудової діяльності, тобто спонукання персоналу до ефективної роботи, що забезпечує необхідні винагороди і задоволення наявні потреби; мотивацію до стабільної та продуктивної зайнятості; мотивацію до розвитку конкурентоспроможності працівника; мотивацію до володіння засобами виробництва; мотивацію до вибору нового місця роботи тощо.

Стимулювання в менеджменті розглядається як спосіб створення мотивації працівників. Стимулювання – це створення умов, за яких трудова діяльність із заздалегідь визначеними цілями і зафіксованими результатами стає необхідною і достатньою умовою задоволення потреб працівника та формування у нього мотивів до продуктивної праці. Мета стимулювання – не взагалі спонукати людину працювати, а зацікавити її працювати краще, продуктивніше, ніж це обумовлено трудовими відносинами.

Мотивація і стимулювання як методи управління працею є протилежними за напрямками: перший спрямований на зміну існуючого стану, другий – на його закріплення, проте на практиці ці методи доповнюють один одного. Система мотивів і стимулів праці має спиратись на певну нормативно-правову базу. Працівник має знати, які вимоги ставляться перед ним, яка буде винагорода при їх отриманні і які санкції будуть застосовуватися у випадку невиконання вимог.

У системі мотивації праці важливу роль відіграють винагороди. Вони стимулюють групові інтереси, заохочують колективізм у досягненні кінцевих результатів виробництва. Винагороди поділяються на: прямі виплати у вигляді заробітної плати, окладів, премії, комісійних і бонусів та непрямі – у формі пільг, таких, як страхування за рахунок роботодавця або оплачувана відпустка.

Ефективний мотиваційний механізм із застосуванням матеріальних стимулів впливу може бути створений з урахуванням наступних принципових вимог: узгодження рівня оплати праці з отриманим результатом; забезпечення рівних можливостей професійного зростання з

урахуванням результатів; визначення частки особистого внеску кожного працівника у загальну справу; гарантія зайнятості працівникам, що беруть участь у реалізації заходів підвищення продуктивності праці; забезпечення соціального пакету для працівників (захист здоров'я, безпека праці і добробут персоналу); створення можливостей для підвищення кваліфікації, навчання та зростання професійної майстерності; створення позитивного соціально-психологічного клімату – атмосфери довіри, творчості, можливості двосторонньої комунікації між працівниками та керівництвом тощо.

Формування мотиваційного механізму спрямоване на:

- збереження зайнятості персоналу;
- справедливий розподіл доходів і ефекту зростання преміальної частини оплати праці;
- створення умов для професійного та кар'єрного росту працівників;
- забезпечення сприятливих умов праці і збереження здоров'я працюючих;
- створення атмосфери взаємної довіри і зворотного зв'язку.

Отже, мотиваційний механізм в управлінні підприємством спирається, насамперед, на систему стимулювання працівників організації до високопродуктивної праці через людські потреби. формування усвідомлених мотивів та виважені раціональні винагороди.

УДК 94 (477.7) «18»

Мільчева А.О.

викл. ЗНТУ

## **МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІО-ДЕМОГРАФІЧНОЇ СТРУКТУРИ БОЛГАРСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ ТАВРІЇ У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХІХ СТОЛІТТЯ**

Серед різних соціо-етнічних груп населення, які представлені в історії Південної України, своє місце посідають й «болгари-колоністи», як традиційна спільнота міграційного походження, яка отримала свій статус та мала продуктивний розвиток не тільки протягом існування соціальної верстви «іноземних колоністів», але й у наступні історичні періоди.

Останнім часом, у зв'язку із зростанням ролі комплексних міждисциплінарних досліджень, посилюється академічний інтерес до питань інтеграції у наукових студіях здобутків історичної демографії та соціальної історії. Такий методологічний синтез й дослідницький підхід надають великі експериментальні можливості для вивчення й відтворення закономірностей демографічного руху населення. Хронологія дослідження – друга половина ХІХ ст., окреслена саме таким чином невипадково, адже вона відповідає

наявним цілісним корпусам джерел. Такими виступають метричні книги приходських церков болгарських колоній Бердянського та Мелітопольського повітів Таврійської губернії, які виникли у 1861 – 1863 рр. Серед основних демографічних характеристик: динаміка чисельності населення, статеві-віковий склад жителів болгарських колоній Північного Приазов'я, природний рух населення – народжуваність, смертність, тенденції в природному і механічному (міграційному) прирості, вплив міграційних процесів на демографічну ситуацію, класифікація, склад і структура й т. ін.

Було продемонстровано, що сучасний стан розвитку демографічних моделей дозволяє з максимальною об'єктивністю підійти до вивчення проблеми та забезпечити високу достовірність результатів історично-демографічних реконструкцій.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Метричні книги церков колоній Преслав, Трояни та Цареводарівка Бердянського повіту Таврійської губернії. – ДАЗО, ф. р-5593, оп. 2, спр. 92, 1127, 1250.
2. Прігарін О.А. Етнографічна робота і комп'ютерні технології: удосконалення інструментарію або методи етнометрики // Етнічна історія Східної Європи. – Т. 21. – К., 2006. – С. 121–133.

УДК 94:35.08(477.7)(063)»1775/1784»

Олененко А.Г.

канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

### **ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В МІСЦЕВИХ ОРГАНАХ ВЛАДИ АЗОВСЬКОЇ ГУБЕРНІЇ (1775–1784)**

У межах політики уніфікації управління у Південній Україні та підготовки до введення «Учреждения для управления губерний Российской империи» 1775 р. на означеній території одним із першочергових завдань місцевого керівництва, як регіонального, так і губернського, стало формування чиновницького складу місцевих органів управління. Саме сформований в Азовській губернії кістяк чиновництва мав стати основою кадрового складу майбутніх установ, що запроваджувались із введенням губернської реформи, згідно з вимогами якої кількість чиновників зростала в рази. Тож кадрова політика щодо установ Азовської губернії визначалась умовами реформування та підготовки до впровадження «Учреждения» у південноукраїнських губерніях.

Із утворенням Азовської губернії одразу приступили до вирішення однієї з головних проблем новоприєднаної до імперії території, без якої не уявляється діяльність місцевих органів управління – формування чиновництва. Саме чиновники державних установ регіону мали забезпечити безболісне входження нових територій до складу Російської імперії та їх уніфікацію.

Перше кадрове призначення в Азовській губернії, безперечно, стосувалось очільника губернії – губернатора, посада якого була зайнята В. Чертковим. Саме кандидатура В. Черткова задовольнила і Г. Потьомкіна, й імператрицю, оскільки він був досвідченим управителем, який до цього керував Новоросійською губернською канцелярією. Окрім того, В. Чертков був досвідченим військовим, що було важливо в умовах прикордоння та розміщення на території губернії військових формувань. Губернатор знав особливості південного регіону та управління ним. Тим паче, до часу заснування Азовської губернії В. Чертков уже багато років працював під керівництвом Г. Потьомкіна. Отже, призначення В. Черткова губернатором новоствореної Азовської губернії було логічним кроком у кадровій політиці Г. Потьомкіна та Катерини II.

Майже одразу після свого призначення губернатор В. Чертков приступив до розробки штату Азовської губернії. Завдання укомплектування штатів новостворених канцелярських установ губернії ускладнювалось відсутністю достатньої кількості досвідчених чиновників на території Азовської губернії, яка складалась із нових територій, що раніше належали Османській імперії, приєднаних по закінченню російсько-турецької війни (1768–1774 рр.), та колишніх земель запорозького козацтва. Ситуацію трохи поліпшував той факт, що на території колишньої Новоросійської губернії (1764–1775 рр.), частина якої також увійшла до складу Азовської губернії, функціонували канцелярські установи, які хоча і мали напіввійськовий характер, але були укомплектовані службовцями, які більш-менш розбирались у діловодстві та розумілись на особливостях губернії та її устрою. Чиновники переходили до АГК не тільки з канцелярських установ Новоросійської губернії, а й із сусідньої Малоросійської.

Окрім чиновників, які опинялись в установах Азовської губернії з установ-попередниць або ж із сусідніх губерній, кадровий склад місцевих органів влади губернії формувався за рахунок військових осіб, які були значним джерелом поповнення штату установ Азовської губернії. У цьому немало роль зіграло прикордонне положення губернії, наявність полків, що розташовувались на її території.

Із часом штат губернських чиновників став поповнюватися не тільки за рахунок службовців сусідніх губерній та військових, а й власними кадрами – працівниками провінційних та повітових установ Азовської губернії, які

отримали підвищення та переводились на посади до губерньської канцелярії. Штат же нижчих канцелярських службовців поповнювався зі «здібних школярів» та різночинців.

Про те, що питання забезпечення кадрами установи Азовської губернії стояло гостро, свідчить той факт, що на посади залучали навіть тих чиновників, які за попередню кар'єру мали провини або ж навіть засудження за посадові злочини.

Таким чином, забезпеченню чиновниками канцелярських установ відводилась важлива роль. Від цього залежав рівень роботи місцевих інстанцій Азовської губернії та виконання завдань, покладених на них. До складу установ зараховували, по-перше, досвідчених чиновників з установ-попередниць та канцелярій сусідніх губерній шляхом заохочення та, по-друге, відставних військових та військових із гусарських та пікінерних полків. Тож, хоча з утворенням Азовської губернії питання заповнення штату стояло досить гостро, вже з другої половини 70-х рр. ситуація дещо змінилась завдяки діям керівництва губернії та Г. Потьомкіну, які проблему нестачі чиновників у Азовській губернії вирішили, головним чином, укомплектуванням штату військовими, які переходили на цивільну службу або ж працювали в установах губернії без виключення зі штатів військових формувань.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Олененко А.Г. Азовська губерньська канцелярія (1775–1784 рр.): історія установи та її документації / А.Г. Олененко. – Запоріжжя, 2013. – 304 с.

УДК 331.07:364.444:178.1(091) «18»

Петрова К.А.

викл. ЗНТУ

## **КАДРОВА ПОЛІТИКА ПОПЕЧИТЕЛЬСТВ ПРО НАРОДНУ ТВЕРЕЗІСТЬ НАПРИКІНЦІ ХІХ СТОЛІТТЯ**

В умовах сучасності, коли все більше уваги приділяється персоналу установ, підприємств та організацій, особливо важливою є організація та ведення кадрової політики. Саме кадрова політика є однією з умов успішного функціонування. Аби сьогодні уникнути помилок та вибудувати найбільш раціональну кадрову політику, доцільно звернутись до минулого досвіду роботи у цій сфері. Тому дане дослідження присвячене здійсненню кадрової політики попечительствами про народну тверезість (далі – ППНТ), що

розпочали свою діяльність на теренах Російської імперії, в т.ч. і на українських землях, що входили до її складу, наприкінці XIX століття.

Поява ППНТ пов'язана з впровадженням казенної винної монополії, що передбачала зосередження торгівлі міцними алкогольними напоями в руках держави. Реформа монополізації, маючи експериментальний характер, запроваджувалась не одразу по всій території Російської імперії. Українські землі потрапили під другу хвилю реформи (з 1 липня 1896 року), що охоплювала Бессарабську, Волинську, Катеринославську, Київську, Подільську, Полтавську, Таврійську, Херсонську та Чернігівську губернії [1].

Устав ППНТ був затверджений 20 грудня 1984 року і проголошував основну мету установ – захистити населення від зловживання міцними напоями [2, с. 2]. Згідно уставу ППНТ мали власну структуру та ієрархію. Губернські комітети координували загальну діяльність попечительства в губернії. Повітові комітети спрямовували до губернських клопотання щодо вирішення питань, які б сприяли розвитку справи в повіті та губернії в цілому [3, с. 3]. Але часто зустрічаються повідомлення про байдуже ставлення губернського комітету до прохань повітового [4, с. 2].

Губернські комітети, очолювані губернатором, могли налічувати до 22 постійних членів та необмежену кількість почесних; повітові комітети очолювали предводителі дворянства, а кількісний склад встановлювався від 25 до 30 постійних членів та необмеженої кількості почесних та членів-змагальників [5, с. 2].

Серед постійних членів губернських комітетів значились: депутат від духовного відомства, губернський предводитель дворянства, голова та прокурор окружного суду, віце-губернатор, управляючі: казенною палатою, державним майном, контрольною палатою, акцизними зборами, директор народних училищ та один з директорів середніх учбових закладів за призначенням попечителя учбового округу, представник відділення селянського поземельного банку, начальник губернського жандармського управління, повітовий воїнський начальник, лікарський інспектор, голова губернської земської управи, два члени від губернських земських зборів та міський голова губернського міста.

Постійними членами повітових комітетів були: депутат від духовного відомства, керівники середніх навчальних закладів, учительських семінарій, інститутів та шкіл, інспектори народних училищ, повітовий член та товариш прокурора окружного суду, повітовий справник, поліцеймейстер, акцизний чиновник, повітовий воїнський начальник, помічник начальника губернського жандармського управління, дільничні земські начальники, податкові інспектори, неперемінний член повітового присутствія у селянських справах, повітовий чи міський лікар, почесні та дільничні мирові судді та міські судді, голова повітової земської управи, два члени від

повітових земських зборів, міський голова повітового міста, а в повітових комітетах в губернських містах – член міської управи [6, с. 2–3].

Таким чином, постійними членами попечительств могли бути лише посадові особи. Почесних членів обирали губернські комітети з числа тих, хто надав попечительству особливі послуги. Члени-змагальники обиралися повітовими попечителями з осіб, що виявили бажання прийняти участь у справах попечительства. Тобто, основні активні сили попечительств перебували в статусі членів-змагальників, які на відміну від постійних та почесних членів, на засіданнях повітових комітетів мали лише право дорадчого голосу. Ситуація, коли акцизні чиновники очолювали попечительства, а місцева інтелігенція залишилася за бортом, неодноразово впливала на сторінках газет [7, с. 1]. Починання членів-змагальників повітових комітетів попечительств часто застрягало в паперовій тяганині, в безкінечній череді клопотань про отримання різноманітних дозволів [8, с. 3].

Показовим у цьому плані є звернення Оргіївського повітового комітету ППНТ, розміщене на сторінках «Одесского листка». Комітет наголошує, що діяльність його могла б бути більш значною та плідотною, якщо б кращим місцевим діячам, що бажають взяти більш активну участь в його роботі, надати більше ініціативи. Мова йде про членів-змагальників, які за словами комітету ближче стоять до населення та краще знають про його потреби. Оргіївський комітет констатує, що на даному поприщі члени-змагальники являються головними активними діячами. Але вони поставлені в таке становище, коли вся їх енергія та палка готовність працювати на користь справ сходилася нанівець. Адже на практиці змагальники могли грати лише пасивну роль виконавців; з власної ініціативи вони не могли дати хід задуманому корисному починанню; їх клопотання часто не задовольнялися. Пояснюється це тим, що члени-змагальники мали лише право дорадчого голосу, вони не користувалися ніяким впливом на те чи інше рішення. Комітет пропонує розширити права членів-змагальників, що дало б можливість поповнити лави попечительств з числа місцевих активістів [4, с. 2].

На початку ХХ століття численні скарги на управляючих акцизними зборами щодо їх формальної діяльності в ППНТ, невідвідування засідань комітету привернули увагу урядовців. Але все, що було вжито з боку держави, це звернення до чинів акцизного нагляду, в якому їм пропонувалося «стати в більш близькі до справ попечительств стосунки, а управляючим акцизними чинами стежити, щоб підвідомчі їм чини не пропускали засідань комітетів». Циркуляр міністра фінансів завершувався пропозицією до управляючих акцизними зборами звернути увагу на голів губернських комітетів, які особливо відрізняються своєю корисною діяльністю та заслуговують на заохочення [9, с. 67].

Вищенаведені недоліки почали все частіше зустрічатись на сторінках місцевих періодичних видань. Вкотре наголошувалося на урядовому характері попечительств, який, крім безініціативності членів ППНТ, загрожував викривленням інформації. Урядовий склад комітетів попечительств впливав на висвітлення діяльності самих установ в провінційній пресі. Адже побоюючись владного гніву, газети виспівували дифірамби попечительствам, через що і народ, і Міністерство фінансів отримувало спотворену інформацію [10, с. 2]. Крім того, частіше наголошувалося, що справи попечительств гальмувалися клопотаннями про отримання різноманітних дозволів [8, с. 2–3]. І вже на початку ХХ століття ППНТ відкрито звинувачували у бездіяльності. Наголошували, що багато з намічених попечительством заходів не були здійснені, а справи велися лише номінально [11, с. 8–12].

Підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що кадровий склад ППНТ чітко регламентувався законодавством, яке передбачало два джерела кадрових ресурсів установ. По-перше, основний, в т.ч. керівний склад, попечительств складали чиновники, що потрапили сюди поза власного бажання та, яким доводилося поєднувати свою основну роботу з діяльністю в попечительстві. В такій ситуації доля установ повністю залежала від бажання та відповідальності чиновників. Крім того, членство в ППНТ чиновників акцизного нагляду, в інтересах яких було збільшення прибутку від продажу алкоголю, мало суперечливий характер, що і породжувало в суспільстві недовіру до попечительств.

Другим джерелом формування кадрового складу ППНТ була місцева інтелігенція, яка вступала до лав попечительств за власним бажанням і дійсно прагнула працювати. Проте, ця суспільна сила мала в попечительствах статус членів-змагальників, який передбачав лише право дорадчого голосу, в силу чого вони не могли істотно впливати на роботу попечительств.

Таким чином, кадрова політика ППНТ мала на меті утримувати установи підконтрольними державі, що в свою чергу негативно позначилося на діяльності попечительств, зокрема через байдужість чиновництва та неспроможність діяти і вирішувати нагальні питання членів-змагальників.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Быкова А.Г. Казенная винная монополия 1895 – 1914 годов: некоторые проблемы введения / А.Г. Быкова [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://kulgor.narod.ru/kongress/bikova2.html>.

2. Устав попечительства о народной трезвости (Высочайше учрежден 20 декабря 1894 г.) // Екатеринославские губернские ведомости (далее – ЕГВ). – 1894. – № 278 – С. 2–3.



3. Устав попечительства о народной трезвости (Высочайше учрежден 20 декабря 1894 г.) (Окончание) // ЕГВ. – 1895. – № 9. – С. 3.
4. К деятельности комитетов о народной трезвости // Одесский листок. – 1900. – № 292 – С. 2.
5. Попечительства о народной трезвости // Новороссийский телеграф. – 1896. – № 6902. – С. 2.
6. Устав попечительства о народной трезвости (Высочайше учрежден 20 декабря 1894 г.) (Продолжение) // ЕГВ. – 1895 – № 7. – С. 2–3.
7. Попечительства о народной трезвости // Одесский листок. – 1914. – № 17 – С. 1.
8. Попечительства о народной трезвости // ЕГВ. – 1898. – № 195. – С. 3.
9. Хроника // ВТЗ. – 1903. – № 3. – С. 67.
10. Попечительства о народной трезвости // ЕГВ. – 1898. – № 168. – С. 2.
11. Кошмар И. К вопросу о трезвости / И. Кошмар // ВТЗ. – 1903. – № 8–9. – С. 8–12.

УДК 331.5.024.54

Пругло О.В.

старш. викл. ЗНТУ

### **СПЕЦИФІКА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ЗВУЖЕННЯ ПОПИТУ НА РОБОЧУ СИЛУ**

Система мотивації персоналу – одна з базових складових загальної системи управління сучасної організації. А тому очевидно значущим є не лише вдосконалення існуючих мотиваційних чинників, а й пошук нових.

Саме за ринкової моделі господарювання відбувається трансформація потреб, змінюється склад мотивів та стимулів, які і визначають напрями діяльності працівника.

В умовах економічної кризи на перший план виступають мотиви, які забезпечують потреби у безпеці. На тлі падіння у 2015 році обсягів виробництва, стійкого зростання цін на продовольство, зниження реальної заробітної плати та знецінення державних соціальних гарантій відбувається інтенсивне зростання такого мотиву трудової діяльності як прагнення до стабільної зайнятості. Зумовлено це і напруженістю на державному та регіональному ринку праці про що свідчить:

– зростання рівня безробіття населення працездатного віку (за методологією МОП) в середньому за 2015 рік до 9,5 % економічно активного населення відповідного віку. В Запорізькій обл. цей показник становив 10,2 %; (2013 році відповідно –7,8 та 7,0 відсотків);

– катастрофічне зниження попиту на робочу силу, що призвело до зростання навантаження на одне вільне робоче (вакантну посаду) у Запорізькій обл. у грудні 2015 до 185 осіб (в Україні – 189).

Така ситуація зумовлює те, що гарантія стабільної зайнятості займає ключове місце в мотиваційному профілі працівника. В документах МОП зазначається, що постійна, стійка зайнятість має місце тоді, коли працівник повністю зайнятий за договором з невизначеним терміном дії, який заключений з одним роботодавцем і передбачає захист від необґрунтованого звільнення. Нажаль, за останні два роки поширеним явищем в українській економіці стало постійне скорочення штату. Багато американських компаній використовують скорочення персоналу як стратегічний маневр, тоді як постійне скорочення штату в українських реаліях є вимушеним засобом поліпшення економічного становища компаній. При такому підході людина не може задовольнити одну з основних своїх потреб – потребу в безпеці. Крім того, наноситься серйозна шкода почуттю справедливості, необхідному для ефективної роботи будь-якої компанії. У наш час стабільна трудова зайнятість, яка гарантує заробіток (безвідносно до його розміру), не є дріб'язковим питанням для співробітників. Існує безліч доказів, які змушують ставитися з сумнівом до скорочення штатів як ефективного способу економії витрат. Дослідження, проведені в середині 1990-х років, показали, що компанії, які скоротили персонал в цілях економії, протягом шести місяців безпосередньо після реструктуризації тільки злегка поліпшили рейтинг S & P (Standard and Poors – провідного агентства по встановленню рейтингів). Але до кінця третього року настав різкий спад показників і доходів в середньому на 24 %. Економія за рахунок низької оплати праці або скорочення штату – недалекоглядна політика. Інші дослідження показали, що скорочення 10 % робочих місць в середньому дає економію витрат у розмірі 1,5 %. А серед очевидних втрат – зменшення лояльності працівників, мотивації до праці і зростання продуктивності праці (і в результаті – зниження прибутків компанії).

УДК 336.711.621

Селіверстов В.В.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

## **СПЕЦИФІКА ВПЛИВУ ЧАСОВИХ ЛАГІВ НА МОНЕТАРНУ ПОЛІТИКУ ОСНОВНИХ ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ СВІТУ**

За умов, коли основні центральні банки світу – Федеральна Резервна Система США (ФРС), Європейський Центральний Банк (ЄЦБ), Банк Японії і Банк Англії – прийняли на озброєння політику процентної ставки, що

наближається до нуля ((Near-) Zero Interest Rate Policy) і кількісне пом'якшення (Quantitative Easing) – купівля у великих масштабах таких видів активів, що не купувалися раніше – неабияку увагу привертають до себе особливості впливу часових лагів на їх на монетарну політику. Так, для досягнення цільового показника інфляції ФРС, ЄЦБ, Банк Японії і Банк Англії, крім використання традиційних монетарних інструментів – операції на відкритому ринку, регулювання обліковою ставкою, регулювання резервними вимогами – особливе значення надають вказівкам про майбутній курс офіційної ставки (forward guidance) і великомасштабним купівлям активів (large-scale asset purchases), які складають арсенал їх нетрадиційних монетарних інструментів.

Проблематика впливу часових лагів на монетарну політику провідних центральних банків є достатньо актуальною на сучасному етапі розвитку світових фінансів. За таких умов, автором було здійснено спробу дослідити рівень такого впливу через аналіз дії таких індикаторів монетарної політики, як готівкові кошти в обігу і ставка за кредитами овернайт, на індекс споживчих цін (ICP) на основі побудови регресійних і VEC-моделей. Таким чином, для кожного основного центрального банку були побудовані окремі регресійні та VEC-моделі, в яких роль незалежної змінної належить ICP, а незалежних – грошовим коштам в обігу, ставці по кредитах овернайт та індексу PALLFNFW. Для побудови регресійних моделей було використано метод найменших квадратів, вбудований у пакет аналізу програми «Microsoft Excel», а для створення VEC-моделей – можливості пакету «E-Views».

Отримані результати регресійного й авторегресійного моделювання впливу ставки за кредитами овернайт і грошових коштів в обігу на ICP у розрізі чотирьох основних центральних банків носять неоднозначний характер і ставлять під сумнів наявність реального впливу часових лагів на монетарну політику. Відсутність переконливих доказів забезпечення цільового рівня інфляції основними центральними банками виключно монетарними інструментами опосередковано вказують на наявність впливу значно більш вагомих немонетарних факторів, до яких у першу чергу належать державні антимонопольні заходи.

На користь таких висновків свідчать результати інших досліджень автора з приводу впливу монетарних і немонетарних факторів на цінові індекси. Так, при дослідженні такого впливу на індекс цін на товари вітчизняних корпорацій (Domestic Corporate Goods Price Index – DCGPI) базової дисконтної ставки (Base Discount Rate), готівкових коштів в обігу та індексу PALLFNFW в умовах Японії в усіх п'яти побудованих регресійних моделях BDR мала позитивні значення власних коефіцієнтів, а імпульсні функції відгуку DCGPI на шоки з боку BDR не відповідала сучасним теоретичним уявленням. У свою чергу, результати дослідження впливу на

ІСЦ облікової ставки Банку Англії, готівкових коштів в обігу та індексу PALLFNFW вказують на відсутність переконливих доказів забезпечення цільового рівня інфляції Банком Англії виключно за рахунок використання монетарних інструментів. Результати іншого дослідження вказують на те, що Євросистемі для досягнення цільового рівня інфляції недостатньо заявленого набору інструментів грошово-кредитної політики. На користь також останнього свідчать маніпулювання з офіційними процентними ставками, коли 11.07.2012 р. ЄЦБ знизив ставку за депозитами овернайт до нульової позначки, після чого 11.06.2014 р. – до від’ємного значення (–0,1 %-річних), а 10.09.2014 р. – до рівня у –0,2 %-річних.

Враховуючи пріоритетну мету грошово-кредитної політики НБУ з досягнення та підтримки цінової стабільності в державі у контексті отриманих результатів проведеного дослідження, напрошується наступне застереження: слід дуже обачливо ставитися до впливу часових лагів на результати проведення грошово-кредитної політики НБУ.

УДК 94:35.08:355.321(477.7)(063)»17»

Філас В.М.

канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

## **СПРОБА ПІДГОТОВКИ ВЛАСНИХ КАДРІВ НА ЧОРНОМОРЬСЬКОМУ ФЛОТІ В КІНЦІ XVIII СТ.**

У перші роки існування Чорноморського флоту (початок 80-х років XVIII ст.) усіх фахівців в тому числі і морських офіцерів надсилали з Балтики. В основному це були випускники Морського кадетського корпусу з Санкт-Петербурга. Доки кількість бойових кораблів було невелике і перед флотом стояло завдання забезпечити лише тимчасове закріплення Російської імперії на Чорному морі, Чорноморський флот міг комплектуватися офіцерами з Балтійського флоту. Однак в геостратегічні плани Туреччини не входило визнання північно-причорноморського регіону за Росією і тому турки почали активно готуватись до війни. Одною з відповідей Росії на ці дії Порту стало інтенсивне будівництво флоту на Чорному морі. І тут вже гостро стала кадрова проблема, бо один Морський корпус в Санкт-Петербурзі був не в змозі забезпечити офіцерами інтенсивно зростаючий Чорноморський флот. До того ж балтійці досконально не знали умов і особливостей південних морів. Ці фактори і змусили задуматися Г.А.Потьомкіна і Адміралтейство про відкриття навчального закладу для підготовки офіцерів для Чорноморського флоту. З ініціативи Г.А.Потьомкіна була організована підготовка моряків на півдні імперії та створено Херсонський морський корпус. Це було шостий за рахунком військовий навчальний заклад

Російської імперії який готував офіцерські кадри. Дата заснування морського корпусу на півдні точно невідома. Відомо лише, те що самим «раннім» випускником згідно «Загальному морському списку» був Мякінін Малафей, який вступив до корпусу у 1779 р. і випущений гардемариним у 1784 р., а 12 травня 1785 р. був переведений в мічмани. У корпус брали як осіб шляхетного звання (дворян) для підготовки строевих офіцерів, так і різночинців, які мали стати штурманом і корабелями. Ймовірно, чисельність учнів і викладачів була невелика. Північне Причорномор'я поміщики тільки освоювали, і шляхетних кандидатів в офіцери виявлялося мало, особливо через війну, яка розпочалась з Туреччиною у 1788–1790 рр. Тому в 1789 р. на прохання Потьомкіна Катерина II дозволила перевести до корпусу частину вихованців Санкт-Петербурзької грецької гімназії та викладачів з Морського корпусу. З 1792 р почався регулярний випуск з корпусу мічманів, які окрім теоретичного курсу пройшли і практику на кораблях.

Одночасно з перенесенням до Миколаєва Адміралтейства, Г. Потьомкін мав намір побудувати там і будинок для морського корпусу на 360 вихованців з дворян – майбутніх офіцерів, і 360 різночинців для підготовки штурманів і корабелів. Після смерті Г. Потьомкіна генерал-фельдмаршал П. Зубов доручив проектування нової будівлі корпусу в Миколаєві М. Мордвінову, який в квітні 1793 р представив проект. Через півтора року будівля корпусу була побудована, і сюди з Херсона перевели цей навчальний заклад, залишивши там лише окремі суднове штурманське училища. Новий заклад став називатися Чорноморським морським корпусом.

Історія Чорноморського (Херсонського) морського корпусу сповнена білих сторінок. Поряд з історією інших навчальних закладів подібного типу історія цього корпусу слабо вивчена. Деякі невідомі сторінки діяльності цього корпусу допоможе нам відкрити виявлений в Російському державному архіві давніх актів документ в справі «Письма и рапорта, писанные к адмиралу Николаю Семеновичу Мордвинову по морской части». Документ датується 1797 р., написаний на 16 листах і представляє собою рапорт із супровідним списком гардемарин, які представлялися до мічманського звання. Даний рапорт складений у Чорноморському Адміралтейському правлінням і адресований Головні Адміралтейській колегії. У ньому Чорноморське Адміралтейське правління просить Головну Адміралтейську колегію присвоїти звання мічмана тільки тим, хто цього заслуговує, на думку колегії. І тут же Чорноморське Адміралтейське правління акцентує увагу на тому, що на Чорноморському флоті є 16 мічманських вакансій. Супровідний список до рапорту складається з 26 прізвищ гардемарин, які засвоїли і склали теоретичний курс, а також мають мінімум два практичних морських походи. Даний список містить такі дані про претендентів: як час вступ до кадетського

корпусу, вік, поведінку, предмети, що вивчав та їх екзаменаційну оцінку, кількість морських походів.

Основна маса кадетів зі списку вступила до корпусу у 1790–1793 рр., підпоручики Сіміоті і Карандіні вступили до корпусу у 1787 р. Середній вік кадетів був 17–20 років, і лише, поручнику Карандіні було 38 (!) років. З 26 претендентів на мічманське звання 22 були гардемаринами, 3 підпоручика і 1 волонтер які закінчили Чорноморський кадетський корпус. Згідно «Загальним морським списками» звання мічман отримали тільки 16 гардемарин, які ймовірно і заповнили наявні вакансії. Що стосується характеристики то у всіх була зроблена одна і та ж позначка «Поведение имели хорошее как в корпусе, так и в бытность их на кораблях, отчего засвидетельствовано аттестатами корабельных начальников против одного показано, что должность исправлял рачительно», а два приписаних до корпусу підпоручика греки Василь Сіміоті і Вангелі Карандіні мали окрім трьох морських походів, ще й характеристику від Ф.Ф. Ушакова «От командующего корабельного флота вице-адмирала Ушакова аттестуются добропорядочными и исправными офицерами».

Виходячи з супровідного списку, можна сказати, що в корпусі основними предметами були арифметика, геометрія, тригонометрія (плоска і сферична) навігація, астрономія і кругла навігація, еволюція і практика (тактика і техніка парусного управління), фізика, артилерія і фортифікація, геодезія (карти і інструменти). Із цих предметів в кінці повного засвоєного курсу кадетів екзаменувала спеціальна комісія. Такі предмети як механіка, історія російська і загальна, географія, красномовство, граматики російська, французька мова, танці, фехтування, вальтижування вважалися факультативними і не підлягали перевірці знань спеціальною комісією. Аналіз успішності кадетів дозволяє розділити основні дисциплін на дві групи. До першої групи належать предмети з більш якісними знаннями. З арифметики, геометрії, тригонометрії успішність була на рівні «дуже добре» і «добре» навігації, астрономії, геодезії на рівні «добре» і «неабияк». Друга група предметів характеризується дуже низькою якістю знань, та різко відрізняється від першої. Так по еволюції і практиці майже всі знання характеризуються, як «частина знають», фізиці «малу частину знають», артилерії і фортифікація «посередньо». Таке різке ранжування говорить в першу чергу і про якість педагогічного складу. Так викладачі першої групи мали нормальну професійну підготовку, в той час як педагоги з предметів другої групи були слабкими фахівцями. Слід зауважити, що предмети, за якими кадети отримали дуже слабкі знання, були найбільш необхідними в практичній роботі майбутнього офіцера. При чому оцінювання знань по артилерії і фортифікації окрім характеристики супроводжувалося і припискою про здібності оволодіння предметом. Так половина випускників,

за висновком комісії, мала досить слабкі здібності щодо подальшого оволодіння артилерійської наукою. Як бачимо, якість підготовки фахівців-офіцерів для флоту в Чорноморському кадетському корпусі залишала бажати кращого. На підтвердження цього слід сказати, що термін навчання у кадетів Чорноморського корпусу був різний – від 4 до 6 років в середньому, і залежав від засвоєння тих чи інших предметів, тоді як у Морському корпусі в Санкт-Петербурзі цей термін навчання становив фіксовані три роки і по закінченню, тих хто не здав іспити звільняли з флоту.

Після вступу восени 1796 р на престол Павла I багато в організації флоту змінилося, зокрема, зміни торкнулися і освіти моряків. У 1798 р Комітет освіти флоту, створений наказом імператора, порахував, що в Миколаєві морської корпус не потрібен, але визнав за необхідне заснувати замість нього училище для штурманських учнів і учнів корабельної архітектури.

Таким чином, на півдні Російської імперії в останній чверті XVIII ст. не вдалося налагодити випуск морських офіцерів для Чорноморського флоту. Хоча флот і продовжував відчувати нестачу в кадрах. Так вже на початку XIX ст. деяким учням, що відмінно закінчили Миколаївське штурманське училище присвоювали офіцерські ранги. Саме цих офіцерів за традицією йменували випускниками Чорноморського кадетського корпусу вже навіть тоді, коли він і не існував. Основна причина перепрофілювання цього навчального закладу криється, як у слабкому педагогічному складі, так і у невеликій кількості претендентів на отримання статусу кадет, бо освоєння Північного Причорномор'я тільки починалося, і дворян було не дуже багато, а приймати в кадети масово різночинців суперечило принципам дворянської держави.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Російський державний архів давніх актів (м. Москва) Ф. 21, Оп. 1, Спр. 100, Арк. 47.
2. Російський державний архів давніх актів (м. Москва) Ф. 21, Оп. 1, Спр. 100, Арк. 48–55.
3. Веселаго Ф.Ф. Общий морской список. Часть 3 – Царствование Екатерины II. А-К. СПб.: Типография В. Демакова, 1890. – 608 с.
4. Веселаго Ф.Ф. Общий морской список. Часть 4 – Царствование Екатерины II. К-С. СПб.: Типография В. Демакова, 1890. – 712 с.
5. Веселаго Ф.Ф. Общий морской список. Часть 5 – Царствование I. С-Я. СПб.: Типография В. Демакова, 1890. – 484 с.

## ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ НАЙМУ ПЕРСОНАЛУ ПАТ «ВТБ БАНК»

Перш за все відмічено, що процес найму персоналу в установі складається з декількох складових, так, це набір, відбір та безпосередньо сам найм. Тому розглянемо кожен з них у логічній послідовності.

За результатами опитування фахівця з персоналу ПАТ «ВТБ банк» у 2015 році виявлено такі джерела набору в установі: внутрішні джерела – 50,7 %; інші кредитно-фінансові установи та організації – 33,3 %; кадровий резерв становить 10 % – як правило, на посади провідних фахівців; вищі та середні професійні навчальні заклади – 6 %.

Тобто, вихідними даними для набору та найму персоналу в ПАТ «ВТБ Банк» є данні кадрової політики банку. Кадрова політика ПАТ «ВТБ Банк» принципово орієнтована на власний персонал. Окрім того, при побудові кадрової політики за основу взята стратегія динамічного зростання, тобто банк надає можливість кар'єрного росту своєму персоналу. В системі установи існує: навчальна база навчання та підвищення кваліфікації; програми стимулювання праці розробляються під конкретних співробітників залежно від вкладу та вислуги років; на підприємство приймається персонал із спочатку високим потенціалом і здібностями до подальшого навчання; керівництво стурбоване якнайшвидшої адаптацією нових співробітників. Тобто, основний принцип кадрової роботи в банку – відкрита перспектива: співробітники, які добре зарекомендували себе мають всі можливості для побудови кар'єри.

Наступним кроком є відбір персоналу, який проводиться у декілька етапів. Першим етапом є конкурс резюме (яке проводить фахівець з персоналу). Другим – оцінка претендента за допомогою професійного випробування, яке дозволяє зробити висновок про рівень професійних знань, умінь, навичок кандидата, необхідних в роботі на вакантній посаді, для цього використовуються – співбесіда, в банку застосовується неструктурована, де питання задаються у вільній формі, питання заздалегідь не готуються, і бесіда проходить у вільній формі. За результатами оцінки з кількох претендентів вибирається кандидат, ділові якості та персональні дані якого найбільше відповідають пропонованим вимогам. Однак дослідження виявили цілий ряд проблем, що знижують ефективність співбесід. Основа цих проблем має емоційний і психологічний характер. Так, існує тенденція ухвалення рішення про кандидата на основі першого враження, без обліку



сказаного в іншій частині співбесіди. І, зрештою, рішення залежить від того, хто проводить співбесіду або хто залучається в якості експерта.

Третім етапом відбору персоналу є стажування претендентів, яке складається з активної та пасивної практики, яка займає близько тижня. Після чого переходять до найму на роботу (за умови позитивної відповіді), подаючи відповідні документи та оформлюючи стажиста до штату.

Відмічено, що головною проблемою ПАТ «ВТБ Банку» є плинність кадрів, яка погано впливає на найм персоналу, так як йде круговорот, спочатку кадри приймаються, а потім звільняються із за невідповідності правил та умов праці, і тому заново починається набір, відбір і найм персоналу, на які йде дуже багато часу і грошей.

Таким чином, аналізуючи процес найму персоналу виявлено наступні недоліки:

1) не дивлячись на те, що, приватні агентства забезпечують досить високу якість кандидатів, їх відповідність вимогам клієнта і, тим самим, значно полегшують подальший процес набору та відбору, політикою ПАТ «ВТБ Банк» не передбачається використання платних послуг з підбору персоналу. І, взагалі, процес набору персоналу не є досконалим;

2) конкурс резюме проводить фахівець з персоналу, ґрунтуючись на посадовій інструкції та заявці на підбір фахівця. Таким чином, він має в своєму розпорядженні мінімальну інформацію. Ефективність і якість роботи спеціаліста з персоналу із зібраною базою резюме залежить від того, наскільки він обізнаний про специфіку пропонованої роботи. На підприємстві склався дуже суб'єктивний процес відбору персоналу: не маючи розробленого портрета ідеального працівника, фахівець з кадрів орієнтується на своє уявлення про майбутнє працівника. Тобто, відсутня налагоджена система відбору персоналу;

3) не розроблено положення та інструкції, що регламентують роботу в сфері підбору та відбору кадрів.

Виявлені недоліки вказують на те, що у ПАТ «ВТБ Банку» взагалі склалися досить добре побудовані процеси набору, відбору та найму персоналу, проте не без вад, усунення яких, у свою чергу, дозволить побудувати більш наближену до ідеальної систему управління персоналом.

## ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ НА РИНКУ ПРАЦІ

Молодь формує особливий спектр ринку праці, який значно відрізняється від інших його складових. З одного боку, у молодому віці людина має високу мобільність, вона відкрита, готова до змін і пошуку роботи, а з іншого – їй не вистачає відповідного досвіду, щоб бути конкурентоспроможною на ринку праці. Недосконала законодавча база, воєнні дії на окупованих територіях, відсутність чіткої державної стратегії забезпечення зайнятості молоді, невідповідність освітніх послуг з підготовки кадрів реальним потребам економіки перетворюють безробіття молодих людей на одну з найгостріших соціально-економічних проблем сучасної України.

Дані Міжнародної організації праці свідчать, що проблема зайнятості та працевлаштування молоді набула глобальних масштабів. Незважаючи на поступове відновлення економіки, безробіття серед молодих людей продовжує зростати [1].

Так у світі рівень безробіття серед молоді у 2015 р. підвищився до 12,7 % та прогнозовано до 2017 р. збільшиться до 13 %. Найвищий показник зареєстрований на Близькому Сході, де без роботи було 28,1 % економічно активної молоді. У країнах ЄС рівень безробіття серед молоді у 2015 р. становив 17,9 %. Скоріше за все, до 2017 р. він перевищуватиме 17 % і, за прогнозами, набуде тенденції до зниження не раніше 2018 р. [2].

Україна не є у цьому винятком, рівень безробіття молоді у І півріччі 2015 р. був найвищим в усіх вікових групах – 17,3 %, а соціально-економічні проблеми регіонів мають загрозливий характер і впливають на розвиток трудового потенціалу держави в цілому.

За даними Державної служби зайнятості, у 2015 р. у кожній четвертій вакансії (25,6%) заявлялися мінімальні умови оплати праці. У Чернівецькій області частка таких вакансій дорівнювала 51,8 %, Тернопільській – 39,5 %, Чернігівській – 42,9 %, Житомирській – 41,7 %. Питома вага витрат на робочу силу в собівартості виробництва в Україні становить лише 9,3 %, тоді як у державах ЄС – 46 % [3].

Міжнародна організація праці визначає три необхідних напрями сприяння зайнятості молоді з боку урядів, роботодавців і профспілок [4].

1. Розширення можливостей для працевлаштування молоді за допомогою заходів щодо зміцнення зв'язків між системою освіти та ринком праці, включаючи профорієнтацію, вдосконалення інформації про кар'єрні

можливості та широкий доступ до неї, підтримку під час пошуку роботи та забезпечення гарантій зайнятості молоді.

2. Заохочення молоді до підприємництва.

3. Сприяння захисту трудових прав молодих людей з гарантуванням їм рівних прав у сфері праці, закріпленням їх у колективних договорах і забезпеченням належного соціального захисту.

Професійне навчання також є потужним інструментом для підвищення рівня зайнятості та кваліфікації молоді, а також сприяння ефективному переходу від освіти до зайнятості. Тут, на наш погляд, слід звернутися до досвіду Німеччини, Австрії та Швейцарії, де добре організованим є навчання робітничим професіям, і рівень безробіття серед молоді є найнижчим в Європі.

Передумовами ефективної зайнятості молоді мають бути:

– посилення контролю за дотриманням норм чинного законодавства, що стосується праці молоді;

– забезпечення інвестиційної підтримки молодіжного підприємництва;

– удосконалення механізму визначення потреби ринку праці у спеціалістах з вищою освітою та кваліфікованих робітниках відповідно до прогностичних показників розвитку сфер економіки та регіонів;

– залучення громадських молодіжних організацій до формування та реалізації державної молодіжної політики в сфері зайнятості молоді [5].

Молодь є головним людським ресурсом для розвитку, позитивних соціальних змін та інновацій. Підтримка молодих людей, їхнє залучення до творчої, активної участі в житті суспільства – це стратегічні інвестиції в розвиток держави.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Проблеми молодіжного безробіття та шляхи його подолання. – К.: ГО «Молодіжна Альтернатива», 2011 [Електронний ресурс].

2. Міжнародна організація праці: Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ilo.org/global/>

3. Державна служба зайнятості України : Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dcz.gov.ua/>.

4. Глобальні тенденції зайнятості 2013: відновлення після другого падіння робочих місць : доп. – Женева : МОП, 2013.

5. Резолюція, прийнята за результатами проведення Всеукраїнського форуму, спрямованого на вирішення питання зайнятості молоді, розв'язання проблем безробіття молоді, зокрема її працевлаштування на перше робоче місце. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://dsmsu.gov.ua/media/2014/12/15/9/Proekt\\_rezoluciyi.pdf](http://dsmsu.gov.ua/media/2014/12/15/9/Proekt_rezoluciyi.pdf).

УДК 364 (477)

Біленко О.В.<sup>1</sup>, Сурков Д.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-221с ЗНТУ

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ**

Розглядаючи принципи і методи удосконалення системи соціального захисту населення, доцільно, насамперед, визначити, що саме є соціальним захистом населення.

Соціальний захист – це: державна підтримка верств населення, які можуть зазнавати негативного впливу ринкових процесів, з метою забезпечення відповідного життєвого рівня, тобто заходи, що включають надання правової, фінансової, матеріальної допомоги окремим громадянам (найбільш вразливим верствам населення), а також створення соціальних гарантій для економічно активної частини населення; комплекс законодавчо закріплених гарантій, що протидіють дестабілізуючим життєвим факторам (інфляція, спад виробництва, економічна криза, безробіття тощо) [1].

Система соціального захисту включає три суб'єкти: державу, юридичні особи і громадян. Частина її заходів стосується усіх членів суспільства, а решта адресована окремим соціальним групам. Перша група заходів стосується забезпечення можливості для кожної особи застосування своїх здібностей і отримання доходу, визначення офіційного прожиткового мінімуму, захисту інтересів споживачів, індексації доходів. Друга група заходів соціального захисту стосується окремих груп населення, зокрема безробітних, пенсіонерів, інвалідів, сімей з дітьми, дітей-сиріт, вимушених переселенців та біженців, що зазнали впливу катастроф (повінь, землетрус, засуха тощо) [2].

На сьогоднішній день, в Україні, не дивлячись на прагнення до євроінтеграції та реформи системи соціального захисту населення, залишається низка недоліків, які потребують реформування.

Одним з таких недоліків є законодавча та нормативно-правова неврегульованість. Правовим актам, які врегульовують питання надання в Україні соціальних послуг, притаманні неадекватність термінологічного апарату, розмитість визначень функцій, цілей і напрямів роботи відповідних інститутів. Державну політику у сфері соціального захисту та соціального забезпечення визначають близько 30 законодавчих актів, серед яких провідне місце належить законам України, указам Президента та постановам Кабінету Міністрів України. Різноманітні пільги, соціальні виплати та соціальні послуги в Україні безпосередньо передбачені у 58 законах та більше ніж 120 підзаконних нормативно-правових актах [3].

Наступним недоліком системи соціального захисту слід зазначити неефективність і нераціональність у підходах до фінансування та управління. Неефективність системи соціальних послуг визначається низьким рівнем адресності в наданні соціальної підтримки та допомоги, а нераціональність – розпорошенням виділених на сферу соціального захисту бюджетних коштів. «Соціальний захист та соціальне забезпечення» – найбільша видаткова стаття зведеного бюджету України. Загальний обсяг фінансування за цією видатковою статтею значно перевищує видатки на охорону здоров'я, освіту та економічну діяльність.

Монополізація державою ринку соціальних послуг і розподілу замовлень також є істотним недоліком системи соціального захисту населення. Держава домінує в системі соціальних послуг, оскільки їх надання віднесено лише до компетенції міністерств. Ця система базується на громіздкій, забюрократизованій мережі державних і комунальних закладів соціального захисту та соціальних служб [4].

Недостатність механізмів впровадження норм правових актів – не дає змоги повністю реалізовувати заходи щодо надання соціальних послуг.

Потреба в удосконаленні системи соціального захисту в Україні обумовлена наступними факторами: необхідність створення дієздатних соціальних проектів і гарантій як інструментів соціальної підтримки державою вразливих верств населення; необхідністю підвищення в країні рівня суспільної довіри, соціальної згуртованості.

Із цих позицій в Україні при розробці стратегій соціально-економічного розвитку загалом та реформування соціального захисту зокрема варто враховувати особливості взаємного впливу механізму накопичення соціального капіталу та функціонування державних інститутів з метою стимулювання формування необхідних суспільних, міжособистісних зв'язків, довіри в суспільстві, розвитку нових прогресивних форм публічно-приватної взаємодії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Державне регулювання економіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://library.if.ua/book/72/5284.html>. [Посилання дійсне на 05.04.2016 р].
2. Соціальний захист населення. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://pidruchniki.com/1151040939865/> [Посилання дійсне на 05.04.2016 р].
3. Соціальний захист населення в контексті надання соціальних допомог: сучасний стан і пріоритети// Шаманська Н. – Галицький економічний вісник. – 2013. – №2 (41). – С. 43–48.
4. Дубич К. Реформи соціальних послуг в Україні: сучасний стан і проблеми впровадження // Вісник НАДУ. – 2013. – № 1–28. – С. 211–218.

## **УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УСТАНОВАХ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ**

Одним із напрямків становлення України як демократичної правової держави із соціально орієнтованою ринковою економікою є створення ефективної системи державної служби. Від чітких, грамотно продуманих, систематичних кадрових процесів та якісного функціонування державної служби залежить ефективність державного управління України.

Сутність управління персоналом полягає у процесі впливу на працівників для реалізації цілей організації, які здійснюються шляхом застосування технології управління персоналом за допомогою спеціальних кадрових технологій.

Головна мета сучасної системи управління персоналом державної служби є раціональне та ефективне використання кадрів державної служби, залучення, розвиток та вдосконалення кадрового потенціалу державних службовців.

На підставі аналізу сучасної нормативно-правової бази України та наукових досліджень з проблеми управління персоналом державної служби можна констатувати, що сучасна система управління персоналом державної служби не є ефективною і потребує реформування. Традиційна роль кадрових служб у державному управлінні, починаючи з часів створення систем державної служби наприкінці XIX ст., полягає в таких функціях:

1) стандартне виконання адміністративних процедур, таких як складання платіжних відомостей, наказів про прийняття на посади та звільнення з них;

2) нагляд за виконанням доволі заплутаних законів, правил і положень, що регулюють систему державної служби.

Раціонально побудована система управління державною службою має виконувати наступні загальні завдання, а саме: забезпечити формування таких політичних і правових передумов, що гарантують зворотний зв'язок від громадян, різних інститутів громадянського суспільства до держави, стимулюють необхідність у постійному вдосконаленні та демократизації функціонування державного апарату та державної служби за рахунок структурної модернізації, заходів, які дозволяють вести активну боротьбу з корупцією, бюрократизмом і закритістю [1].

В управлінні персоналом системи державної служби мають місце низка проблем:

- відсутність в нормативно-правових актах чіткого визначення кола осіб, які є державними службовцями, а також критеріїв їх просування по службі;

- відсутність стратегії розвитку кадрового потенціалу системи державної служби, яка б передбачала зміну ролі персоналу, який потрібно відбирати, нарощувати та розвивати з метою отримання результату [2];

- формальний підхід кадрових служб до системи професійного розвитку державних службовців та посадових осіб органів місцевого самоврядування;

- упередженість та необ'єктивність проведення процедур конкурсу на заміщення вакантних посад державних службовців та оцінки роботи персоналу;

- неефективність діючих механізмів мотивації державних службовців.

Потрібно здійснювати вдосконалення системи управління персоналом державної служби у трьох напрямках:

- удосконалення державної кадрової політики у сфері управління персоналом державної служби;

- удосконалення діяльності центрального органу державної влади, що здійснює управління персоналом державної служби;

- удосконалення діяльності кадрових служб, які здійснюють управління персоналом державної служби.

Результатом реформування кадрового напрямку роботи в установах державної служби має стати формування та розвиток таких кадрових процесів, які спроможні ефективно наповнювати органи державної влади компетентними працівниками, закріплювати їх на державній службі та стимулювати їхню діяльність із постійним самовдосконаленням [3, с. 4].

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Малиновський В. Я. Державне управління: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / В.Я. Малиновський. – Луцьк: Вежа, 2000. – 560 с.

2. Пархоменко-Куцевіл О.І. Сучасні проблеми формування кадрового потенціалу системи державної служби України / О.І. Пархоменко-Куцевіл // Публічне управління: стратегія реформ 2020: зб. тез XV Міжнар. наук. конгр., 23 квіт 2015 р. – Х.: Магістр. – С. 29–30

3. Добір кадрів на державну службу: зарубіжний та вітчизняний досвід / Т. Витко. – 2-ге видання, перероблене та доповнене. – Івано-Франківськ: ІФОЦППК, 2011. – 40 с.

## ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИРОДНОГО РУХУ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Для сучасної демографічної ситуації в Україні характерні:

- різке зменшення народжуваності, збільшення смертності і відсутність природного приросту;
- старіння населення, збільшення «навантаження» на працездатну його частину;
- скорочення тривалості життя як чоловіків, так і жінок;
- погіршення здоров'я нації;
- інтенсифікація міграційних процесів, вплив яких на демографічні та соціально-економічні показники суперечливий і нерідко негативний.

Статистика природного руху населення надає інформацію про динаміку народжуваності, смертності, шлюбності та розлучуваності, які свідчать про певні тенденції в демографічній ситуації країни.

По-перше, наведемо динаміку народжуваності. Починаючи з 2002 р. спостерігається певне збільшення кількості народжених, яке, однак, не свідчить про докорінний «перелом» у тенденціях народжуваності, а являє собою вже неодноразово фіксовану у посткризові роки компенсацію народжень, що відбувається до того ж на тлі припливу «демографічної хвилі» (мається на увазі вступ у дітородний вік більш численних контингентів жінок 1938–1988 рр. народження), а також певної активізації соціально-демографічної політики останніми роками.

Так, у 2014 р. кількість народжених дітей знизилась на 35,0 тис. порівняно з 2013 р. і на 11,2 тис. порівняно з 2008 р. Загальний коефіцієнт народжуваності населення зменшився від 11,0 % у 2013 р. до 10,8 % у 2014 р., або на 3,5 % серед усього населення, на 3,2 % – у селах, на 3,7 % – у містах.

Становлення сучасної моделі народжуваності зумовлює нові вимоги до політики підтримки дітородної активності населення, висуваючи на передній план ту її складову, що пов'язана зі створенням належних умов для поєднання материнства з професійною зайнятістю, а також різних інструментів непрямої, як фінансової, так і організаційної, підтримки матерів/батьків протягом усього періоду народження і виховання дітей. Окрім того, в Україні спостерігається істотна територіальна диференціація народжуваності.

У 2013 р., рівень народжуваності в Україні дещо знизився порівняно з попереднім роком, це може бути наслідком не тільки вікової структури, але й державної соціальної політики.

По-друге, розглянемо динаміку смертності, яка в нашій країні має суттєву регіональну диференціацію. Так, у 2013 р. величина загального коефіцієнта смертності коливалася в межах від 9,8 % у м. Києві до 18,6 % в Чернігівській області. Регіони України за відмінностями в рівнях смертності можна об'єднати в три групи. Відносно краща ситуація щодо смертності



спостерігається у західних областях. Гірша ситуація склалася у східних та південних регіонах, а центральні області України за показниками смертності посідають проміжне місце між вищезгаданими групами областей.

Смертність дітей віком до одного року є однією з важливих характеристик не лише роботи системи охорони здоров'я, але й розвитку країни в цілому, а також одним з основних індикаторів досягнення цілей розвитку тисячоліття. В Україні (і за окремими регіонами) рівень смертності немовлят, на відміну від очікуваної тривалості життя неухильно знижується, починаючи з 2000 р. Але ці досягнення не настільки відчутні, як може видатися на перший погляд. Зафіксований в Україні у 2012 р. рівень смертності дітей віком до одного року (8,5 %) досі залишається приблизно в 2–3 рази вищим, ніж у багатьох розвинутих країнах.

Як і всі показники, коефіцієнт смертності дітей віком до одного року включає зміни у всіх регіонах і, відповідно, для досягнення більш низьких рівнів дитячої смертності в Україні необхідно досягти зниження його рівня у всіх регіонах країни.

Відмічено також причини смертей, так, у 2014 р. на першому місці за кількістю смертних випадків стоять серцево-судинні захворювання (65,8 %). За ними у відповідній послідовності ідуть новоутворення (14,0 %), зовнішні причини смерті (6,2 %), хвороби органів травлення (4,2 %), хвороби органів дихання (2,6 %), інфекційні та паразитарні хвороби (2,4 %).

Отже, природний рух населення, який обумовлюється дією численних різноманітних причин, а їх взаємодія і взаємозалежність визначають кількість економічно активного населення, впливає на кількісні характеристики ресурсів для праці. Що, у свою чергу, зменшує кількість та погіршує якість трудових ресурсів.

УДК 331.108.2

Бойченко В.С.<sup>1</sup>, Бугайчук Ю.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд.екон.наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУз-231с ЗНТУ

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ПІДГОТОВКИ, ПЕРЕПІДГОТОВКИ ТА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ЗДП «РАДІОПРИЛАД»**

Організація професійної підготовки та підвищення кваліфікації на ЗДП «Радіоприлад» відбувається за наступними етапами:

- виявлення потреби у навчанні працівників;
- розробка плану навчання;
- реалізація плану навчання;
- оцінювання ефективності підготовки кадрів;
- складання та написання звіту у формі №6 ПВ.

Так, співробітники ЗДП «Радіоприлад» щороку проводять моніторинг чисельності персоналу які пройшли підготовку та перепідготовку на

підприємстві. У результаті такого моніторингу показників за 2014 рік було виявлено негативну тенденцію, оскільки за цей період професійну підготовку пройшло лише 130 осіб робітничих професій, 77 осіб керівних посад та 11 осіб з числа фахівців та службовців.

Проведений аналіз показників підготовки персоналу за місцем навчання свідчить, що починаючи з 2008 року навчання персоналу ЗДП «Радіоприлад» зазнало певних змін, в цілому відбувається спад рівня підготовки кадрів на підприємстві. Чисельність персоналу, яка проходила підготовку на виробництві у 2014 р., порівняно з 2006 р., зменшилась на 72 особи, а чисельність кадрів, які проходили підготовку у навчальних закладах збільшилась в середньому на 5 осіб.

Впродовж останніх 9 років (2006–2014 рр.) просліджується чітка тенденція до зниження питомої ваги жінок у підготовці кадрів, так у 2014 р. цей показник склав 22,1 %, що у порівнянні з 2006 р. менше на 4,4 %. Водночас відсоток працюючих чоловіків, які проходили підготовку, має тенденцію до збільшення – в 2014 р. він становив 77,9 %, тобто зріс на 4,4 % порівняно з 2006 р.

У свою чергу, підвищення кваліфікації працівників підприємства здійснюється з метою удосконалення знань за фахом, навиків управління сучасним виробництвом, раціональної і ефективної організації праці та вивчення питань з економіки. Підвищення кваліфікації працівників ЗДП «Радіоприлад» здійснюються раз у три роки. По закінченню курсів складається екзамен під наглядом комісії, із проведенням інструктажів згідно з потребами професії, з гарантованими записами у трудовій книжці та підвищенням заробітної плати, що супроводжується підвищенням розряду та відповідають зовнішнім міжнародним стандартам.

Кількість осіб, які підвищили кваліфікацію у 2014 р. зменшилась на 3,5 % порівняно до 2013 р. У 2014 р. підвищення кваліфікації за різними місцями навчання пройшли на виробництві 43 особи, а у навчальних закладах 71 особа. При цьому основною формою навчання працівників було їх підвищення кваліфікації безпосередньо на виробництві, а в сучасний період ситуація змінилась навпаки, тобто 53,5 % працівників проходять її у навчальних закладах.

Таким чином, аналіз показників підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу протягом останніх років на ЗДП «Радіоприлад» дав можливість простежити негативні тенденції щодо зменшення чисельності працівників, які проходили професійну підготовку.

Результати аналізу динаміки чисельності працівників, які проходять підготовку та підвищення кваліфікації на підприємстві, обумовлюють необхідність визначення проблем актуальності проведення навчання, як з боку керівників, так і з боку самих працівників.

Підсумовуючи вищесказане, хотілось би звернутися до відомого висловлювання Генрі Форда: «Заберіть у мене мої гроші, заводи, верстати та фабрики, але залиште мені моїх людей – і незабаром ми створимо заводи краще колишніх. Залиште мені мої заводи, фабрики і гроші, але заберіть у мене моїх людей – мій бізнес завалиться, а заводи поростуть бур'яном» [1, с. 322]. З його думкою можна погодитися, бо в сучасних умовах навчання персоналу – це вже навіть не мотиваційний інструмент і не інструмент утримання персоналу в компанії, це бізнес-необхідність і серйозна інвестиція в один із стратегічно важливих ресурсів, яка дає результат досить швидко.

Таким чином, проведене дослідження дозволило визначити тенденції щодо зміни значення показників підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, окреслити проблеми актуальності проведення навчання персоналу.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения / Генри Форд: перевод с английского Е. Бакушева. – К.: Попурри, 2011. – 352 с.

УДК 331.1

Бойченко В.С.<sup>1</sup>, Волошиновська А.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд.ekon.наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-221с ЗНТУ

### **ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ НАСЕЛЕННЯ**

Негативні демографічні зміни вже почали справляти довгостроковий негативний вплив на чисельність економічно активного населення. Рівень економічної активності населення визначається як відношення (у відсотках) чисельності економічно активного населення віком 15–70 років до всього населення зазначеного віку. Рівень економічної неактивності населення визначається як відношення (у відсотках) чисельності економічно неактивного населення віком 15–70 років до всього населення зазначеного віку.

Так, стан економічної активності населення проаналізовано з наступних позицій:

– кількість економічно активного населення за період з 2010 по 2014 рр. зменшилася на 9,7 %; чисельність економічно неактивного населення також дещо скоротилася за останні роки (на 4,4 %), однак, це не компенсувало загальних втрат населення обстежуваного віку та не привело до зростання чисельності економічно активного населення. Така ситуація загрозлива для

економіки, адже вже у найближчому майбутньому може виникнути дефіцит робочої сили [1, с. 340];

– рівень економічної активності за статтю та віковими групами. Так, чоловіки традиційно більш активні на ринку праці, ніж жінки. Рівень економічної активності у 2014 році серед чоловіків віком працездатного віку на 10% вищий, ніж серед жінок. На протязі 2011–2014 рр. найбільша економічна активність у жінок спостерігається у віці 40–49 років, а чоловіків – 30–39 років [2, с. 3; 3, с. 3].

Населення працездатного віку становить понад 95,6 % від економічно активного населення. Найбільшу частку (24,5 %) серед економічно активного населення становлять особи віком 40–49 років [4, с. 70, 73];

– рівень економічної активності за освітою. У 2014 році до груп з високим рівнем економічної активності відносяться: випускники вищих навчальних закладів (78,2 %) та населення, яке має професійно-технічну освіту (70,7 %), а ті, що навіть не отримали атестату про середню загальну освіту, становлять вагомую частину серед економічно неактивного населення (усього 6,8 % економічно активні) [4, с. 70, 73]. Слід зауважити, що економічно активні жінки (як і жінки серед усього населення віком 15–70 років) більш освічені, ніж чоловіки;

– рівень економічної активності за регіонами. У 2014 році найбільший рівень економічної активності мали такі області, як Волинська (65,5 %) та Дніпропетровська (69,9 %), а також м. Київ (67,1 %), а найменший – Івано-Франківська (58,6 %) та Тернопільська (59,6 %) області [5, с. 59–60].

Таким чином, за даними вибіркового обстеження населення (домогосподарств) з питань економічної активності, було виявлено, що середньомісячна кількість економічно активного населення віком 15–70 років у 2014 р., порівняно з 2013 р., зменшилась на 4,3 % і становила 19,9 млн. осіб, з них 19,0 млн. осіб (95,6 %) були у працездатному віці. Із зазначеної кількості громадян 18,1 млн. осіб, або 90,7 %, були зайняті економічною діяльністю, а решта – 1,8 млн. осіб класифікувалися як безробітні.

Отримані результати щодо рівня економічної активності, пояснюється як факторами з боку пропозиції праці, так і перспективами працевлаштування на локальному ринку праці, цілком співпадають з висновками теорії та досвідом розвинутих країн: до економічної неактивності в Україні більш схильні особи з наймолодшої та найстаршої вікових груп, мешканці міської місцевості, особи з низьким рівнем освіти та кваліфікації, жінки з маленькими дітьми й особи з незадовільним станом здоров'я.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Демографічний щорічник «Населення України за 2014 рік» / Відп. за вип. Г.М. Тимошенко. – К., 2015. – 118 с.

2. Доповідь «Ринок праці у 2012 році. Державна служба статистики України. – 33 с.

3. Доповідь «Ринок праці у 2014 році. Державна служба статистики України. – 29 с.

4. Статистичний збірник «Економічна активність населення України – 2014» / Відп. за вип. І.В. Сенік. – К., 2015. – 207 с.

5. Статистичний збірник «Регіони України – 2015» Частина I / За ред. І.М. Жук. – К., 2015. – 207 с.

УДК 338.331.621

Бойченко В.С.<sup>1</sup>, Генін І.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд.екон.наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-211м ЗНТУ

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ**

Перехід України до ринкової моделі господарювання, рух у напрямі євроінтеграції та включення у світову економіку ставлять перед вітчизняною економічною наукою і практикою принципово нові завдання, серед яких вагоме місце належить підвищенню конкурентоспроможності персоналу. Конкурентні позиції підприємств все більше визначає персонал, орієнтований на здобуття конкурентних переваг в освіті, результатах праці, здатний до інтелектуально-професійного розвитку, розробки і впровадження інновацій на рівні світових стандартів, створення конкурентоспроможної продукції.

Категорія «конкурентоспроможність персоналу» набула важливе місце у понятійному апараті сучасної вітчизняної економічної науки, що пов'язане, з одного боку, – з дослідженням категорій трудового потенціалу, людського капіталу, а з іншого – вивченням механізмів функціонування конкуренції на ринку праці.

Конкурентоспроможність персоналу – це сукупність природних, освітньо-професійних, ділових та моральних якостей працівників, що найбільше користуються попитом у певний період ринкової кон'юнктури як такі, що дозволяють якісно виконувати трудові завдання і в умовах конкуренції досягати кращої реалізації інтересів роботодавця та потреб персоналу. Окрім того, особливістю є те, що в кожному окремий момент в залежності від попиту лише конкретні компоненти трудового потенціалу працівників стають найбільш привабливими для роботодавця, оскільки дозволяють підприємству отримати більші зиски порівняно з іншими

підприємствами (наприклад, більший прибуток завдяки розробці і впровадженню інновацій, випуску конкурентоспроможної продукції).

Конкурентні переваги персоналу завжди несуть зиски не лише роботодавцю, а й працівникам. Пояснюється це тим, що переваги в освіті, професійних, ділових, моральних якостях дозволяють працівнику в умовах конкуренції отримувати більші економічні та соціальні вигоди порівняно з іншими працівниками в процесі трудової діяльності (в оплаті праці, умовах праці, посаді, можливостях кар'єрного зростання, підвищенні кваліфікації).

На формування й підвищення конкурентоспроможності персоналу з різною силою, спрямованістю та інтенсивністю впливають як внутрішні чинники, пов'язані з особливостями трудового потенціалу особистості, так і різноманітні зовнішні чинники, що діють за межами індивіда на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях. В результаті позитивного або негативного впливу тих чи інших чинників конкурентні переваги працівників стихійно або цілеспрямовано змінюються (нарощуються або зникають), приводячи до багатовекторності процесу розвитку конкурентоспроможності персоналу в цілому.

Окрім того, на збільшення конкурентних переваг конкретного працівника на ринку праці безпосередньо впливає зростання інвестицій у розвиток його людського капіталу: формується вищий рівень освіти, отримується більш висока кваліфікація, за більш сприятливих умов накопичується трудовий досвід за фахом, набуває розвитку інноваційна складова людського капіталу.

УДК 331.108.3

Бойченко В.С.<sup>1</sup>, Завгородня І.І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд.екон.наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-221с ЗНТУ

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПРОЦЕСУ НАЙМУ ТА АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Будь-яка організація завжди відчуває потребу в персоналі. Сьогодні підприємства докладають багато серйозних зусиль щодо набору працівників та їх адаптації. Персонал як фундаментальна основа будь-якої компанії забезпечує ефективне використання всіх наявних ресурсів і в підсумку формує її конкурентоспроможність. Його внесок у досягнення цілей організації залежить, у першу чергу, від ефективності роботи з персоналом, починаючи з найму. Тому вирішення проблем ефективного пошуку, підбору і подальшого найму висококваліфікованого персоналу сприятиме підвищенню загальної ефективності підприємства в ринковому середовищі.

Сутність набору персоналу полягає в створенні необхідного резерву кандидатів на всі посади і спеціальності, із якого організація надалі відбирає найбільш підходящих для неї робітників.

Допомогти співробітнику успішно влитися в нове середовище – найважливіше завдання його керівника і співробітників відділу кадрів.

Набір персоналу здійснюється в кілька етапів:

- планування потреби в персоналі;
- набір (залучення) персоналу;
- відбір працівників;
- обговорення та оформлення трудового контракту.

Завдання набору персоналу полягає в створенні необхідного резерву кандидатів на всі посади і спеціальності, із якого організація надалі відбирає найбільш підходящих для неї робітників.

Важливими факторами для успішного найму кандидатів на вакантні посади є засоби внутрішнього та зовнішнього набору працівників на підприємство.

На даний час все більше використовують такі джерела пошуку та найму персоналу:

- люди, які випадково зайшли в пошуках роботи;
- оголошення в газетах, середні школи, коледжі, технікуми;
- професійно-технічні училища, вищі навчальні заклади, служби з працевлаштування;
- оголошення по радіо і телебаченню.

Відбір кадрів є однією з центральних функцій управління персоналом, оскільки саме люди забезпечують ефективне використання будь-яких видів ресурсів. Від того, як проведений набір і як підібраний персонал, залежить уся діяльність організації.

Технологія відбору персоналу складається з наступних етапів:

- попереднє інтерв'ю;
- заповнення бланка заяви і анкети;
- тестування;
- співбесіда;
- перевірка рекомендацій і трудового списку;
- медичне обстеження;
- прийняття остаточного рішення.

Відбір кандидатів закінчується прийняттям на роботу людини, яка найбільш успішно пройшла всі шаблі відбору, в крайньому випадку, відмовою всім кандидатам, якщо відповідна кандидатура не буде знайдена.

Наступним кроком, є адаптація персоналу на підприємстві, яка покликана полегшити входження нових співробітників в життя організації.

Виділяють такі завдання адаптації:

- підвищення трудової діяльності робітника;
- зниження можливості звільнення співробітника;
- зниження тривожності у працівника;
- формування у співробітника почуття задоволеності роботою.

Тобто, для забезпечення ефективного функціонування будь-якого підприємства необхідно, дотримуватися певних правил при наймі персоналу та його адаптації. Так, процес найму повинен проходити досить чітко та розплановано, використовуючи різні методи та джерела набору; кваліфіковані робітники відділу кадрів повинні ретельно відбирати потрібний персонал, проводячи співбесіди, інтерв'ю, вивчаючи анкетні данні кандидатів. У свою чергу, процес адаптації повинен проходити в декілька етапів, які допомагають швидше та легше новачкові пройти адаптаційний процес. При цьому необхідно використовувати різноманітні методи та заходи, щоб працівник почував себе якомога комфортніше в новому колективі.

УДК 331.101

Бойченко В.С.<sup>1</sup>, Кім В.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд.екон.наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-231с ЗНТУ

## **АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Проблема використання трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств з кожним роком набуває все більшого значення, адже з кожним роком відбувається зростання безробіття та зниження ефективності використання робочої сили. Основною умовою подолання економічної кризи в Україні є забезпечення високої ефективності використання трудового потенціалу. До основних параметрів трудового потенціалу працівників належать: кваліфікаційна, психофізіологічна, особиста та соціально-демографічна складові. Остання, у свою чергу, розглядає трудовий потенціал з таких позицій, як: кількість зайнятих, рівень оплати праці, стать, вік, сімейний стан тощо.

Так, основними показниками, які характеризують соціально-демографічну складову трудового потенціалу, на нашу думку, є:

1) попит і пропозиція на ринку праці в сільському господарстві (табл. 1):



Таблиця 1 – Попит, пропозиція та працевлаштування робочої сили, тис. осіб [1, с. 14–15]

Показник	Кількість зареєстрованих безробітних, на кінець року		Потреба роботодавців у працівниках для заміщення вільних роб.місць (вакантних посад), на кінець року		Працевлаштовано зареєстрованих безробітних у звітному періоді	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Усього по Україні	469,0	512,2	42,5	35,3	521,0	494,6
Сільське господарство	112,5	112,6	1,9	1,6	135,3	132,4

З аналізу даних табл. 1 видно, що кількість зареєстрованих безробітних, на кінець 2014 р. склала 21,98 % від загальної кількості безробітних, що на 2 % менше, ніж у 2013 р.; потреба роботодавців у працівниках для заміщення вільних робочих місць (вакантних посад) на кінець 2014 року склала 4,5 % від загальної потреби; працевлаштовано зареєстрованих безробітних у 2014 році 26,8 % від загальної кількості працевлаштованих, що 0,8 % більше ніж у 2013 р.;

2) рівень оплати праці у сільському господарстві (рис. 1):

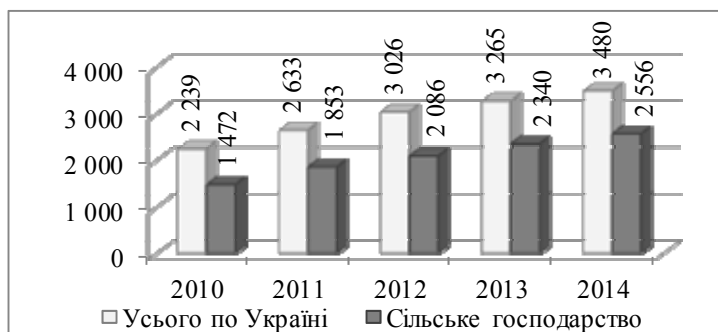


Рисунок 1 – Середньомісячна номінальна заробітна плата штатних працівників у 2010–2014 рр., грн. [2, с. 32]

З даних рис. 1 видно, що протягом 2010–2014 рр. середньомісячна заробітна плата у сільському господарстві була нижчою за середній показник по Україні. Так, у 2010 р. вона була нижчою від загального показника на 34,3 %, а у 2014 р. на 26,6 %, тобто спостерігається тенденція до підвищення рівня оплати праці в сільському господарстві. Окрім того, у 2014 р., в

порівнянні з 2010 р., розмір заробітної плати по Україні збільшився на 55,4 %, а в сільському господарстві на 73,6 %.

Отже, аналіз показників, які характеризують соціально-демографічну складову трудового потенціалу дозволяє припустити, що з кожним роком ситуація у сільському господарстві змінюється в кращий бік, хоча й досить повільними темпами.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Доповідь «Ринок праці у 2014 році / Державна служба статистики України. – 29 с.

2. Статистичний збірник «Сільське господарство України – 2014» / Відп. за вип. О.М. Прокопенко. – К., 2015. – 379 с.

УДК 331.108.47

Бойченко В.С.<sup>1</sup>, Куликова В.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-211 м ЗНТУ

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ПЛАНУВАННЯ ДІЛОВОЇ КАР'ЄРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Першою ознакою перспективного підприємства є усвідомлення того, що якість виконання робіт і його власний розвиток цілком та повністю визначаються можливостями персоналу. Тому важливим аспектом у розвитку персоналу є планування кар'єри працівників на підприємстві. Це є однією із функцій відділу персоналу організації. Тобто саме менеджер з персоналу визначає майбутні шляхи розвитку працівника, етапи досягнення намічених цілей та просування по службі.

Менеджер з персоналу повинен передбачати для конкретного працівника заходи щодо планування його кар'єри. Так, до основних заходів щодо планування кар'єри для конкретного працівника менеджером з персоналу відносяться:

– оцінка працівника при прийманні на роботу – врахування професійних навичок та психологічних характеристик. Вже на цьому етапі можна побачити ступінь зацікавленості працівника у подальшому кар'єрному зростанні та його кар'єрні прагнення в цілому;

– оцінка праці і потенціалу працівника – оцінка результатів роботи і факторів, що визначають міру досягнення цих результатів, аналіз динаміки результативності праці за певний проміжок часу. З цього можна робити

висновки про трудовий потенціал працівника – рівень використання потенційних можливостей для забезпечення найкращого результату;

- відбір у резерв на посаду–включення до групи працівників, яка відібрана для висування на звільнену посаду за результатами оцінки їх професійних знань, вмінь і навичок;

- додаткова підготовка працівника – організація заходів щодо підвищення професійно-кваліфікаційних навичок, які необхідні для заміщення вакантної посади;

- розробка програми роботи з резервом–створення належних умов та заходів для забезпечення своєчасного заміщення вакантних посад з числа компетентних і здібних до відповідної роботи працівників;

- просування працівника по службі – сукупність форм, методів і засобів організації планомірного, поступового переміщення працівників від простої до складної змістовної праці, від нижчих до вищих сходинок професійної майстерності з врахуванням інтересів працівників і потреб виробництва. Просування здійснюється на основі плану кар'єри.

Отже, плануванням кар'єри працівника займається як сам працівник, так і менеджер по персоналу. Планування кар'єри здійснюється на основі поетапної функціональної і організаційної підготовки, що передбачає вищезгадані заходи.

УДК 331.2

Бойченко В.С.<sup>1</sup>, Писарєв С.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУз-221с ЗНТУ

## **АНАЛІЗ НЕМАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ВАТ «ЗЗКМ»**

Запорізький завод кольорових металів – один з найбільших заводів України. Підприємство вже 24 роки на ринку кабельно - провідникової продукції, за цей період завод зарекомендував себе надійним партнером та професіоналом своєї справи.

Види і форми нематеріального стимулювання як частина єдиної системи стимулювання, що діє в компанії, необхідно постійно розвивати і вдосконалювати. Увага і шанобливе ставлення до людей, облік їх потреб та інтересів сприяють розвитку взаєморозуміння між працівниками і керівництвом. Співробітники, які впевнені в тому, що вони потрібні своїй організації, будуть напружено трудитися, досягати цілей компанії. З давніх часів добре відомо: людей слід спонукати до певних дій для досягнення потрібного результату. Незалежно від епохи, економічної формації, стилю

управління конкретним бізнесом, тільки ті працівники, які зацікавлені в результатах своєї праці, дійсно «рухають» справу. Тому в центрі уваги керівництва компанії має бути створення системи ефективного стимулювання, в якій гармонійно об'єднуються всі мотивуючі чинники.

Нематеріальне стимулювання процесу праці в ВАТ «ЗЗКМ», насамперед, направлене на задоволення мотиву збереження соціального статусу працівника в трудовому колективі завдяки залишенню за ним його робочого місця чи займаної посади; підвищення соціального статусу працівника в трудовому колективі в результаті одержання ним більш високої відповідальної посади. Система нематеріального стимулювання співробітників ВАТ «ЗЗКМ» включає в себе:

- нагородження грамотами ВАТ «ЗЗКМ»;
- навчання і розвиток співробітників;
- конкурси професійної майстерності;
- занесення на стенди «Кращі співробітники компанії»;
- листи подяки сім'ям працівників;
- заохочення кращих співробітників елементами корпоративної символіки;
- відображення досягнень та заслуг працівників в корпоративній газеті.

Вивчаючи процес стимулювання праці на підприємстві ВАТ «ЗЗКМ» зі сторони використання методів нематеріального стимулювання, необхідно зазначити існування системи заохочення вільним часом і працівникам які об'єднанні з ненормованим робочим днем надавати відпустки за особливий характер праці.

Детально вивчивши діючу систему нематеріального стимулювання персоналу на ВАТ «ЗЗКМ» були виявлені недоліки які потребують змін, а саме:

- а) надавати можливість працівникам брати активну участь у вирішенні виробничих питань;
- б) створювати доцільні умови праці для кожного працівника;
- в) краще пристосування матеріально-технічної бази виробництва до працівників;
- г) удосконалити розвиток колективних форм організації праці;
- д) удосконалення системи морального стимулювання.

Отже, для керівництва підприємства персонал є найбільш цінним ресурсом – адже саме персонал підприємства може постійно удосконалюватися. Відповідно, уміло керуючи персоналом, можна постійно удосконалювати організацію виробництва і збільшувати прибуток. Тому керівництво підприємства має добре розбиратися в персоналі, знати достоїнства і недоліки працівників, мотиви, що спонукують їх до праці.

Знання мотивації персоналу підприємства – заклад створення більш досконалої системи стимулювання працівників.

УДК 331.101.6

Васильєва О.О.<sup>1</sup>, Ліпак А.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. фіз.-мат. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ - 211м ЗНТУ

## **ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЗРОСТАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

Системний підхід до проблеми підвищення продуктивності праці у сільському господарстві вимагає вивчення не тільки стану використання праці при виробництві сільськогосподарської продукції, але і факторів (чинників), що впливають на економічну ефективність.

Фактори – це рушійна сила, суттєва причина, обставина, що впливає на певний процес або явище, які змінюють рівень і динаміку продуктивності. Дію факторів, їх виявлення і реалізацію необхідно розглядати в тісній залежності від природних і суспільно-економічних умов.

Комплекс чинників продуктивності праці повинен враховувати не тільки впровадження сучасної технології, але й вдосконалення організації виробництва, людський чинник, розвиток соціальної інфраструктури. Всю цю сукупність факторів можна розбити на окремі специфічні групи:

- природно-кліматичні;

- техніко-технологічні (впровадження досягнень НТП, зміцнення і вдосконалення матеріально-технічної бази, застосування новітніх ресурсозберігаючих технологій, комплексна механізація і автоматизація виробничих процесів, індустріальний характер виробництва);

- соціально-економічні (економічне стимулювання працівників, розвиток соціальної інфраструктури, підвищення професійно-кваліфікаційного рівня працівників);

- організаційно-соціальні (актуальні та прогресивні форми організації та нормування праці, регулювання зайнятості та відпочинку працівників, соціальне партнерство, премії та доплати, кар'єра, моральне та матеріальне стимулювання праці).

Відповідно до особливостей сільськогосподарського виробництва при розробці та реалізації комплексних заходів з підвищення продуктивності праці і при визначенні чинників її росту доцільно враховувати наступні особливості сільськогосподарського виробництва, які можна об'єднати в три великі групи: матеріально-речові та енергетичні елементи, елементи загальноекономічного характеру, елементи соціально-економічного характеру.

Перша група – це особливості, пов'язані з матеріально – речовими та енергетичними елементами продуктивних сил сільського господарства, із

засобами і предметами праці. Ці елементи включають: машини і системи машин; знаряддя праці, технічні засоби і машини для механізації приготування і внесення мінеральних і органічних добрив, виконання транспортних і вантажно-розвантажувальних робіт, використання хімічних і біологічних засобів захисту рослин, ремонту сільськогосподарської техніки.

Вияткову важливість для розвитку виробництва і зростання продуктивності праці в сільському господарстві набуває підвищення економічної родючості земель, виведення нових, високопродуктивних сортів рослин і порід тварин. Адже зростання ефективності та підвищення якості сільськогосподарського виробництва виражається в першу чергу в рівнях врожайності культур і продуктивності тварин. Тому на перший план висуваються комплексна механізація і автоматизація сільськогосподарського виробництва, селекція рослин і тварин, механізація і хімізація, прогресивні та економічні технології виробництва продукції.

Друга група – це особливості загальноекономічного характеру. До них відносяться вдосконалення розміщення сільськогосподарського виробництва з метою більш раціонального використання природних умов кожного економічного району країни.

Третя група – це особливості, що вимагають обліку питань соціально-економічного розвитку сільського господарства і ряду важливих сторін його відносин з державою, підприємствами і організаціями інших галузей народного господарства.

Кількість факторів і значущість кожного з них не є постійними величинами. У міру зміни виробничих умов і рівня життя сільського населення зростає значення одних із них та знижується значення інших. На сучасному етапі характерним є збільшення загальної кількості діючих факторів, у тому числі і тих, що лежать за межами безпосереднього виробництва. Кожен фактор є комплексним і, у свою чергу, включає декілька окремих факторів, що мають різний вплив на ефективність використання робочої сили.

УДК 330.341

Галан О.Є.<sup>1</sup>, Левченко Д.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ - 221с ЗНТУ

## АНАЛІЗ СТАНУ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Динаміка рівня життя населення є найбільш містким показником довгострокової ефективності соціально-економічної політики, яка здійснюється в державі. Саме зважаючи на це її моніторингу приділяється першорядна увага в основних міжнародних рейтингах. Так, найвідомішим і найбільш інтегрованим показником оцінки рівня та якості життя є Індекс людського розвитку (ІЛР), що розраховується ООН з 1990 року.

За показником СТЖ (68,5 роки) Україна посідає 120 місце, поступаючись всім без винятку країнам I групи (з дуже високим рівнем ЛР), 51 з 53 країн II групи (з високим рівнем ЛР) – виняток становлять РФ (68,0 року) і Казахстан (66,5 року), 19 з 42 країн III групи (із середнім рівнем ЛР), середньому показникові по Європі та Центральній Азії (71,3 року) і навіть середньому показникові світу (70,8 року).

За показником ФТН (11,3 року) Україна посідає 27 місце, поступаючись лише 23 з 49 країн I групи, лише 4 країнам II групи та середньому показникові по країнах I групи (11,7 року), істотно випереджаючи середній рівень по країнах II групи (8,1 року) і по країнах регіону ЄЦА (9,6 року).

За показником ОН (15,1 року) Україна посідає 45 місце, поступаючись 36 країнам I групи і 8 країнам II групи, істотно випереджаючи середній рівень по країнах II групи (13,4 року) і по країнах ЄЦА (13,6 року).

За часткою населення із принаймні середньою освітою (93,5 %) Україна посідає 21 місце, випереджаючи 31 країну з I групи, 51 країну з II групи, і навіть середній показник по I групі (86,9 %).

За показником ВВП в розрахунку на одну особу (8 215 дол. США за ПКС 2011 року) Україна посідає 105 місце і поступається всім 49 країнам I групи, 47 країнам II групи і навіть 8 країнам III групи, звісно, середньому показникові по країнах II групи (13 231 дол.), по регіону ЄЦА (12 415 дол.) і середньому показникові по світу (13 723 дол.).

Всупереч очікуванням в Україні – не такий вже високий рівень молодіжного безробіття (17,3 %, 47 місце); кращі результати спостерігаються в 19 країнах I групи, 12 країнах II групи і 16 країнах III групи. Цей показник – кращий за середній по країнах I групи (18,3 %), дещо гірший за показник II групи (16,2 %) і кращий за показник по регіону ЄЦА (19,2 %).

Освіта, культура, інтелектуальний потенціал є фундаментом людського розвитку та прогресу суспільства. Особливо зростає їх значення в наш час, коли на зміну індустріальному типу економічного зростання приходить гуманітарний, рушійними силами якого стають наукові знання, творчі та інтелектуальні здібності людини.

Основні напрямки державної політики щодо підвищення рівня людського розвитку повинні передбачати:

- розвиток системи охорони здоров'я та впровадження пріоритетів здорового способу життя;
- гармонізацію людського і природного середовища;
- заохочення народжуваності, підтримку та розвиток сім'ї;
- розвиток доступної та безперервної освіти;
- створення умов для гідної результативної праці; – підвищення добробуту населення через впровадження високих соціальних стандартів життя;

– забезпечення надання належних послуг соціальної сфери на основі її якісного удосконалення.

Як показало дослідження, для покращення стану людського розвитку необхідно здійснити ряд термінових заходів за наступними пріоритетними напрямками.

Для реформування системи освіти необхідно: створити єдиний освітній простір, удосконалити систему управління освітою; підвищити якість освіти; забезпечити доступність до якісної освіти, спадкоємність рівнів освіти (дошкільної, початкової, середньої, позашкільної, професійно-технічної, вищої, післядипломної, освіти протягом життя); підвищити ефективність фінансування освіти.

Для реформування медичної сфери необхідно: підвищити якість медичних послуг; підвищити доступність медичних послуг; поліпшити ефективність державного фінансування; створити стимули для здорового способу життя населення й здорових умов праці.

Здійснення реформ у бюджетній моделі фінансування охорони здоров'я України дозволить підготувати умови для переходу до страхової моделі (соціального медичного страхування).

Для реформи системи соціальної підтримки необхідно: посилити адресний характер надання соціальної підтримки; підвищити ефективність управлінських рішень у системі соціальної підтримки населення; запровадити стимули до економічно відповідальної поведінки одержувачів соціальної підтримки.

УДК 378.14

Галан О.Є.<sup>1</sup>, Ярецько О.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУз - 231с ЗНТУ

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Вивчення проблем мотивації трудової діяльності має як теоретичне, так і пряме практичне значення. Від того, як розуміє та чи інша людина свою трудову діяльність і якими мотивами вона керується, залежить її ставлення до роботи. Управління людьми та мотивація їх діяльності має важливе значення для всіх організацій – великих і малих, комерційних і некомерційних, промислових і діючих у сфері послуг. Мотивація тісно пов'язана з проблемою керування персоналом. Нові економічні відношення пред'являють нові вимоги до персоналу.



Формування мотиваційних засад передбачає створення гідних умов для здійснення управлінської діяльності, організацію і вдосконалення існуючих виробничих процесів з нижчим рівнем тягаря його праці при одночасному підвищенні її вмісту і різноманітності прийомів і методів виконання певних операцій, розвиток партнерства між членами колективу, формалізація внутрішніх традицій, звичаїв тощо. Це, своєю чергою, формує відповідну адекватну корпоративну культуру, метою якої є не лише покращення економічних показників результатів виробничо-господарської діяльності підприємства, але і розвиток творчих можливостей працівників.

Розробка механізмів удосконалення мотивації праці має подвійну природу: з однієї сторони, цей процес потребує пошуку фінансових джерел, резервів та формалізації організаційно-економічного інструментарію з метою забезпечення його ресурсної підтримки, що носить суто економічний характер, а з іншої – забезпечення ефективності розроблених заходів передбачає своєчасну ідентифікацію інтересів і стимулів персоналу, що надає процесу вдосконалення мотивації праці чітко вираженого психологічного характеру. Адже цілком закономірним є те, що одні й ті ж методи стимулювання праці не завжди будуть мати однакову ефективність в аспекті застосування до різних працівників підприємства. Вона визначається професійними здібностями конкретного працівника, його системою цінностей, світоглядом, досвідом, знаннями, ієрархією потреб та іншими чинниками. В контексті цього важливим є забезпечення дотримання максимального рівня індивідуалізації процесу мотивації. З огляду на це, доцільним є проведення періодичного анкетування персоналу, що має на меті чітку ідентифікацію його мотиваційних інтересів, стимулів і першочергових потреб для формалізації ефективного інструментарію їх задоволення.

З метою забезпечення підтримки процесу вдосконалення мотивації праці персоналу підприємства доцільною є реалізація таких організаційно-економічних заходів:

- проведення системної періодичної діагностики потреб, інтересів і стимулів працівників засобами анкетування, усного опитування та вивчення особистісних бажань працівника, ідентифікація ієрархії його потреб, організація обліку індивідуальних особливостей, виявлення тенденційних змін та параметрів їх розвитку на перспективу, формалізація кількісних та якісних характеристик потреб персоналу, проектування та тестування альтернативних шляхів їх задоволення;

- формування методичного забезпечення проведення об'єктивного оцінювання результатів діяльності персоналу на засадах використання

абсолютних і відносних показників, кількісних та якісних характеристик діяльності, встановлення індивідуальної та групової участі у формуванні кінцевих показників господарювання, застосування прогресивних методів нормування і хронометражу праці, диверсифікації джерел отримання виробничо-господарської інформації;

- забезпечення прозорості, публічності та громадського контролю за виділенням та використанням фінансових ресурсів, виділених на організацію мотиваційного процесу, шляхом представлення колективу детального звіту в розрізі окремих статей витрат;

- формування психологічних механізмів управління мотивами та стимулами працівників з метою їх структуризації та спрямування в пріоритетному напрямі, що дозволить забезпечити узгодження ресурсних можливостей мотиваційного бюджету підприємства з інтересами та потребами персоналу;

- поширення практики вивчення та впровадження зарубіжного досвіду мотивації праці персоналу в діяльність підприємств на засадах послідовного тестування, апробації та максимальної адаптації передових положень цього досвіду до вітчизняних умов господарювання з метою мінімізації ймовірності виникнення протидії до потенційних змін та забезпечення отримання максимально корисного ефекту від запровадження передових практик мотивування персоналу.

Отже, запропоновані напрями удосконалення системи мотивації персоналу забезпечать як і працівникам підприємств, так і самим підприємствам позитивний розвиток діяльності.

УДК 658.3.07

Гіль Л.А.<sup>1</sup>, Манашевська І.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> старш. викл. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУз - 231с ЗНТУ

### **УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА З ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ**

Як правило, штатний склад малих та середніх підприємств невеликий, і роботою з кадрами в них займаються один спеціаліст з кадрів та директор підприємства. Регламентується ця робота посадовими інструкціями цих посадових осіб. Але, звичайно, основне навантаження з кадрових питань припадає саме на менеджера з кадрів. Чи в змозі одна людина якісно

виконувати таку відповідальну та значну роботу? Так, може, але за умови, що робота професійно організована і упорядкована.

На основі спостережень за тим, як працює менеджер з персоналу, визначено, що він виконує реєстраційні функції, оформляючи трудові відносини і, таким чином, у спеціаліста з кадрів не вистачає часу на виконання наступних функцій:

- аналіз ринку робочої сили;
- планування найму робочої сили;
- аналіз трудових відносин;
- вивчення соціальної напруженості в колективі;
- адаптаційні процеси в колективі;
- коректування життєвих планів тих, що працюють;
- вивчення якості трудового життя тих, що працюють;
- вивчення морально-психологічного клімату в колективі;
- оцінка кадрів;
- планування внутрішньоорганізаційних переміщень;
- планування роботи своєї діяльності;
- вивчення умов праці і планування їх коректування;
- стратегічне планування;
- з'ясування ступеня невідповідності працівників займаному місцю і планування їх переміщення;
- складання особистих планів роботи.

З метою інформування адміністрації підприємства стосовно того, які і скільки кадрових питань доводиться вирішувати, доцільно ввести у практику роботи менеджера з кадрів представляти наступну інформацію (див. табл. 1):

Таблиця 1 – Інформація, яка необхідна для рішення кадрових питань

№ п/п	Найменування документа	Період оновлення відомостей
1	Кількість вакансій по підрозділам підприємства	Щоденно до 12.00
2	Список працюючих пенсіонерів	Щомісячно
3	Прогноз виходу співробітників на пенсію	Щомісячно, в перший день місяця
4	Прогноз травматизму та переходу на інвалідність	- "-
5	Середня вартість робочої сили на ринку праці по всім робочим посадам та оклади в організації	Щоквартально
6	Відомості про плинність кадрів	Щомісячно
7	Відомості про рівень дисципліни праці по підрозділам та по всій організації (порівняльна таблиця)	Щотижнево
8	Список робітників по підрозділам, які підлягають заміні або переміщенню	Щотижнево
9	План підвищення кваліфікації співробітників по відділам	Раз на півроку
10	Терміни підвищення кваліфікації кожним співробітником по підрозділам, список осіб, які знаходяться на навчанні з відривом від виробництва	Щомісячно
11	Відомості про кількість та суть пропозицій по покращенню організації праці	Раз в півріччя
12	Оцінка якості роботи кожного працівника по підрозділам в відсотковому виразі	Щомісячно
13	Аналіз соціально-психологічного клімату в підрозділах	Раз на півріччя

Таким чином, можна бути розраховувати на те, що упевнившись у тому, що менеджер з кадрів вирішує такі важливі завдання, керівництво зобов'язе працювати по кадровим питанням і керівників відділів, і юристів, і бухгалтерів, і інших спеціалістів підприємства.

Передбачається, що наслідками змін в роботі з кадрами стануть помітне підвищення якості праці, поліпшення економічних показників за рахунок поліпшення організації праці, розподілу праці.

## **ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Одним із напрямків покращення якості трудового життя є удосконалення мотивації трудової діяльності в організації. Це, в свою чергу, вимагає поліпшення організації праці, а саме – постановку цілей, розширення трудових функцій, збагачення праці, виробничу ротацію, застосування гнучких графіків.

З метою покращення якості трудового життя в організації доцільно використовувати метод «збагачення праці» Ф. Герцберга, який визначив, що 81% умов, що впливають на задоволеність трудовим життям, безпосередньо пов'язані з мотивуючими факторами.

Метод «збагачення праці» побудований на припущенні, що працівники повинні бути особисто зацікавлені в виконанні тієї чи іншої роботи. Для створення ситуації особистої зацікавленості необхідно, щоб будь-яка виконувана робота відповідала трьом таким вимогам:

1) робота має бути значущою, тобто працівник на підставі власної системи цінностей повинен розуміти важливість виконання саме цієї роботи;

2) передбачати певну частку відповідальності виконавців. Ступінь цієї відповідальності визначає інтерес працівника до роботи;

3) наявність зворотного зв'язку.

Згідно із цими вимогами пропонуються наступні технології «збагачення праці» в організації:

1) партисипативний менеджмент – технологія, яка користується великою популярністю і містить ряд заходів по розширенню участі рядових працівників у прийнятті управлінських рішень;

2) автономні робочі групи – бригадний метод роботи, при якому члени бригад наділяються як великими повноваженнями, так і великою відповідальністю за процес і результати спільної діяльності;

3) розширення посадових обов'язків та відповідальності, що веде не стільки до збільшення загального навантаження, скільки до більшої різноманітності виконуваних працівником дій;

4) ротація – зміна робочих місць і операцій протягом дня або тижня. Ця технологія не тільки розширює повноваження працівників, але і урізноманітнює характер виконуваної ними діяльності;

5) гнучкий робочий графік – вільний вибір часу початку і закінчення робочого дня, при якому задається загальний обсяг навантаження (в годинах

на тиждень), а рішення про те, коли працівник буде виконувати свої функції, залишається за ним;

6) періодичні професійні переміщення – робота однієї і тієї ж людини на різних посадах, в різних підрозділах або виконання нею функцій різних спеціальностей;

7) суміщення суміжних професій – оволодіння однією людиною навичками роботи за кількома спеціальностями посилює мотивацію працівника до пізнавальної діяльності, а професіонала – до самовдосконалення;

8) внутрішнє сумісництво – робота однієї людини на декількох робочих місцях;

9) компенсаційні методи – ускладнення ритмічного малюнка роботи (функціональна музика, виробнича гімнастика, реорганізація спілкування на робочих місцях).

Застосовуючи теорію Ф. Герцберга в управлінській практиці, потрібно враховувати, що для різних людей одні й ті ж фактори можуть бути мотивуючими і демотивуючими, і не існує чіткої залежності між задоволенням від роботи і збільшенням трудових зусиль, зростанням продуктивності праці.

Активізація мотивуючих факторів здатна забезпечити максимально можливу участь персоналу у справах організації: від прийняття самостійних і відповідальних рішень на своєму робочому місці до співучасті в інноваційних програмах компанії.

Збагачення праці повинно бути спрямоване на структурування трудової діяльності таким чином, щоб дати відчутти виконавцю складність і значимість дорученої йому справи, незалежність у виборі рішень, відсутність монотонності і рутинних операцій, відповідальність за дане завдання, відчуття того, що людина виконує окрему і повністю самостійну роботу.

УДК 658.3.07

Гіль Л.А.<sup>1</sup>, Сечина А.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> старш. викл. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-231с ЗНТУ

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ДОБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ДЕРЖАВНІЙ УСТАНОВІ**

Сучасний етап розвитку як вітчизняної, так і світової економіки, можна впевнено охарактеризувати як глобально кризовий. Управління економічними системами в кризовому стані вимагає не тільки докорінної

зміни багатьох процесів, а, насамперед, зміни концептуального підходу, точки зору на деякі економічні явища та процеси.

Не аби як гостро стоїть питання системи добору персоналу в державних установах, яка також не є досконалою. Про це свідчить стабільно висока плінність кадрів, в результаті якої знижується ефективність роботи всього державного управління в цілому, адже робоча сила – це специфічний товар, на якому базується безліч економічних механізмів.

Організація добору персоналу повинна вирішувати ряд питань:

- чіткої організаційної побудови роботи відділів кадрів і вибору найбільш раціональної форми організації роботи з документами;
- правильного розмежування функцій між окремими виконавцями і підрозділами по їхніх кваліфікаціях;
- правильного нормування праці працівників кадрових служб;
- постійного підвищення кваліфікації і культури роботи персоналу;
- раціональної організації робочих місць і забезпечення сприятливих умов праці.

За таких умов одним із способів удосконалення системи добору персоналу є впровадження посадових карт в практику управління персоналом державної установи, на підставі яких може проводитися аналіз зміни кадрів та оперативний облік державних службовців.

На сьогодні в установах використовується посадова картка – обліковий документ посадового характеру, який заповнюється на кожну посаду, яка входить в номенклатуру організації. Її ведуть для визначення частоти змінюваності кадрів по тій чи іншій посаді і більш детального вивчення причин небажання працівників заміщати дану посаду. Посадова картка має вигляд певної зведеної таблиці, у грифі якої зазначається посада, найменування підприємства, номер справи та код. Далі по кожному працівнику заповнюються такі дані:

1. Прізвище, ім'я, по батькові.
2. Наказ про зарахування.
3. Наказ про звільнення.
4. Примітка.

Але такий документ несе недостатньо інформації і про посаду і про вимоги до особистості, яка претендує на цю посаду. Впровадження саме посадової карти дозволить чітко визначити місце посади в організаційній структурі установи, охарактеризувати процес праці, функціональні обов'язки і завдання цієї посади, вимоги, які висуває посада до особистості спеціаліста, а також допоможе сформулювати чітке уявлення про значущість кожної окремої посади. Тому до посадової карти доцільно додати такі розділи як підпорядкування посади, «Освіта», «Необхідний (бажаний) досвід роботи», «Характеристика процесу праці», «Функціональні обов'язки», «Вимоги»

тощо. Формування посадової карти має ґрунтуватися на посадовій інструкції, а також корисно використовувати інформаційний матеріал з опису професії – професіограму. Крім того, обов'язковим є урахування особливостей установи, умов праці, організаційної культури.

Отже, посадову карту потрібно не тільки рекомендувати вести у державних установах, а зробити обов'язковою. Якщо автоматизувати та удосконалити систему ведення посадових карт, можна спростити облік кадрів, значно покращити весь процес добору персоналу та позитивно впливати на плінність кадрів.

УДК 331.214.7

Горбань С.Ф.<sup>1</sup>, Горпинич С.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. техн. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-211м ЗНТУ

## АНАЛІЗ РІВНЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ

В умовах економічної кризи, спаду виробництва, зниження продуктивності праці відбуваються проблема оплати праці є чи не найважливішою проблемою української економіки, адже саме рівень праці визначає базисні макроекономічні параметри, такі як стандарти соціального захисту, сукупний платоспроможний попит і темпи економічних трансформацій. Розмір заробітної плати є індикатором, що визначає загальний життєвий рівень працівників. Від її рівня, частки у валовому внутрішньому продукті залежить також розвиток економіки загалом. Достойна заробітна плата є основою добробуту працівника.

Так, використовуючи дані Державної служби статистики України, рівень заробітної плати можливо проаналізувати за наступними критеріями:

1) середньомісячна номінальна заробітна плата штатного працівника підприємств, установ, організацій. Так, у 2014 р. порівняно з 2013 р. цей показник збільшився на 6,0 % і становив 3 480 грн., що у 2,9 рази вище рівня мінімальної заробітної плати (1 218 грн.) [1, с. 158]. Серед чинників, що вплинули на зростання заробітної плати, слід зазначити, по-перше, підвищення рівня інфляції; по-друге, виплати, які пов'язані з індексацією заробітної плати.

Відмічено, що приріст заробітної плати у 2014 р. зафіксовано в усіх видах діяльності, як виробничих, зокрема у виробництві основних фармацевтичних продуктів та фармацевтичних препаратів (на 14,2 %), текстильному виробництві, виробництві одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів (на 12,9 %), металургійному виробництві, виробництві готових металевих виробів, крім машин і устаткування (на 12,8 %), сфери



послуг, а саме: наданні інших видів послуг (на 22,8 %), професійній, науковій та технічній діяльності (на 17,4 %), оптовій і роздрібній торгівлі; ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів (на 12,8 %), авіаційному транспорту (на 12,4 %), так і в установах та організаціях, що фінансуються переважно за рахунок бюджетних коштів (на 1,8–8,5 %): освіти, державного управління й оборони; обов'язкового соціального страхування, охорони здоров'я і мистецтва, спорту, розваг та відпочинку [1, с. 163].

Найвищу заробітну плату, у порівнянні з середнім рівнем по Україні, у 2014 р. отримували працівники підприємств м. Києва та Київської області, а також регіонів, де сконцентровані підприємства гірничо-металургійного комплексу: Донецької та Дніпропетровської областей. Найнижчі показники були у Чернігівській, Херсонській, Чернівецькій та Тернопільській областях [1, с. 161];

2) показник реальної заробітної плати (табл. 1), на який впливає індекс споживчих цін:

Таблиця 1 – Динаміка реальної заробітної плати у 2010–2014 рр. [1, с. 160]

Рік	Індекс реальної заробітної плати, %		
	грудень до грудня попереднього року	до попереднього року	2014 р. до відповідного року
2010	110,5	110,2	125,8
2011	111,0	108,7	115,7
2012	111,1	114,4	101,2
2013	106,7	108,2	93,5
2014	86,4	93,5	-

Отже, виходячи з даних табл. 1 видно, що в Україні спостерігається зниження темпів зростання реальної заробітної плати, особливе занепокоєння викликає 2014 р., коли вперше за 5 років спостерігалось суттєве зниження показника до попереднього року. Такий результат спричинений переважно галопуючим зростанням цін, а точніше невідповідністю між зростанням цін і зарплати.

Зниження темпів зростання реальної заробітної плати – негативна тенденція, бо призводить не до поліпшення рівня життя, а до стагнації чи навіть погіршення. При показнику темпу зростання менше 100 %, спостерігається зниження рівня добробуту населення по відношенню до попереднього року, тобто зменшується кількість товарів та послуг, які реально придбати на отримані за роботу кошти.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Статистичний збірник «Квартальні розрахунки валового внутрішнього продукту України за 2001–2013 роки / За ред. І.М. Нікітіної. – К., 2014. – 168 с.

УДК 331.658

Горбань С.Ф.<sup>1</sup>, Єфіменко Д.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. техн. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-211м ЗНТУ

## УПРАВЛІННЯ СТИМУЛЮВАННЯМ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

На протязі ХХ ст. у світі сформувалась умовна класифікація методів мотивації праці: американська, європейська та японська. Кожна з цих моделей має свої національні особливості та особисті підходи до мотивації персоналу на підприємствах. В даний час проводяться широкі порівняльні дослідження японської, американської та західноєвропейської системи управління, спрямовані на виявлення причин високої ефективності кожної системи управління і визначення умов інтеграції їх в іншій економічній системі. Між названими системами існують значні розбіжності, що пов'язані з особливостями національних культур.

В економіці України разом із процесами економічного росту і відносною стабілізації, позначився істотний перелом у сфері керування персоналом. Державні, приватні, корпоративні підприємства на практиці відчули, що розвиток і успіх ринкових відносин неможливий без пошуку нових сучасних форм мотивації і стимулювання праці, які нині використовують закордонні компанії. В даний час у багатьох країнах Західної Європи, США і Японії мотиваційні аспекти управління персоналом набули великого значення, і ці методи і досвід мотивації можуть бути з успіхом перенесені в Україну.

Тому доцільно дослідити американський, європейський та японський досвід з мотивації персоналу з метою виявлення і впровадження найбільш ефективних методів у вітчизняних підприємствах.

Так, мотиваційна система США відрізняється цілеспрямованим характером формування мотивів трудової діяльності. Пріоритетним напрямом розвитку стратегічної політики підприємства при цьому визначено постійне вдосконалення мотиваційного механізму. В даному випадку важливе значення відводиться поліпшенню матеріального стимулювання, виявленню різноманітних видів стимулів з метою найповнішого задоволення потреб працюючих. На підприємствах американського типу має місце підвищення розмірів оплати праці при наданні переважного значення

кваліфікаційному рівню працівника, що відображає характер освіти, кількість освоєних спеціальностей. При цьому приділяється велика увага персональній відповідності.

В Японії прийнято свою власну модель мотивації трудової активності робітників, з урахуванням національного характеру. Як ключовий компонент динамічного розвитку розглядається людський фактор. Основою мотивації праці є гармонізація між працею і капіталом.

Японський стиль управління базується на переконанні, а не на примусі робітників. Начальник не виділяє себе з маси підлеглих, його завдання – не керувати роботою, яку виконують інші, а сприяти взаємодії співробітників, надавати їм необхідну підтримку і допомогу, формувати гармонійні міжособистісні відносини, так званий «менталітет зрівнялівки». Цей феномен визначає ряд аспектів трудової мотивації в Японії.

Кожна японська фірма має власну корпоративну філософію, акцент в якій наголошується на таких поняттях, як щирість, гармонія, які співробітництво з суміжниками і клієнтами, внесок до поліпшення життя товариства. Відповідно до корпоративної філософії, керівник і робітник (постійний) із однаковою мірою є членами фірми, і взаємовідносини між ними будуються як між членами родини. Трудове життя в суспільній свідомості рівноцінно особистому; індивідуальному виживанню і розвитку людини, що залежить від виживання і розвитку підприємства. За цих умов робітник ототожнює себе зі своєю фірмою і готовий розділити її долю.

Основними складовими мотивації праці в Японії є: система довічного найму; неформальні міжособистісні стосунки співробітників; колективізм у роботі; ротація кадрів; корпоративна філософія; трудова мораль. Усі складові елементи діють у комплексі, що посилює загальну трудову активність людини, що є позитивним досвідом у світовій практиці. Зазначені фактори могли б бути використані і на українських підприємствах, проте кожний з них вимагає специфічної попередньої підготовки, як людини, так і зовнішнього середовища, в якому вона працює.

Вищими мотиваційними цілями управлінської політики багатьох європейських фірм є: зміцнення почуття спільності працівників фірми, виховання кадрів у дусі партнерства; налагодження прямих неформальних контактів; сприяння розвитку і індивідуальних навичок працівників, ініціативи, творчих засад; відповідність цілей працівників до цілей підприємства.

Особливе значення має облаштування робочого місця, створення виробничої атмосфери, гуманізація умов праці (чергування видів роботи, зміна фізичних і психологічних навантажень, ергономіка).

## ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ КОМПАНІЇ

Жодна система управління не працюватиме з максимальною ефективністю, якщо вона не включатиме діючу систему мотивації. Мотивований персонал це запорука успішної роботи і поступальної ходи організації у напрямі реалізації її стратегії та зміцнення її положення на ринку в цілому. Формування системи стимулів, які спонукають кожного окремого співробітника працювати з найбільшою віддачою, є одним з найскладніших і трудомістких завдань керівника. Не можна забувати про те, що від вибраної менеджментом системи мотивування багато в чому залежить і те, в якому ступені будуть досягнуті цілі організації. Питання найчастіше стоїть лише в тому, як знайти правильне співвідношення матеріального і нематеріального мотивування персоналу, адже саме їх збалансована система дозволяє не лише зберегти лояльність і ефективність роботи співробітників, але і скоротити витрати, понизити опір при змінах і нововведеннях, добитися реалізації стратегії фірми.

Проблемам мотивації праці присвятили свої наукові роботи такі відомі вчені, як: А. Маслоу, Д. Мак-Грегор, А.М. Колот, С. Занюк, Н. Самоукіна, Г.В. Іванченко, Н.І. Скларук, Л.І. Шваб та інші. Незважаючи на потужний науковий доробок вітчизняних та зарубіжних авторів залишаються недостатньо розробленими питання співвідношення матеріального і нематеріального стимулювання персоналу, формування збалансованої системи мотивування, врахування протиріч, що виникають при побудові системи мотивації.

У найзагальнішому вигляді мотивація це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, задають межі й форми діяльності і надають цій діяльності спрямованість, орієнтовану на досягнення певної мети. Вплив мотивації на поведінку людини залежить від безлічі чинників, цей вплив індивідуалізований і може мінятися під впливом зворотного зв'язку з боку діяльності людини. У житті людини мотивація чинить дію на такі характеристики діяльності, як: зусилля, старання, наполегливість, сумлінність, націленість.

Наявність мотивованих співробітників дозволяє компанії понизити витрати на управління: мотивовані співробітники самі шукають роботу, а не чекають вказівки керівника; потрібно менше контролю над якістю виконуваних робіт; оптимізація роботи здійснюється самими співробітниками; на внутрішню безпеку. Ефективна система мотивації дає

можливість швидше досягти мету компанії: мотивовані менеджери вживатимуть для цього усі заходи; вимагається менше часу для переконання персоналу в необхідності досягнення мети; мотивовані співробітники вважають себе частиною компанії і мети компанії це їх мети; співробітникам легко і швидко можна пояснити необхідність змін і нововведень.

Пропонуємо виділити наступні принципи побудови системи стимулювання: відповідність корпоративній культурі; реалістичність; прозорість; логічність і збалансованість; динамічність і гнучкість; системність побудови; відповідність очікуванням співробітників; націленість на певний результат; впровадження тільки з професійних позицій.

Розглянемо їх детальніше. Реалістичність – потрібно бути точно упевненим, що схема стимулювання потрібна компанії на цьому етапі розвитку і що ви маєте в розпорядженні достатнім бюджетом для її реалізації. Прозорість – система має бути зрозумілою і справедливою. Логічність – система повинна дозволити логічно балансувати рівні заохочення для різних посад. Динамічність – система мотивації повинна мати можливість відносити коригування в особисті схеми стимулювання, при цьому зберігаючи загальну структуру системи. Системність побудови – система повинна охоплювати усі рівні компанії, усі посади і мати єдині принципи побудови для усіх. Відповідність очікуванням співробітників – при розробці системи необхідно врахувати консolidовану думку співробітників різних рівнів, проаналізувати склад структури персоналу, сформулювати необхідні очікування. Націленість на певний результат – система повинна підтримувати стратегію і цілі компанії. Впровадження тільки з професійних позицій – відсутність професіоналізму може зіпсувати навіть ту схему, яка являється для компанії своєчасною, необхідною і важливою.

При побудові такої системи завжди треба пам'ятати про те, що система стимулювання повинна дозволити раціонально балансувати рівні стимулювання для різних посад, охоплювати усі рівні компанії, усі посади і мати єдині принципи побудови для усіх, при цьому зберігаючи загальну структуру системи і, безумовно, підтримуючи стратегію і цілі компанії. Відсутність професіоналізму може зіпсувати навіть ту схему, яка для компанії є своєчасною, необхідною і особливо значимою. Треба пам'ятати, що мотивація – це тонкий інструмент, і зворотний ефект неправильно впровадженої системи може у багато разів перевершити можливий позитивний ефект.

## ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО ЧАСУ ПЕРСОНАЛУ

В умовах сьогодення майже всі трудові операції відрізняються своєю багатогранністю, складністю та творчим підходом, тому без раціональної системи управління часом успішно виконувати роботу неможливо. Саме тому актуалізується необхідність у визначенні місця та ролі технології тайм-менеджменту у системі організації робочого часу персоналу вітчизняних організацій.

Використання тайм-менеджменту розглядали та досліджували такі науковці, як: С. Кові, Б. Трейсі, Г. Захаренко, Г. Архангельський та ін.

Метою роботи є узагальнення положень щодо використання тайм-менеджменту як технології ефективної організації робочого часу персоналу.

Представимо поняття «тайм-менеджменту» та сфери його застосування у таблиці 1.

Таблиця 1 – Морфологічний аналіз поняття «тайм-менеджменту»

Автори	Визначення	Рівень використання
Г. А. Архангельський [1]	Тайм-менеджмент – це система, спрямована на узгодження своїх дій, наука про те, як спланувати чіткий графік роботи і життя в день, тиждень, місяць, рік із метою його оптимізації	Якщо розглядати для колективу, то – на мікрорівні, якщо для всього підприємства – то на макрорівні
П. Берд [2]	Тайм-менеджмент – це технологія організації часу і підвищення ефективності його використання	Автор розглядає поняття в загальному розумінні, на макрорівні
Б. Трейсі [3]	Тайм-менеджмент – це вміння ефективно управляти і контролювати свій особистий час	Автор досить вузько розглядає дану категорію, тільки на мікрорівні
Н. А. Сидорова [4]	Тайм-менеджмент – мистецтво управління власним часом	Також розглядається вузько стосовно використання особистого часу
С. Кові [5]	Тайм-менеджмент – це система управління часом, яка включає ряд елементів, які у сукупності дають скорочення часу, необхідного для здійснення виробничих процесів	Автор розглядає визначення на рівні всієї організації та виробничого процесу

Тайм-менеджмент як технологію ефективної організації робочого часу персоналу можна представити у такій послідовності:

1. Самостійна робота (робота над собою).
2. Індивідуальність рішення.
3. Необхідність відстежування власної ефективності.
4. Мислення, спрямоване на ефективність.
5. Досяжність і невичерпність резервів ефективності.

На рисунку 1 на основі вивчення джерел запропоновано шість основних процесів в управлінні часом персоналу вітчизняних організацій.

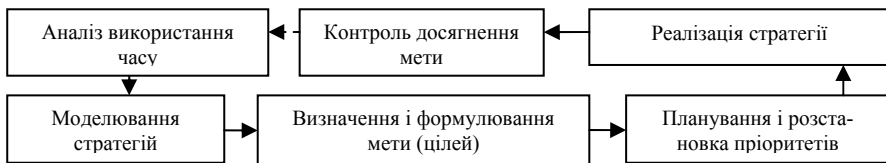


Рисунок 1 – Послідовність процесів управління робочим часом персоналу організації за технологією тайм-менеджменту

Таким чином, тайм-менеджмент потрібен для того, щоб тверезо оцінювати свої цілі і, зіставляючи їх зі своїми реальними можливостями, адже грамотно керуючи робочим часом персоналу, будь-яке підприємство зможе істотно підвищити свою ефективність.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Архангельский Г.А. Тайм-менеджмент: учеб. пособ. для вузов / Г.А. Архангельский, С.В. Бехтерев; под ред. Г.А. Архангельского. – М.: Маркет ДС, 2010. – 288 с.
2. Берд П. Тайм-менеджмент. Планирование контроля времени / П. Берд; пер. с англ. Д. Ткаченко. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2009. – 291 с.
3. Трейси Б. Результативный тайм-менеджмент: эффективная методика управления собственным временем / Б. Трейси; [пер. с англ. А. Евтеева]. – М.: СмартБук, 2008. – 79 с.
4. Сидорова Н.А. Тайм-менеджмент / Н.А. Сидорова, Е.Б. Анисинкова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. – 220 с.
5. Стивен Р. Кови Семь навыков высокоэффективных людей / Р. Кови Стивен. – М.: Попурри, 2009. – 432 с.
6. Майсюра О.М. Про ефективність використання особистого часу (до питання тайм-менеджменту) / О.М. Майсюра // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 2 (104). – С. 196–200.

## **МОТИВАЦІЯ ІННОВАЦІЙНО АКТИВНОГО ПЕРСОНАЛУ**

Інноваційний розвиток економіки країни неможливий без формування якісного кадрового потенціалу та ефективності його використання. Основою розвитку підприємств є використання інноваційної праці, яка являє собою трудову діяльність з високою часткою інтелектуальної, наукової, творчої компоненти і яка здатна задовольняти суспільні потреби з більш корисним ефектом.

Мотивація персоналу тісно переплітається з прийняттям управлінських рішень, керуванням підприємством загалом. Сучасний виробничий процес вимагає від працівника більшої відповідальності, старанності, творчого ставлення до роботи. Складність стимулювання й управління такими діями обумовлює необхідність вивчення мотиваційного процесу, розуміння сутності, змісту і логіки якого сприяє активізації високопродуктивної праці, максимальному задоволенню потреб працівників, розвитку їхнього творчого потенціалу, який можна плідно застосувати в інтересах підприємства.

Висока продуктивність і разом з тим великі прибутки можливі на підприємстві за умови ефективної мотивації працівників, ми живемо в 21 столітті, то ще одним важливим фактором ефективності буде слугувати мотивація інноваційно активного персоналу.

Без інновацій не можливо розвивати роботу підприємства і тим паче роботу самого персоналу. Тому постає важливим завданням керівництва щодо мотивації інноваційно активного персоналу.

В інноваційній діяльності виділяють ключову функцію – генерація ідей. Персонал єдиний з усіх факторів виробництва що несе в собі творчу складову.

Суб'єктами інноваційної праці є працівники, які здатні створювати нові знання і активно їх використовувати, адже результатом такої роботи є нові ідеї, образи, що визначається, перш за все, творчими здібностями до певного виду діяльності, активністю людини, умовами реалізації цих здібностей в суспільстві.

Керівництво повинно оцінювати вклад кожного працівника в інноваційну діяльність підприємства, адже певна з ідей може принести як розвиток самого підприємств, так і збільшення доходів. Створення умов, за яких працівники будуть проявляти ініціативу до інноваційних пропозицій – головне завдання менеджерів на підприємстві.

Прагнення персоналу до інновацій забезпечується належним рівнем організації менеджменту персоналу, системи заохочення і стимулювання працівників.

Структури мотиваційного механізму інноваційної діяльності на підприємствах різноманітні залежно від умов і характеру виконуваних робіт.



Система стимулювання на підприємстві формується за такими ознаками: прийнята концепція мотивації учасників, способи винагороди, форма стимулювання праці та види використовуваних оцінок його результатів. Серед них однією з найважливіших є матеріальна зацікавленість. Для того щоб матеріальна зацікавленість стала мотивацією участі в інноваціях, розмір винагороди має співвідноситися з результативністю праці і тим самим стимулювати її.

Особливо матеріальна зацікавленість є характерною саме для України. Для працівників матеріальна мотивація є головною з причини того що ситуація, що склалась в українській економіці спонукає ставити в пріоритет саме матеріальне забезпечення, адже саме матеріальна винагорода може поліпшити добробут людини та задовольнити її соціальні потреби.

Для ефективного використання інтелектуального потенціалу працівників підприємств необхідний комплексний підхід до проблеми економічного стимулювання їхньої творчої діяльності та процесу використання їхніх ідей.

Винагорода, як складовий елемент мотиваційного механізму, як матеріальне або морально-психологічне втілення оцінки результатів роботи колективу (робітника), завершує цикл усього процесу мотивації праці та є втіленням задоволення матеріальних або моральних потреб.

Для ефективного використання інтелектуального потенціалу працівників підприємств необхідний комплексний підхід до проблеми економічного стимулювання їхньої творчої діяльності та процесу використання їхніх ідей.

В умовах ринкової економіки України підприємства мають звертати увагу щодо залучення та впровадження інноваційних ідей, а також ознайомлюватись з ідеями інноваційно активного персоналу, адже інноваційні кадри є джерелом конкурентних переваг країни, які здатні своєю інтелектуальною працею забезпечити економічне зростання всього господарського комплексу.

УДК 330.341.1

Карпенко А.В.<sup>1</sup>, Бойко І.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-224 ЗНТУ

## **ВАЖЛИВІСТЬ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ**

У сучасних умовах глобалізаційних процесів, постійного розвитку науково-технічного прогресу, основним чинником забезпечення конкурентоспроможності країни у довгостроковій перспективі стає наявність ефективної національної інноваційної системи (НІС) країни, визначення її стратегії і розвитку.

Поява терміна та ідеї «національної інноваційної системи» зумовлена науковими розробками таких авторів як К. Фрімен, Б.-А. Лундвалл, Р.Р. Нельсон. З другої половини ХХ ст. це поняття набуло широкої популяризації в наукових дослідженнях багатьох вчених. На нашу думку, під поняттям «національна інноваційна система» слід розуміти сукупність взаємопов'язаних інститутів, які сприяють генеруванню, накопиченню та перетворенню знань у покращення якостей продукції, створення нової техніки та технологій, що визначає рівень інноваційної конкурентоспроможності країни.

НІС являє собою мережу установ у державному та приватному секторах, яка ініціює діяльність і взаємодію, імпорт, модифікацію і дифузії нових технологій. Ефективність функціонування НІС залежить від внутрішнього та зовнішнього середовища і визначається станом функціонування кожного компоненту даної системи.

У сучасних умовах ключова роль у формуванні НІС належить державі, оскільки вона встановлює стратегічні цілі її розвитку та функціонування і забезпечує її ресурсну підтримку через формування та реалізацію інноваційної політики. Тобто НІС виступає об'єктом державної інноваційної політики. Відповідно найважливішим завданням державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсоощадних технологій, виробництва та реалізації нових видів продукції. Реалізація інноваційної політики направлена на забезпечення інноваційної перебудови структури економіки, нормативно-правового забезпечення та створення сприятливого середовища для високотехнологічних галузей виробництва, становлення й розвитку інноваційної інфраструктури.

Розбудова НІС в сучасних умовах все більше орієнтована на трансформацію знань, оскільки саме знання забезпечують якісну зміну виробництва, використання ресурсів, створення нового споживчого попиту тощо. Тобто вона передбачає створення умов для підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможності товаровиробників шляхом технологічної модернізації національної економіки, підвищення рівня їх інноваційної активності, виробництва інноваційної продукції, застосування передових технологій тощо.

Як підсистема економіки НІС фокусується на генерації змін в економічній системі шляхом придбання, виробництва та розповсюдження нових знань. Основне завдання НІС – вносити вклад у створення приросту і зайнятості за допомогою виробництва знань, які особливо корисні для модернізації та оновлення процесів, систем виробництва продукції та послуг. Тому НІС визначає загальна інноваційну ефективність економіки не лише

забезпечуючи ефективність окремих суб'єктів інноваційного процесу, а й формуючи характер та інтенсивність їх взаємодії в процесі створення і поширення нових знань, механізму управління інноваційними процесами. Відповідно ефективність НІС визначається рівнем взаємодії університетів, дослідницьких інститутів, науково-дослідних та дослідно-конструкторських відділів компаній, центрів трансферу технологій, інститутів стандартизації, патентних агентств та урядових установ, які приймають безпосередню участь в реалізації таких функцій: придбання знань, виробництво знань, поширення знань, упорядкування та стандартизація знань, застосування знань та управління знаннями, поширення високопродуктивних технологій у виробничій практиці малих і середніх підприємств, мобільність персоналу між державним та приватним секторами.

Отже, на нашу думку, НІС являє собою сукупність взаємопов'язаних інститутів, які сприяють генеруванню, накопиченню та перетворенню знань у покращення якостей продукції, створення нової техніки та технологій. Вона характеризується як відкрита система, яка тісно пов'язана з іншими системами національної економіки та забезпечує трансформацію знань і модернізацію системи виробництва для розробки нового продукту, технологічного процесу, послуг або інших соціальних інновацій. Ефективне здійснення модернізації залежить від вхідних даних інших підсистем економіки, таких як фінансова система, ринок праці або система виробничих відносин, а також від підтримки інших підсистем суспільства, включаючи систему освіти, науки, законодавчу або культурну системи. Це доводить, що, для того щоб поліпшити інновативність країни, важливо застосовувати холістичний (цілісний) підхід, який не обмежується системою інновацій. Також невід'ємною складовою формування та розвитку НІС є врахування зарубіжного досвіду побудови даних систем.

УДК 658.3.07

Карпенко А.В.<sup>1</sup>, Гіль А.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-211м ЗНТУ

## **УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ПРОФЕСІЙНОГО ВІДБОРУ ОПЕРАТОРІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Характерною особливістю науково-технічного прогресу на сучасному етапі є створення автоматизованих систем управління на основі впровадження

систем «людина-машина», які включають людину-оператора (групу операторів) і сукупність технічних засобів, за допомогою яких здійснюється трудова діяльність. Незалежно від рівня автоматизації системи «людина-машина» основною ланкою є людина, яка ставить мету, планує, направляє і контролює весь процес її функціонування.

До взаємодії людини і технічних засобів ставляться підвищені вимоги, що вимагає пристосування людини до машини. Тим більше, коли оператор одночасно взаємодіє не тільки із машиною, але і з людиною-клієнтом, якій надає послуги. Керування великою кількістю об'єктів і параметрів зумовлює значні навантаження на нервово-психічні функції і потребує вивчення наступних психологічних характеристик працівника:

- характеристика різних видів сприйняття інформації у професійній діяльності: точність і гострота зорового і слухового сприйняття; точність тактильних і рухових відчуттів і сприйняття; правильне сприймання статичних і рухомих об'єктів, рівновага тощо;

- моторні (рухові) дії: сила, точність, швидкість, темп, ритм, координація рухів, швидкість реакцій;

- інтелектуальна сфера: особливості уваги (стійкість, зосередженість чи розподіл, об'єм уваги); особливості пам'яті (короткочасна, тривала, оперативна, слухова, зорова, рухова); мислення: репродуктивне чи творче, образне чи словесно-логічне, практичне, оперативне; вирішення оперативних завдань, контроль;

- емоційно-вольові якості: витривалість (психічна і фізична); рівноваженість (спокій у спілкуванні з людьми, стриманість, зібраність); рішучість, впевненість у собі, здатність до ризику;

- ділові якості: ініціативність, допитливість, енергійність, самостійність, організованість, дисциплінованість, відповідальність, принциповість, комунікабельність, правильна самооцінка;

- моральні якості особистості: справедливість, чесність, чуйність, турботливе і уважне ставлення до людей, доброзичливість, сумлінність;

- вплив професії на загальний культурний рівень, на формування сенсомоторної діяльності, розумових здібностей і характер.

Пропонується також профіль вимог до посади оператора (табл. 1).

Таблиця 1 – Профіль вимог до посади оператора

Психічна якість	Рівень розвитку				
	1	2	3	4	5
Інтерес до професії				R	D
Концентрація уваги				R	D
Розподіл уваги				R	D
Переключення уваги				R	D
Наочно-образна пам'ять			R	D	
Оперативна пам'ять			R	D	
Загальний інтелект			R	D	
Уміння аналізувати проблеми			R	D	
Здатність до прийняття рішень			R	D	
Точність і швидкість рухів			R	D	
Емоційна стабільність					R
<u>Стресостійкість</u>				R	D
Наполегливість, терплячість				R	D
Спрямованість на клієнта				R	D
Дисциплінованість				R	D
Відповідальність					R
Організованість				R	D
Акуратність				R	D
Ввічливість, тактовність					R
Чітка і правильна мова					R
Працездатність				R	D
Уміння організувати власну працю			R	D	
Готовність до навчання				R	D
D	Бажані ( <u>desired level</u> ) значення якостей особистості				
R	Необхідні ( <u>required level</u> ) значення якостей особистості				

## **ЗАЙНЯТІСТЬ У СФЕРІ ОСВІТИ В УКРАЇНІ**

Розвиток нових знань та технологій виокремлюють освіту у найбільш важливу та впливову сферу економіки, яка спрямована на забезпечення якісного рівня життя суспільства та людини. Загальним проявом таких тенденцій у сучасному світі є збільшення зайнятих у науковій та освітній сферах, зростання інвестицій як за рахунок бюджетного так і позабюджетного фінансування, пріоритетний розвиток матеріально-технічної бази освіти і науки. Нажаль, ці тенденції не мають розвитку в економіці України. Проте питання стосовно зайнятості у сфері освіти є дуже актуальним в умовах нашої країни, адже глибока економічна криза посилюється через погіршення якості освіти, що призводить до зменшення сукупного трудового та інтелектуального потенціалу України.

Зайнятість – це сукупність соціально-економічних відносин між людьми з метою забезпечення працездатного населення робочими місцями, пов'язана з формуванням, розподілом і перерозподілом трудових ресурсів для участі в суспільно корисній праці та забезпечення розширеного відтворення робочої сили [1].

Трудовий потенціал – це сукупність характеристик людини, які формуються в результаті матеріальних і духовних вкладень (здоров'я, інтелект, творчі здібності, освіта, професіоналізм, моральність, активність, організованість тощо) [2].

Науковці по-різному підходять до визначення компонентів трудового потенціалу, але всі збігаються у тому, що освіта є одним із головних компонентів.

Наразі в Україні існує безліч проблем у сфері освіти, а саме: невідповідність структури підготовки спеціалістів реальним потребам ринку праці, зниження якості освіти на всіх рівнях, корупція в системі вищої освіти, відірваність від наукових досліджень, повільні темпи інтеграції в європейський і світовий інтелектуальний простір. Проте серед цих проблем одну із провідних ролей займає зайнятість.

У 2014 році у галузі освіти було зайнято 1 587,7 тис. осіб, що складає 8,8 % усього зайнятого населення. У період з 2012 по 2014 рік кількість зайнятих у сфері освіти в Україні зменшилась на 3,9 %. Така ситуація

частково пояснюється тим, що офіційні дані вказані без врахування зайнятих на тимчасово окупованій території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя, але основна проблема пов'язана із низьким престижем в нашій країні професій вчителів та викладачів, із низьким рівнем оплати праці та незацікавленістю молоді у підвищенні благоустрою нашої країни.

У 2014 році середньомісячна заробітна плата працівника, зайнятого у галузі освіти складала 2 745 грн., що на 21,1 % менше, ніж середня заробітна платня по Україні, яка складала 3 480 грн.

Реалії нашої країни такі, що у структурі зайнятості у сфері освіти переважають працівники старше 40 років, методи та підходи до навчання яких здебільшого не відповідають вимогам сучасного світу. Такі вчителі та викладачі не можуть зацікавити своїх учнів, що призводить до погіршення якості освіти.

Що стосується молоді, зайнятої у сфері освіти, то переважна більшість таких вчителів та викладачів працює не за покликанням і бажанням навчати підрастаюче покоління, а через легкість вступу до педагогічних коледжів та університетів і невелику конкуренцію на ринку праці у цій сфері.

На нашу думку, для подолання проблеми зайнятості в галузі освіти в Україні необхідно:

- збільшити фінансування та покращити стан матеріально-технічного забезпечення навчальних закладів;
- підвищувати престижність таких професій як вчитель та викладач шляхом застосування соціальної реклами для формування позитивного образу педагога; зменшити «паперове навантаження» на викладачів; покращити соціальний пакет робітника освітньої сфери;
- підвищити заробітну плату робітникам сфери освіти та прагнути до світових стандартів у питанні оплати праці;
- активізувати профорієнтаційну роботу серед випускників загальноосвітніх закладів для залучення молоді до освітньої сфери.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Стельмашук А.М. Державне регулювання економіки : навчальний посібник / А.М. Стельмашук. – Тернопіль: ТАНГ, 2000. – 315 с.
2. Гриньова В.М. Економіка праці та соціально-трудова відносини : навчальний посібник / В.М. Гриньова, Г.Ю. Шульга. – К.: Знання, 2010. – 310 с.

## **ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В сучасних умовах глобалізації ключовою категорією стає людина та її емоційна складова. Адже від стресостійкості та сильного бойового духу кожного робітника залежить продуктивність праці і успішність компанії в цілому. Сутність кожної людини розкривається тільки в зв'язках з іншими людьми і реалізовується у формах колективної взаємодії, у процесах спілкування [1, с. 42]. Від настрою кожного конкретного співробітника залежить сприятливий соціально-психологічний клімат колективу в цілому, а за таких умов працівники стають більш продуктивними, вмотивованими. Переживання взаємин відбивається на настроях, викликає поліпшення або погіршення психологічного самопочуття людини. Саме самооцінка, самопочуття і настрої, як соціально-психологічні явища, цілісна реакція на вплив мікросередовища і всього комплексу умов діяльності людини в колективі, виступають суб'єктивними формами прояву соціально-психологічного клімату й визначають продуктивність, якість та інтенсивність праці [2, с. 338–360].

Для успішної реалізації стратегії організаційного розвитку підприємств необхідною умовою є постійний аналіз стану СПК та впровадження заходів, щодо його покращення. Успішність виконання покладених завдань визначається психологічною підготовкою кожного працівника, рівнем колективної мотивації до взаємодії та спільної діяльності, оптимальним стилем управління.

Для характеристики соціально-психологічного клімату у колективі підприємств, на нашу думку, слід комплексно використовувати такі методи оцінки соціально-психологічного клімату[3, с. 83–91; 4]:

– анкетування – є досить об'єктивним, хоча потребує значних затрат часу для отримання результатів, дає можливість вивчити соціальне середовище, соціальні зв'язки, дає повну інформацію по кожному працівнику окремо;

– визначення рівня професійного вигорання за В.В. Бойко, який дає уяву про ступінь стомленості конкретного працівника і колективу в цілому, дозволяє формувати найефективніший стиль керівництва в залежності від конкретної ситуації;



– опитувач SACS С. Хобфолла, що допомагає визначити стратегію подолання людиною стресових ситуацій, прогнозувати поведінку працівника в ній та дає змогу отримувати «очікувані» реакції;

– формувати ефективну команду в цілому і для кожного конкретного завдання, підвищити взаємодію працівників між собою.

Таким чином, використовуючи систематизовану інформацію по кожному працівнику за допомогою методики С. Хобфолла, анкетування, тестів В.В. Бойко та Р.М. Белбіна можемо розуміти процент негативу в колективі та наскільки конкретний працівник буде передавати його в колектив. Також, оскільки, на сьогоднішній день перспективні фірми віддають перевагу «виращуванню» робітників у своїх організаціях, знаючи повну інформацію про кожного працівника, його стресостійкість, рівень втомленості конкретною специфікою роботи та реакції на стресові ситуації взагалі значно легше формувати кадровий потенціал фірми та її стратегічний розвиток.

Отже, оцінюючи стан соціально-психологічного клімату колективу і кожного працівника окремо можемо впливати на продуктивність підприємства шляхом дієвої мотивації, усунення негативного впливу окремих працівників на персонал в цілому. Це сприятиме формуванню сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі та більш продуктивному виконанню поставлених цілей. Таким чином, маємо злагоджену роботу підприємства з меншим рівнем фінансових затрат. У вмотивованого працівника, що працює в комфортному емоційному середовищі значно менше причин пошуку іншого місця роботи і значно більше ентузіазму, тобто він більш продуктивний.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Журавлев И.В. Феномен отчуждения: стратегия концептуализации и исследования / И.В. Журавлев, А.Ш. Тхостов // Психологический журнал. – 2002. – № 5 (23). – С. 42–48.
2. Лютенс Ф. Организационное поведение : учебник для ВУЗов / Фред Лютенс. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 691 с.
3. Голдсмит Д. Эффективные методы раскрытия потенциала сотрудников / Джоан Голдсмит, Кеннет Клок. – М.: Претекст. – 2006. – 378 с.
4. Красовский Ю.Д. Управление поведением в фирме: эффекты и парадоксы: практическое пособие / Ю.Д. Красовский. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 368 с.

## КОНКУРЕНЦІЯ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

В сучасному глобалізованому світі особлива роль належить інноваційним процесам, які все більше набувають свого поширення, охоплюють різні сфери життя. Ринок насичений великою кількістю новітніх розробок, проте частка успішних в умовах жорсткої конкуренції є набагато нижчою. Саме тому зростає актуальність дослідження конкуренції в умовах інноваційного розвитку, яка стала необхідною умовою для появи, існування та виживання новітніх досягнень техніки і технологій.

Конкуренція визначається як економічний процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби між виступаючими на ринку підприємствами з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців [1].

Засновником теоретико-методологічного вивчення конкуренції є А. Сміт, який узагальнив знання про конкуренцію, що сформувалися в період становлення капіталістичного господарства. Він запропонував концепцію конкуренції, як необхідного елемента ринкової системи, визначив ключову роль конкуренції в функціонуванні ринкової економіки; виявив та обґрунтував фактори, що стримують конкуренцію і умови її виникнення. У своїй праці А. Сміт вживав терміни, які є синонімами і визначають сутність конкуренції: принцип «невидимої руки»; принцип «природний порядок»; «очевидна і проста система звичайної свободи»; «модель економіки вільного підприємництва»; «ринковий механізм саморегулювання»; «вільна гра ринкових сил» тощо [2]. Саме ці риси економіки й виступили основою для розвитку, продукування та комерціалізації інновацій.

Конкуренція характеризується як позитивним, так і негативним впливом: викликає скорочення заробітної плати, спричиняє диктат сильнішого і знищення найслабших, проте виступає найважливішим чинником успішного функціонування на ринку, особливо інноваційного, оскільки вона спонукає виробників не тільки безперервно вдосконалювати свій товар, але й підвищувати рівень знань свого персоналу. Конкуренція активізує людей до дії, спонукає до «виживання», й виступає цивілізованою та легальною формою боротьби за існування [3]. Відсутність конкуренції загрожує консервацією розвитку інноваційної діяльності, оскільки за відсутності суперництва, виробникам не буде сенсу витрачати кошти на інноваційну діяльність.

Сучасні тенденції у вітчизняній економіці доводять існування ряду перешкод, які безумовно стримують розвиток добросовісної конкуренції й позначаються на активізації інноваційних процесів. Зокрема, це монополізм крупного капіталу та держави, які маючи власне лобі вдаються до порушення антимонопольного законодавства та інших нормативних положень,

корупційні відносини, адміністративний та податковий тиск тощо. Крім того, суттєвим в Україні є дефіцит фінансових ресурсів для забезпечення наукових досліджень і впровадження інноваційних розробок, недосконала нормативно-правова система регулювання і стимулювання інноваційної діяльності, також практика її виконання.

В умовах, коли конкуренція набуває глобального характеру, що асоціюється з гіперконкуренцією, важливим є поширена теза Джека Уелчі [4], який зазначав про необхідність робити дешево, швидко й краще всіх за рахунок підвищення продуктивності й оперативності, а також впроваджувати якнайбільше інновацій і забезпечувати власне лідерство серед конкурентів.

Отже, для розвитку конкуренції і уникнення від неї негативних наслідків держава має локалізувати свої ресурси і направляти їх на покращення підприємницького середовища, розвиток людського капіталу, заохочення роботодавців до створення інновацій. Особливо важливо за умов обмеженості ресурсів здійснювати концентрацію на визначених пріоритетних напрямках дослідження, забезпечувати реалізацію інноваційних процесів тощо. У підтримці виробників інноваційної продукції держава повинна вбачати не конкурентів, а колег, що сприятимуть покращенню соціально-економічних умов в Україні.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, ее стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2002. – 208 с.
2. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй: пер. з англ. – К.: Port-Royal, 2001. – 423 с.
3. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.М. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: Инфра-М, 1996. – 496 с.
4. Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data 3rd edition. A Joint Publication of OECD and Eurostat. OECD/EC, 2005.

УДК 330.341.1.

Карпенко А.В.<sup>1</sup>, Мирошниченко В.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-211м ЗНТУ

## **КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

Сучасний стан економіки характеризується постійними змінами на макро- і мікрорівні, пов'язаними з швидким розвитком технологій та високими темпами їх впровадження. Саме тому для досягнення та утримання високої конкурентоспроможності об'єктів і суб'єктів економічної діяльності

приділяють значну увагу розробці та використанню інновацій, що дозволяє гарантувати стабільний розвиток підприємства і вирішити багато проблем виробничого та комерційного характеру. Безперечно, ключовим етапом інноваційної діяльності будь-якого підприємства є комерціалізація розробок, що дозволяє оцінити реальний вплив нововведень і прибуток від їх впровадження.

Комерціалізація інтелектуальної власності виступає процесом залучення об'єктів інтелектуальної власності в економічний обіг, використанням інтелектуальної власності в господарській діяльності підприємств [1]. Її основною метою є отримання прибутку за рахунок використання об'єктів права інтелектуальної власності у власному виробництві або продажу, для передачі прав на їх використання іншим юридичним або фізичним особам. Даний процес обов'язково поєднує мінімум чотирьох учасників: автора розробок (винаходу, сорту рослин, корисної моделі тощо), стратегічного партнера, менеджера та інвестора.

Механізм комерціалізації – це відтворення руху інтелектуального капіталу з метою отримання продукту. Для менеджера інтелектуальний капітал має два основних компоненти: людський капітал та інтелектуальні ресурси. Людський капітал чи інтелектуальна сила створюють інновації, і те, що можна описати й ідентифікувати, стає інтелектуальними ресурсами. Деякі інтелектуальні ресурси, звичайно ті, що мають більший комерційний потенціал, отримують правову охорону і стають інтелектуальною власністю [2].

В Україні комерціалізація інтелектуальної власності здійснюється дуже повільно та зі значними перешкодами. Основною проблемою комерціалізації вітчизняних винаходів тривалий час залишається обмеженість державного та приватного фінансування, а унікальні результати вітчизняних розробок та досліджень знаходять інвестиції вже у іноземних власників. Тобто винахідництво і впровадження об'єктів інтелектуальної власності у вітчизняній практиці не підтримується та не стимулюється. А крупний бізнес в умовах постійного утиску один одного не зацікавлений в удосконаленні виробництва і підвищенні його ефективності за рахунок впровадження та використання об'єктів інтелектуальної власності, оскільки це вимагає визначених стабільних умов діяльності протягом тривалого періоду. Крім того, відчутною є відсутність якісного кадрового забезпечення з питань інтелектуальної власності, затверджених стандартів оцінки та суперечності в оподаткуванні й обліку об'єктів інтелектуальної власності. Ускладнюється ситуація прогресуючим зниженням інноваційної активності підприємств і поглибленням інерційності інноваційних процесів в Україні.

Низький рівень комерціалізації інтелектуальної власності спричинений: відсутністю реальних механізмів об'єднання наявних ресурсів, їх концентрації на найбільш значущих та перспективних напрямках розвитку;

відсутністю залежності між збільшенням обсягів продажу суб'єктами господарювання приватними компаніями і зростанням фінансування здійснюваних ними досліджень і розробок; наявністю обмежень з боку антимонопольного, податкового, патентно-ліцензійного законодавства, що стримують інноваційну діяльність суб'єктів господарювання; відсталістю матеріальної і науково-технічної бази; відсутністю ефективної програми фінансування розробки інновацій; відсутністю клієнтоорієнтованого підходу до розробки інновацій [1].

Отже, сьогодні важливим для України завданням є створення нематеріальної економіки з розвинутою юриспруденцією та інтелектуальною власністю. Цьому сприятиме реалізація заходів зі збереження власних повноцінних нематеріальних активів з об'єктів інтелектуальної власності дозволить створити високу додану вартість та долю в національному валовому продукті. Важливо розробити та впровадити методику економічної оцінки вартості та використання об'єктів інтелектуальної власності, оскільки оцінка є одним з провідних принципів управління; збільшити правовий захист об'єктів ІВ; розширити систему надання послуг у галузі інтелектуальної власності.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Базилевич В. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку : Підручник / В. Базилевич, В. Ільїн. – К. : Знання, 2008. – 687 с.
2. Бояр А.О. Інтелектуальна власність : монографія / А.О. Бояр. – Луцьк: Вежа, 2007. – 164 с.

УДК 330.341.1.

Карпенко А.В.<sup>1</sup>, Юртаєв Д.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-211м ЗНТУ

## **РОЗВИТОК ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Особливості сучасного соціально-економічного стану та суперечливі політико-економічні процеси, що відбуваються в Україні та її регіонах ставлять нові вимоги до визначення пріоритетності галузей економіки та організації їх якісної взаємодії. Поточні тенденції, що пов'язані з інтеграцією вітчизняної економіки в світову економічну спільноту, вимагають модернізації, як всієї регіональної економіки, так і складових регіонального господарства, у тому числі системи вищої освіти.

Світовий досвід доводить необхідність розвитку освітніх навчальних закладів в умовах модернізації освіти, що передбачає переосмислення і трансформацію економічних стосунків між учасниками освітнього процесу при наданні освітніх або супутніх послуг. При цьому нестримно зростає значення регіональних систем освіти і, перш за все, вищої школи, оскільки саме вищі учбові заклади покликані готувати кваліфікованих кадрів для всіх видів діяльності регіонального господарства. Відповідно основним критерієм ефективності вищої освіти, з економічної точки зору, повинне виступати кількісна та якісна оцінка співвідношення витрат з результатами.

Наукові дослідження та розробка організаційно-економічних засад розвитку вищих навчальних закладів на регіональному рівні в умовах модернізації системи вищої освіти є актуальними і своєчасними.

Вже тривалий час вітчизняні ВНЗ з метою залучення абітурієнтів переважно на навчання за контрактом вимушені самі створювати попит на гуманітарні спеціальності і його задовольняти. Тобто вони стали поєднувати в собі дві функції по відношенню до освіти: виступати і її виробниками, і замовниками. У результаті система вітчизняної гуманітарної освіти замкнулась на свої власні запити і досить слабо орієнтується на сигнали з боку ринку праці. Результатом відсутності налагоджених каналів оберненого зв'язку системи гуманітарної освіти і ринку праці стало різке падіння якості підготовки фахівців, оскільки правила надання освітніх послуг формально диктує не вищий навчальний заклад, а студент. Саме оплата освіти за контрактом дозволяє зберігати кадровий склад вищого навчального закладу, що не є прийнятним у довготерміновому періоді й загрожує втратою конкурентних позицій українських ВНЗ на світових ринках.

Така загальнонаціональна ситуація доповнюється ще й регіональними обмеженнями на взаємодію з крупним бізнесом, який має ресурси та ініціативу до співпраці з ВНЗ в межах практики студентів, формування замовлень на науково-дослідні роботи й подальше працевлаштування випускників. На регіональному рівні ускладнено також формування конкурентних взаємовідносин, оскільки сильним виявляється лобіювання майже кожного існуючого ВНЗ або монополістю його позицій на підготовку певних фахівців. Це спричиняє низький рівень адаптованості ВНЗ до нових конкурентних умов, що не проявляється в покращенні якості надаваних послуг, вдосконаленні структури та рівня взаємодії персоналу ВНЗ, стимулюванні його не лише до кількісних, а й якісних результатів тощо.

Вагомою причиною незадовільної якості підготовки фахівців ВНЗ є застаріла навчально-матеріальна база, недостатнє фінансування на її оновлення, придбання матеріалів, інструментів, необхідної техніки. На якість навчання негативно впливає також відсутність проходження студентами відповідної практики на підприємствах, у корпораціях, на фірмах, передусім

тих, що застосовують нову техніку та сучасні технології. Через брак у випускників необхідних знань і навичок роботодавці не зацікавлені в наданні їм робочих місць. Унаслідок цього випускники відразу після навчання змушені звертатися до державної служби зайнятості, котра направляє їх на стажування на підприємства для ознайомлення з новітніми технологіями.

Таким чином, сьогодні важливими завданнями є розробка, затвердження та доведення до всіх ВНЗ і центральних та регіональних органів виконавчої влади нового порядку формування та розміщення державного замовлення на підготовку фахівців у ВНЗ, що ґрунтується на перспективних потребах галузей як на регіональному, так і національному рівні з визначенням конкретного внеску у цю справу кожного ВНЗ. На основі отриманих результатів важливо забезпечити запровадження тендера на розміщення держзамовлення з підготовки фахівців, при проведенні якого має враховуватися реальне працевлаштування випускників як кінцевий результат співпраці з роботодавцями, а також результати рейтингу вищих навчальних закладів України за чітко визначеними критеріями.

Отже, подолання проблеми збалансованого розвитку сфер підготовки та використання кадрів, що супроводжується інертністю реагування ВНЗ на зміну структури попиту на ринку праці, має вирішуватися засобами системного підходу. Важливим кроком до подолання сучасних проблем в освітній сфері є формування механізмів корекційно-випереджаючого впливу на кон'юнктуру попиту на ринку освіти з використанням соціологічних досліджень, моніторингу динаміки освітніх процесів, шляхом маркетингових прийомів та технологій, розширення поінформованості абітурієнтів за рахунок профорієнтаційної діяльності вищих та професійних навчальних закладів, спрямованої на розробку і застосування у ній сучасних засобів діагностики знань та здібностей молодих людей, результати якої, в свою чергу, сприятимуть обґрунтованому вибору абітурієнтом напрямку освітньої спеціальності та обов'язкової координації цих процесів регіональними органами управління освітою та зайнятістю.

УДК 331.5-329.78

Карпенко Н.М.<sup>1</sup>, Карепіна А.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. держ. упр., доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-222 ЗНТУ

## **СУЧАСНИЙ СТАН МОЛОДІЖНОГО СЕГМЕНТУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ**

Зайнятість населення, зокрема молодого, займає важливе місце у соціально-економічному розвитку будь-якої держави, оскільки молодь, як

основа її майбутнього, завжди є об'єктом суттєвої уваги суспільства. Молодь характеризується не лише специфічними віковими ознаками, а насамперед своїм важливим суспільним призначенням бути провідником демографічного, соціально-економічного, політичного та духовного поступу, що й вимагає від держави приділення особливої уваги проблемам зайнятості молоді. Особливою актуальністю визначається молодіжна зайнятість саме в тих умовах, коли поставлено завдання досягти стійкого, довготривалого піднесення в усіх сферах суспільно-економічного життя. Забезпечення високого рівня зайнятості молоді визначає таку політику держави, яка має спрямовуватись не на ліквідацію безробіття, а на встановлення чинників і причин, що його породжують та на їх усунення.

У вітчизняній практиці молоддю визнаються особи віком від 15 до 35 років, частка яких складає майже третину всього населення країни. На початок 2016 р. чисельність молоді в Україні становила 12 723 тис. осіб, серед яких 405,5 тис. осіб безробітні (3,2 %). На тлі скорочення загальної чисельності населення країни цей контингент осіб також скорочувався: лише за останні три роки зменшення чисельності молоді, становило 693 тис. осіб (або понад 5 %). Проте фактична чисельність безробітних серед молоді майже втричі перевищує офіційні показники, що й підтверджує суттєві (чи не найбільші) проблеми молодіжного сегменту загальнонаціонального ринку праці.

Ряд проблем функціонування молодіжного ринку праці пов'язані з наявністю на ньому таких категорій молоді як вивільнені із строкової військової або альтернативної служби, молодь без досвіду роботи та молодь, яка має неповну або середню освіту. Крім того, суттєвими є наслідки таких чинників, що стримують розвиток молодіжного ринку праці: утруднення пошуку першого робочого місця; невідповідність рівня та якості отриманої освіти професійним обов'язкам; відсутність досвіду роботи; диспропорції між попитом і пропозицією серед дипломованих фахівців (переважно випускників без досвіду роботи) тощо. Тобто особливо чутливими є проблеми, що пов'язані з відсутністю ефективної взаємодії між навчальними закладами та виробництвом. Саме неузгодженість їх співпраці веде до ряду протиріч, які проявляються в неготовності робочої сили без додаткової (часто тривалої підготовки) реалізовувати на практиці отримані знання (в багатьох випадках недостатньої якості та «застарілі»), а роботодавець не вдається до співпраці через надання повноцінної практики, участі у формуванні програм та проведенні навчального процесу, відборі на етапі навчання майбутніх випускників тощо.

Вказані причини сучасних проблем оптимальної зайнятості молоді на вітчизняному ринку праці вимагають комплексного підходу до їх вирішення. Першорядна роль у цих процесах має відводитись формуванню



конкурентного середовища у сфері освіти, що б змушувало освітні структури відслідковувати рівень працевлаштування своїх випускників й покращувати роботу в даному напрямі. Тобто успішність випускників поряд з науковими досягненнями освітньої структури є певним відображенням результативності. Саме навчальні заклади, за умов самофінансування повинні перебудовувати свою діяльність щодо співпраці з виробництвом не лише з організації практики, а й подальшого працевлаштування.

Враховуючи зазначені проблеми молодіжної зайнятості та важливість молоді для майбутнього країни, суспільство повинно постійно опікуватися професійною підготовкою, навчанням і профорієнтацією молоді. Це передбачає необхідність формування на державному і регіональному рівнях процесу прогнозування і планування обсягів ринку праці з урахуванням попиту і пропозиції на конкретні професії зі сторони бізнесу, освіти, науки й державного управління. Тобто підготовка кадрів повинна бути організована на випередження у тісній співпраці з роботодавцем.

Важливими кроками задля забезпечення працевлаштування молодіжного контингенту на ринку праці необхідно вдосконалювати нормативно-правові акти, які б стимулювали роботодавця залучатись до процесу поступової підготовки молоді яка навчається до набуття практичного досвіду, реалізовувати заходи з більш якісного забезпечення повної та продуктивної вільно обраної зайнятості й стимулюючого до само зайнятості соціального захисту в разі настання безробіття.

Загалом, для підвищення рівня зайнятості молоді на вітчизняному ринку праці доцільно: створити молодіжну біржу праці; сприяти започаткуванню власної справи; підтримувати та розробляти проекти, орієнтовані на фінансування активних заходів сприяння зайнятості серед молоді; проводити навчання і тренінги з техніки пошуку роботи для молоді та розвивати хист до підприємництва; створювати гарантовані перші робочі місця для молоді. Реалізація зазначеного сприятиме не лише працевлаштуванню молоді, а створить основу для розвитку вітчизняної економіки.

УДК 331.5(477):339.922

Карпенко Н.М.<sup>1</sup>, Рубан К.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. держ. упр., доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-212 ЗНТУ

## **ВПЛИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НА СУЧАСНИЙ РИНОК ПРАЦІ УКРАЇНИ**

Євроінтеграційний вибір України, як складова глобалізаційного процесу, визначає трансформацію національного ринку праці у частині

посилення мобільності робочої сили, інтернаціоналізації соціальних і трудових стандартів життя, інтенсифікації транснаціональних зв'язків і тим самим прискорення взаємопроникнення й зближення з іншими ринками. Тому виявлення впливу євроінтеграційних процесів на вітчизняний ринок праці є досить актуальним. Крім того, у зв'язку з нестабільністю економічної та політичної ситуації в Україні, питання щодо збалансування попиту і пропозиції на вітчизняному ринку праці є нагальним та своєчасним.

Сучасний стан ринку праці в Україні характеризується негативними тенденціями, оскільки незбалансованість попиту та пропозиції на ньому спричиняє високий рівень безробіття й тіньової зайнятості, які суттєво зростають, а рівень оплати праці в доларовому еквіваленті – знижується. Для вітчизняної економіки характерним є низька частка середнього та малого бізнесу, ускладненість реструктуризації діяльності підприємств, неефективний державний сектор, суттєве молодіжне безробіття і гендерна нерівність тощо.

Поглиблення проблем частково стало наслідком проголошеної євроінтеграції, оскільки адаптація до нових умов здійснюється зі значними перешкодами старої системи, конфліктів олігархічних структур, на фоні загострення політичних, економічних і військових конфліктів з Росією. Однак, оскільки стан ринку праці держави відображає становище економіки країни в цілому, тому що вона існує саме завдяки працездатному населенню, то вдосконалення регулювання вітчизняного ринку праці в умовах євроінтеграції має забезпечити позитивні тенденції.

Європейська інтеграція є складним соціально-економічним процесом налагодження співробітництва європейських держав у політичній, економічній та юридичній інтеграції європейських країн. Євроінтеграційні процеси зумовлюють істотні зміни в структурі і механізмі функціонування національних, загальноєвропейського та світового ринків праці. Відповідно не випадково, що початкова стадія узгодження економічних взаємовідносин несе в собі достатньо складні процеси, що лише з часом можуть забезпечити позитивні зрушення. Особливої уваги потребує оцінка соціальних ризиків ринку праці, ймовірних в адаптаційному періоді, що дасть можливість зменшити економічні та соціальні втрати.

Загалом євроінтеграційні процеси здійснюють як позитивний так і негативний вплив на ринок праці. Тобто Україна одержуючи шанс інтегруватися в єдиний європейський простір, може, разом з тим, зазнати суттєвих економічних та соціальних втрат.

Ринок праці може отримати суттєві поштовхи від євроінтеграційних змін, проте є цілком передбачуваними й соціальні ризики та загрози, викликані зіткненням протилежних цінностей та труднощами адаптаційного періоду [1, с. 2].

Основними позитивними наслідками євроінтеграції для ринку праці України мають стати: кращі умови ведення бізнесу та більші обсяги інвестування; запровадження європейських процедур і пріоритетів надання державної допомоги з переходом від фінансової допомоги окремим компаніям і галузям до регіональної та горизонтальної допомоги; лібералізація візової політики, визнання дипломів і кваліфікацій, координація соціального забезпечення; суттєві зміни щодо найму, утримання й звільнення працівників. Разом з цим можливі і деструктивні наслідки євроінтеграції для ринку праці: витіснення вітчизняного капіталу іноземним у більш прибуткових сферах господарювання; обмеження підтримки промислових, сільськогосподарських підприємств; «відплив мізків», можливий дефіцит економічно активного населення в певних галузях економіки; додатковий тиск на працедавців з боку контролюючих органів [2, с. 199].

Отже, суперечливість впливу євроінтеграційних процесів має враховуватись державною владою. Сприяння формуванню вищих стандартів соціально-трудових відносин і посилення конкурентного середовища із формуванням установок на більш продуктивне використання особистісного трудового потенціалу в Україні має забезпечуватися превентивними та проактивними заходами регулювання вітчизняного ринку праці. Без виваженого захисту вітчизняного виробника та найманих працівників і, стимулювання їх конкурентоспроможності побудувати досконалий ринок праці в Україні не вдасться.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Петрова І. Соціальні наслідки Євроінтеграції України. Ринок праці / І. Петрова. – К.: Фонд ім. Фрідріха Еберта. – 2012. – 20 с.
2. Гринкевич С.С. Трансформаційні зміни національного ринку праці в умовах євроінтеграції / С.С. Гринкевич // Бізнес інформ. – 2014. – № 10. – С. 197–202.

УДК 339.9.01

Плинокос Д.Д.<sup>1</sup>, Ліпак А.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-211м ЗНТУ

### **КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

З розвитком глобалізаційних процесів та підвищення ролі людського капіталу в економіці виникають нові індустрії. Зокрема до таких індустрій ми можемо віднести креативні індустрії, що виникли як результат тісної взаємодії культури та ринку.

Країнами лідерами з розвитку креативних індустрій стали провідні країни Західної Європи, США, Японія. Так зокрема, за визначенням Департаменту культури, медіа та спорту Великобританії – «Креативні індустрії це діяльність, основою якої є індивідуальне творче начало, навик чи талант, і яка несе в собі потенціал створення доданої вартості та підвищення зайнятості шляхом використання інтелектуальної власності».

Спираючись на міжнародний досвід класифікації креативних сфер визначимо основні характерні особливості індустрій, які дають їм право називатися креативними: культурна різноманітність; інноваційність; підвищення ролі людського капіталу; використання інтелектуального капіталу як «первинного вкладу»; гнучкість в ухваленні рішень; індивідуальний підхід до створення креативних продуктів; висока науковість виробництва; захист інтелектуальної власності; участь креативних товарів у міжнародній торгівлі; тісний взаємозв'язок мистецтва та бізнесу.

Серед основних теорій розвитку креативної індустрії стали:

1. Еволюційна модель Р. Буа, Л. Лазаретті розподіляє креативні індустрії на дві підгрупи:

- традиційні креативні індустрії, що включають основні творчі галузі як видавництво, кіно-відео та артистичні види мистецтва, архітектурні та інжинірингові послуги;

- нетрадиційні трудові індустрії – дослідження та розробки та розробки програмного забезпечення та комп'ютерних послуг.

2. Модель концентричних кіл KEA European Affairs:

- ключові креативні види мистецтва – література, музика, артистичні види мистецтва, зображувальне мистецтво;

- інші ключові індустрії – фільми, музеї, бібліотеки;

- ширші культурні індустрії, послуги пов'язані з історичною спадщиною, видавництво, телебачення, відео та комп'ютерні ігри;

- пов'язані індустрії – реклама, архітектура, дизайн, мода.

3. Модель концентричних кіл Д. Джейкобс має такий поділ:

- мистецтво;

- медіа та розваги;

- креативні бізнес послуги – архітектура та інженерна діяльність, реклама, дизайн інтер'єру та в сфері моди;

- послуги, засновані на знаннях – видавництво програмного забезпечення, дослідження в сфері гуманітарних та технічних наук, маркетингові дослідження, управлінський консалтинг.

4. Модель символічної цінності UNCTAD складається з груп таких креативних індустрій:

- спадщина – традиційні ремесла, фестивалі та святкування, експозиції, археологічні пам'ятки, музеї, бібліотеки;
- мистецтво – зображувальне мистецтво, скульптура, фотографії, антикваріат, жива музика, театр, танці, опера, цирк, експозиції тварин;
- медіа – книги, преса, та інші види публікованої продукції, аудіовізуальне видавництво та трансляції;
- функціональна творчість – інтер'єрний, графічний, модельний, ювелірний та інший дизайн, архітектурні, рекламні, культурні, розважальні, креативно-дослідницькі, електронні та інші пов'язані послуги.

5. Модель інтелектуальної власності WIPO включає:

- ключові індустрії інтелектуального права, такі як реклама, колекціонування, фільми та відео, артистичні види мистецтва, видавництво, програмне забезпечення, телебачення та радіо, візуальне та графічне мистецтво;
- залежні індустрії інтелектуального права – чисті матеріали для запису, споживча електроніка, фотографічне обладнання;
- частково індустрії інтелектуального права – архітектура, одяг, взуття, дизайн, мода, домашні прилади, іграшки.

Розвиток креативних індустрій та їх економічна сутність вдало відображена в принципах діяльності Всесвітньої організації інтелектуальної власності (WIPO) – розвиток збалансованої і доступної міжнародної системи, що забезпечує винагороду за творчу діяльність, яка стимулює інновації та робить внесок в економічний розвиток при дотриманні інтересів суспільства.

Таким чином, узагальнюючим визначенням креативних індустрій може бути їх трактування як нового, динамічного, трансформаційного та транскордонного сектору сучасної економіки, що ґрунтується на реалізації креативного капіталу на мікро-, макро- та глобальному рівнях й спрямовані на розвиток суспільства.

УДК 331.522

Плинокос Д.Д.<sup>1</sup>, Чарієв Ш.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-211м ЗНТУ

## **АНАЛІЗ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЙ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ**

Як і на будь-якому іншому ринку, на ринках праці та робочої сили існує сукупна пропозиція та сукупний попит. До показників попиту на робочу силу можна віднести: кількість вільних робочих місць, кількість нових робочих місць, кількість перепрофільованих робочих місць.

В свою чергу, пропозицію на ринку праці формують такі категорії економічно активного населення, як:

- безробітні, кількість яких поповнюється випускниками навчальних закладів та раніше зайнятих у домашньому господарстві;
- ті, хто мають роботу, але незадоволені нею і шукають іншу;
- зайняті, які ризикують залишитись без роботи і шукають нову;
- зайняті, які шукають додаткову роботу для збільшення доходу.

Для аналізу попиту й пропозиції на ринку праці використовуються і такі, які характеризують професійно-кваліфікаційну підготовку робочої сили, та коефіцієнт навантаження на одне робоче місце і зворотний йому рівень вакантності.

Нерівновага між попитом і пропозицією зумовлюється дисбалансом між кількістю робочої сили, яка формує пропозицію на ринку праці, і кількістю робочих місць, які визначають попит.

Згідно даних Державного комітету статистики України попит і пропозиція на ринку праці виглядали наступним чином: кількість вільних робочих місць (вакантних посад), заявлених роботодавцями на кінець 2014 р., становила 35,3 тис., що на 17,0 % менше, ніж на кінець 2013 р., із загальної кількості вакансій кожна п'ята була в переробній промисловості, кожна сьома – у державному управлінні й обороні; обов'язковому соціальному страхуванні або в оптовій та роздрібній торгівлі; ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів. Скорочення потреби роботодавців у працівниках, порівняно з 2013 р., спостерігалось в більшості видів економічної діяльності. Найбільшим залишається попит роботодавців на кваліфікованих робітників з інструментом (18,1 % від загальної кількості заявлених вакансій), а найменшим – на кваліфікованих робітників сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства (1,0 %). Тобто, упродовж 2014 р. майже дві третини безробітних (60,3 %) отримали роботу на підприємствах сільського господарства, лісового господарства та рибного господарства, переробної промисловості, а також оптової та роздрібною торгівлі; ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів [1, с. 14–15].

За сприяння державної служби зайнятості у 2014 р. було працевлаштовано 494,6 тис. осіб проти 521,0 тис. осіб у 2013 р. Серед зареєстрованих безробітних, працевлаштованих у зазначеному періоді, 46,0 % становили жінки, 42,7 % – молодь у віці до 35 років. Частка працевлаштованих осіб, порівняно з 2013 р., зменшилася на 1,5 в.п. і у 2014 р. становила 33,7 % громадян, які мали статус безробітного в державній службі зайнятості в цьому періоді.

Відмічено, що найбільшим залишається попит роботодавців на кваліфікованих робітників з інструментом (18,1 % від загальної кількості заявлених вакансій), а найменшим – на кваліфікованих робітників сільського

та лісового господарств, риборозведення та рибальства (1,0 %). Упродовж 2014 р. спостерігалось скорочення потреби роботодавців у працівниках усіх професійних груп, крім технічних службовців, а найбільше – у законодавцях, вищих державних службовцях, керівниках, менеджерах (управителях) (на 29,3 %) і професіоналах (на 28,5 %) [1, с. 14–15].

І, на сам кінець, варто відобразити навантаження на одне вільне робоче місце [2, с. 195]. Так, серед регіонів найбільша диспропорція у співвідношенні попиту і пропозиції у 2014 році спостерігається у Івано-Франківській (52 особи на одне вакантне місце), Вінницькій (61 особа), Черкаській (65 осіб), Хмельницькій (75 осіб) та Запорізькій (86 осіб) областях. Разом з тим найменше навантаження мають: м. Київ (2 особи), Дніпропетровська (6 осіб) та Одеська (7 осіб) області. Тобто, в цілому регіональний розподіл вакансій виглядає стандартно. Столиця – лідер за кількістю потреби роботодавців у працівниках для заміщення вільних робочих місць та, як наслідок, найменшим показником кількості зареєстрованих безробітних, а за нею найбільші міста України – Дніпропетровськ, Одеса, Харків.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Доповідь «Ринок праці у 2014 році. Державна служба статистики України. – 29 с.
2. Демографічний щорічник «Населення України за 2014 рік» / Відп. за вип. Г.М. Тимошенко. – К., 2015. – 118 с.

УДК 331

Соколов А.В.<sup>1</sup>, Ніколаєнко Л.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. держ. упр., доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-211м ЗНТУ

## **РІВЕНЬ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

Базовою передумовою практичної реалізації Україною європейського вибору, що передбачає забезпечення принципів демократії, піднесення економіки, побудованої на ринкових засадах, реалізацію прав і свобод людини є, насамперед, досягнення нашою країною відповідних стандартів, як в економічній та соціальній сфері, так і в можливості розвитку особистості, тобто людського розвитку.

Людський розвиток є найважливішим чинником реформування держави і суспільства, що прагнуть включитися у світові потоки сучасних

технологічних, інфраструктурних, інституціональних, соціально-гуманітарних і інших перетворень.

Людський розвиток можна визначити як надання людям можливості повністю розвивати свій потенціал, жити продуктивно і творчо в гармонії з їхніми потребами та інтересами. Потенціал людини формується протягом життя, і його необхідно підтримувати, в іншому випадку він може загальмуватись.

Починаючи з 1990 р., експерти Програми Розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) готують щорічні доповіді про людський розвиток у країнах світу, що визначається як процес зростання людських можливостей, розширення людської свободи шляхом збільшення варіантів вибору. Розвиток людського потенціалу при цьому розглядається як власне мета та критерій суспільного прогресу й економічного зростання, а основоположними можливостями людського розвитку визначено довге і здорове життя, здобуття знань та гідний рівень життя. Саме ці складові використовують при розрахунку індексу розвитку людського потенціалу з метою оцінки досягнень країн світу та здійснення міжнародних порівнянь.

Індекс людського розвитку - це зведений показник розвитку людського потенціалу, який характеризує середній рівень досягнень даної країни за двома найважливішим аспектами розвитку людського потенціалу: тривалість життя та освіта.

На сьогодні існує методика розрахунку індексу людського розвитку (ІЛР), яка поєднує наступні три показники:

- а) здоров'я і довголіття, вимірювання показника очікуваної тривалості життя при народженні;
- б) доступу до освіти, вимірювання рівня письменності дорослого населення і сукупного валового коефіцієнту охоплення освітою;
- в) гідний рівень життя, вимірювання величини валового внутрішнього продукту (ВВП) на душу населення в доларах США за паритетом купівельної спроможності (ПКС).

За даними Звіту про людський розвиток 2014 «Забезпечення сталого прогресу людства: зменшення уразливості та формування життєстійкості», значення ІЛР України дорівнює 0.734 – цей показник належить до високої категорії людського розвитку – що ставить країну на 83 позицію з 187 країн і територій. За період з 1990 до 2013 рр. значення ІЛР України зросло з 0,705 до 0.734, або на 4,1 відсотка, тобто у середньому приблизно на 0,18 відсотка за рік. ІЛР України за 2013 рік (0.734) нижче середнього значення для країн із високим рівнем людського розвитку (0.735) і середнього для країн Європи та Центральної Азії (0.738).

Протягом всього періоду спостереження Україна перебувала у групі країн із середнім рівнем людського розвитку. Найвище значення індексу



розвитку людського потенціалу (0.799) спостерігалось у 1990 р.; із початком суспільних трансформацій перехідного періоду після розпаду СРСР цей показник істотно знизився (до 0.747 у 1995 р.).

За період з 1980 до 2013 рр. очікувана тривалість життя при народженні в Україні зменшилася на 0,8 року, середня тривалість навчання зросла на 3,9 року, очікувана тривалість навчання збільшилася на 3,1 року. ВНД на душу населення в Україні за період з 1990 по 2013 р. зменшився приблизно на 24,2 відсотка.

Для реалізації стратегії у людському розвитку на середньо- і довгострокову перспективу найважливішим є формування інтелектуального потенціалу суспільства. Інтелектуальний потенціал суспільства виконує такі функції: надання кваліфікації та професійної підготовленості населення до продуктивної діяльності; розвиток творчих навичок, зокрема і теоретичного мислення; масова трансформація наукових знань у буденне знання; протистояння процесам руйнування суспільної свідомості.

Розвиток інтелектуального потенціалу суспільства має відбуватися за такими принципами: свобода творчості; недоторканність інтелектуальної власності; не протиставлення інтелектуалізації суспільства загальному перебігу прогресивних змін, їх синхронізація і взаємодоповнення; взаємопоєднання інтелектуалізації та інформатизації; надання нового змісту його структурним утворенням; активне залучення до міжнародного поділу праці.

УДК 331.522.4

Соколов А.В.<sup>1</sup>, Приходько А.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. держ. упр., доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-21 Ім ЗНТУ

## **ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ**

Поняття «людський капітал» набуває в даний час великого значення не лише для економістів-теоретиків, але й для окремих підприємств та економіки держави в цілому. Різко зріс інтерес економічної науки до людських творчих здібностей, до шляхів їх становлення і розвитку. В більшості компаній починають надавати велике значення накопиченню людського капіталу, як найціннішого з усіх його видів.

Людський капітал – це не просто сукупність навичок, знань, здібностей, якими володіє людина. По-перше, це накопичений запас навичок, знань, здібностей. По-друге, це такий запас навичок, знань, здібностей, який доцільно використовується людиною в тій або іншій сфері суспільного відтворення, і який сприяє зростанню продуктивності праці та виробництва.

По-третє, доцільне використання даного запасу у вигляді високопродуктивної діяльності закономірно призводить до зростання заробітків (доходів) працівника. І, по-четверте, збільшення доходів стимулює, зацікавлює людину шляхом вкладень, які можуть стосуватися здоров'я, освіти та ін., збільшити, накопичити новий запас навиків, знань і мотивацій, щоб надалі його знов ефективно застосувати.

Стан людського капіталу України на сьогодні є досить сумним. Населення скорочується, народжуваність знаходиться значно нижче рівня, необхідного для простого відтворення населення. Значна трудова міграція також вносить свій внесок, причому ті, хто виїжджає, є носіями кращого людського капіталу, ніж ті, хто натомість прибуває в Україну. До того ж населення старіє, частка працездатного населення зменшується. Значне зниження якості освіти та стану здоров'я призводить до нестачі кваліфікованих кадрів у всіх галузях економіки. Зменшення пропозиції робочої сили призводить до її здороження. Відповідно, Україна починає втрачати конкурентоспроможність за показником низької вартості робочої сили.

З точки зору розвитку виробничих сил, по суті, країна відкочується на стадію ранньої індустріальної економіки, і навіть доіндустріальної. Це загрожує ситуацією, коли Україна, через низький людський капітал (нечисленність населення, його низький інтелектуальний, освітній, культурний рівень, стан здоров'я, малу частку населення працездатного віку тощо, а також вузький світогляд, невідповідну сучасній економіці систему цінностей) не зможе ефективно використовувати той природний та основний капітал, яким володіє. З урахуванням цих тенденцій, серйозно міркувати про розвиток сучасної економіки промислових товарів, повноцінної економіки послуг і тим більше «креативної» та «когнітивної» економік сьогодні немає жодних підстав. Точніше кажучи, ми як народ не створили цих підстав.

В різних країнах суб'єкти стратегічного управління людським капіталом (головні з них – національний уряд та великий бізнес) реалізують різні стратегії. Що стосується України, вітчизняні суб'єкти не демонструють жодної стратегії: немає усвідомлення ситуації та узгодження дій, а є лише інерція, найменш витратний шлях отримання вигоди «тут і зараз», збереження ще радянського «статус кво».

Україна не пішла шляхом прориву в постіндустріальну економіку, де можна було б зайняти своє місце у світовому розподілі праці як потрібного іншим «джерела креативу» та/або добре оплачуваного «сервіс-центру». Натомість Україна продовжує втрачати кваліфіковані кадри, і це означає, що у світі є країни, які надають кращі можливості для самореалізації і капіталізації особистого людського капіталу.

Підсилюється забруднення навколишнього середовища, не відбулося масової соціально-культурної трансформації у бік «зелених цінностей» (екологічного мислення). Прогресуюча урбанізація цілком вписується у цю картину, де, образно кажучи, «сталевар перемиг фермера», а креативний клас ігнорується. Посилюється міграція між містами України: одні міста вимирають та перетворюються на глушину, інші продовжують приваблювати людей наявністю роботи та вищою якістю життя.

Стрес серед працездатного населення прогресує, що абсолютно закономірно, враховуючи, що демографічне навантаження зростає. Швидкий і легкий вихід у глобальний віртуальний простір надає пересічному українцю можливість порівнювати якість свого життя з більш розвиненими країнами, щоразу збільшуючи рівень розчарованості. Способи боротьби зі стресом індивідуальні: хтось мігрує всередині країни у пошуках кращих можливостей, хтось притуплює розчарування алкоголем, хтось періодично бунтує, вимагаючи кращого життя, а найбільш здібні прагнуть вирватися в більш перспективні країни. Натомість людський капітал, що вибуває, замінюється іммігрантами, що збільшує етнічну розмаїтість суспільства і продукує додаткову напругу. Зростаюче демографічне навантаження (разом з іншими чинниками, політичними та економічними) призводить до згорання державної пенсійної системи. Сформувався і закріпився функціонально-економічний поділ території України, що далі підсилює відцентрові процеси в регіонах.

УДК 333.312

Соколов А.В.<sup>1</sup>, Світличний С.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. держ. упр., доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-21 Ім ЗНТУ

## **ВПЛИВ ДЕМОГРАФІЧНОЇ СИТУАЦІЇ НА ТРУДОВІ РЕСУРСИ РЕГІОНУ**

Аналіз сучасних процесів формування, розподілу й використання трудових ресурсів сприяє вирішенню територіальних проблем відтворення робочої сили на основі оптимального поєднання національних і регіональних цілей і завдань економічного розвитку. Ускладнюють ситуацію глибокі кризові явища перехідного періоду. Порушення пропорційності і структурної рівноваги всієї економічної системи призвело до надзвичайного загострення суперечностей між потребами й можливостями соціально-економічного розвитку регіонів.

На сучасному етапі розвитку економіки все більшої актуальності набуває нова стратегія управління процесами регіонального відтворення

трудових ресурсів, яка дозволить змінити усталені уявлення й стереотипи та створити прогресивну технологію управління зазначеною сферою. Основні фактори, що ускладнюють це завдання, пов'язані з впливом складної демографічної ситуації на трудові ресурси.

Відтворення населення залежить від багатьох факторів, які визначають умови життя окремих людей та їхніх сімей у широкому розумінні. Під впливом цих факторів у людей формуються певні демографічні потреби, які реалізуються в їхній демографічній поведінці. У свою чергу характер, масштаби та інтенсивність демографічних процесів впливає на формування та зміни соціально-економічних умов.

Особливості демографічної динаміки на сучасному етапі, як у світі загалом, так і в окремих країнах, значно посилює актуальність проблем взаємозв'язку соціально-економічного та демографічного розвитку. Нині практично загальноновизнаним є те, що майбутнє світової цивілізації визначається насамперед «людським фактором». Тому необхідно враховувати вплив цього фактора на всі сфери життя суспільства, так само, як і вплив соціально-економічних та інших умов на стан індивіда та його демографічну поведінку. Нині в демографічній науці сформувалося кілька напрямків вивчення механізмів взаємозв'язку економічних та демографічних процесів.

У найбільш узагальненому вигляді можна сказати, що один з напрямків орієнтується на мікрорівень. Вихідним положенням для таких досліджень є передбачення наявності певних зовнішніх причин, які впливають на формування демографічних тенденцій. Отже, завдання полягає у виявленні цих причин, їх класифікації та кількісному визначенні сили їх впливу на інтенсивність демографічних процесів. Такий аналіз охоплює вивчення економіки домогосподарства, економічних аспектів шлюбно-сімейних відносин, народжуваності й тривалості життя.

Другим напрямком є дослідження на макрорівні. Об'єктом дослідження в цьому випадку є вплив на демографічні процеси культурного, політичного та економічного розвитку. Цей напрямок пов'язаний з розробкою макроекономічних теорій, обумовленою підвищенням інтересу, зокрема, до проблем державного регулювання соціально-економічного розвитку. Безпосередня реалізація цього напрямку проявилась у розвитку економіко-демографічного моделювання. Економіко-демографічна модель це математично формалізована концепція функціонування економічної системи як єдиного цілого. Особливість таких моделей полягає в тому, що поряд з такими інтегральними показниками розвитку народного господарства, як сукупний суспільний продукт чи національний дохід, факторами економічного зростання розглядаються чисельність і структуру населення. Економіко-демографічні моделі показують, якою мірою взаємодія

демографічного фактора з іншими змінними економічного процесу (нормою капіталовкладень, нормою накопичення, показниками ефективності) визначає темпи зростання економіки, що дає змогу отримати кількісну оцінку ролі окремих змінних у тенденціях розвитку економічної системи.

Одним із прикладів взаємозв'язку демографічних характеристик та економічних категорій може бути формування робочої сили. Остання є тією частиною населення, яка фактично бере або може брати участь у виробництві товарів і послуг. Конкретна кількість робочої сили визначається кількістю населення, його віково-статевою структурою та повіковими коефіцієнтами участі. Оскільки кількість населення та його віково-статева структура залежать від народжуваності, то темпи народжуваності слід розглядати як одну з найважливіших детермінант кількості робочої сили, а відтак і позиції робочої сили на ринку праці.

Виходячи з розглянутих проблем, необхідне насамперед формування нової регіональної політики ринку праці та зайнятості населення, спрямованої на стабілізацію процесів відтворення робочої сили, підвищення продуктивності праці. В умовах перехідної економіки її основні засади повинні ґрунтуватися на створенні змішаної регулюючої системи, переважанні в ній методів економічного регулювання при постійному відновленні та активізації стимулів розвитку різноманітних форм господарювання. Особливого значення при цьому слід надавати збалансованості системи економічних важелів.

УДК 364

Соколов А.В.<sup>1</sup>, Федякова Ю.Ю.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. держ. упр., доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-21 Ім ЗНТУ

## **ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА СІМЕЙ З НИЗЬКИМИ ДОХОДАМИ**

Адресна державна підтримка малозабезпечених сімей стала пріоритетним напрямом соціальної політики держави. Її було започатковано у 1999 році як захід подолання бідності через надання адресної грошової допомоги малозабезпеченим сім'ям, переважно тим, які склались лише з непрацездатних осіб. Нормативно-правові акти з питань призначення адресної державної соціальної допомоги малозабезпеченим сім'ям передбачають ретельне вивчення конкретної ситуації, яка склалась у кожній окремій сім'ї.

Постановою Кабінету Міністрів України «Про запровадження адресної соціальної допомоги малозабезпеченим сім'ям» затверджено Положення про

умови та порядок надання адресної соціальної допомоги малозабезпеченим сім'ям.

Адресна допомога малозабезпеченим сім'ям надається у грошовій формі, якщо середньомісячний сукупний дохід нижчий від прожиткового мінімуму для сім'ї, це головний критерій отримання допомоги. Розмір такої допомоги визначається як різниця між прожитковим мінімумом для сім'ї та її середньомісячним сукупним доходом за попередні шість місяців, але він не може бути більшим, ніж 75 % прожиткового мінімуму для сім'ї. Серед інших критеріїв надання допомоги слід виділити соціальні та демографічні характеристики сім'ї, майновий стан.

До одержувачів соціальної допомоги відносяться сім'ї, що складаються з: непрацевдатних осіб; пенсіонерів і дітей віком до 16 років (учні – до 18 років); непрацюючих осіб працездатного віку, що зайняті доглядом за дітьми, час якого зараховується до трудового стажу; осіб, що мають трьох і більше дітей віком до 16 років і зайняті доглядом за ними; осіб, що доглядають за інвалідом I групи або дитиною-інвалідом віком до 16 років, а також за особами, які досягли 80-річного віку; осіб, зареєстрованих у службі зайнятості як безробітні, в яких термін одержання допомоги за безробіття та матеріальної допомоги минув.

Умовами надання адресної допомоги слід вважати наступні. Державна соціальна допомога малозабезпеченій сім'ї призначається на підставі заяви, довідки про склад сім'ї, декларації про доходи й майно осіб, які входять до складу сім'ї, та довідки про наявність земельної частки і надається на шість місяців з місяця звернення.

Одиноким особам, визнаним за результатами медико-соціальної експертизи непрацевдатними, які не мають інших джерел до існування, державна соціальна допомога може бути призначена на строк визнання особи непрацевдатною. Одиноким особам, які досягли 65-річного віку і не мають інших джерел до існування, державна соціальна допомога може бути призначена довічно.

Важливу роль у системі підтримки малозабезпечених сімей відіграють регіональні програми адресної соціальної допомоги, які конкретизують цілі загальнонаціональних програм в особливих умовах відповідних територій, що дає можливість здійснювати більш гнучкий підхід до оцінки внутрішнього потенціалу кожного регіону. Регіональні (місцеві) програми адресної соціальної підтримки передбачають використання типових процедур виявлення малозабезпечених сімей, перевірки ступеня їх нужденності і визначення розмірів допомоги.

Органи місцевого самоврядування мають право, виходячи з затвердженого регіонального прожиткового мінімуму, проводити доплати до законодавчо встановлених розмірів державної соціальної допомоги за рахунок коштів місцевих бюджетів та спеціально створених регіональних фондів соціальної допомоги.

Впровадження регіональних програм потребує ретельного вивчення конкретної ситуації, яка склалась в кожній окремій сім'ї. Тому вкрай важливою в системі адресної допомоги є роль місцевих органів управління, соціальних служб та соціальних інспекторів на місцях. Широке використання регіональних програм адресної допомоги сприяє поглибленню адресності, зменшенню помилок внаслідок подання громадянами неповної або недостовірної інформації про свої доходи та майновий стан.

Метою регіональних програм соціальної допомоги є розробка й реалізація комплексних заходів правового, соціального, медичного, освітнього, культурологічного та організаційного характеру, спрямованих на створення сприятливих умов для формування здорової, економічно спроможної сім'ї; підтримка і захист найбільш вразливих верств населення; розробка та реалізація державних і обласних програм, спрямованих на соціальний та правовий аспекти дитинства; організації регіональних соціальних служб; реалізація гарантованої державної опіки над дітьми-сиротами та дітьми, позбавленими батьківського піклування; розвиток системи державного пільгового довгострокового кредитування на здобуття житла малозабезпеченими сім'ями (реалізація регіональних програм індивідуального житлового будівництва та спорудження житла для молодих сімей потребує особливої уваги) тощо.

УДК 331.103.15

Василичев Д.В.<sup>1</sup>, Гречко С.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУз - 211м ЗНТУ

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ В КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Питання оцінки різних категорій персоналу та методів її проведення досліджували багато зарубіжних та вітчизняних вчених, таких, як: Г. Десслер, Е. Брайан, Д. Ульріх, А.П. Єгоршин, А.М. Колот, В.М. Петюх,

В.О. Лук'янихін, В.М. Данюк, Н.Д. Виноградський, Г.В. Осовська, А.Я. Кібанов та інші.

Важливою умовою для успішної діяльності підприємства є робота його персоналу. Дієвим способом виявити, наскільки компетентно, продуктивно виконують роботу працівники, є оцінка персоналу. Вона являє собою процедуру, що здійснюється для визначення відповідності працівника займаній посаді. На сьогоднішній день основною проблемою є те, що не розроблений універсальний метод оцінки працівників різних категорій та посад, який би підходив однаково для оцінювання кожного робітника. Хоча і не визначено універсального способу оцінки, однак в даній статті запропоновані найбільш ефективні методи оцінки для кожної категорії працівників.

Всі організації існують для досягнення поставлених перед ними цілей. Ступінь реалізації цих цілей показує, наскільки ефективно діє організація та використовує наявні ресурси. В основі управління лежить зворотний зв'язок, що включає ті чи інші способи виміру та порівняння. При управлінні персоналом зворотний зв'язок реалізується через оцінку кадрів – встановлення кількісної міри відповідності працівників займаній посаді.

Результати оцінки працівників визначають його положення на виробництві та подальшу перспективу кар'єрного зростання або ротації. Для працівника це є важливим мотиваційним фактором щодо покращення своєї трудової діяльності.

Таким чином, проведення оцінки персоналу надає інформацію про:

- ефективність роботи працівників;
- потенційні можливості спеціалістів і перспективи їх росту;
- причини не ефективної роботи окремих працівників;
- потреби і пріоритети в навчанні та підвищенні кваліфікації;
- шляхи удосконалення організації праці.

Керівництво окремих підприємств допускає помилки у організації та проведенні оцінки персоналу, зокрема: проводиться оцінювання, але без чіткого розуміння його мети і завдань. Як результат – відбувається розробка програм, які виявляються неефективними. Слід зазначити, що помилки суб'єктів оцінювання можуть виникати як на етапі організації, так і на етапі безпосереднього проведення оцінки, детальніше можемо розглянути в таблиці 1.



Таблиця 1– Помилки при проведенні оцінки персоналу

№	Помилка	Наслідок
1	Недостатня мотивація учасників перед початком оцінки	Негативне сприйняття всього заходу. Неадекватна поведінка.
2	Ігнорування статусу учасників	Висока ймовірність виникнення конфлікту між учасниками і спостерігачами.
3	Спостереження одним і тим же консультантом за один і тим же учасником	Різке зниження об'єктивності оцінки.
4	Розповсюдження висновків про учасників в ході оцінки, порівняння учасників між собою	Будь-які висновки про рівень володіння тими чи іншими навичками повинні робитися в процесі командного відомості результатів. В іншому випадку висновок може носити не об'єктивний характер і викликати негативну реакцію у учасника.

Отже, можемо зробити висновок, що оцінка персоналу надає керівництву організації інформацію, необхідну для прийняття обґрунтованих рішень щодо підвищення, переведення, звільнення або навчання працівників. Хоча, на сьогоднішній день немає універсальної методики оцінки для кожного робітника, але за допомогою сучасних методів можна максимально ефективно оцінити кожну категорію працівників та не допускати помилок при проведенні оцінювання.

УДК 331.103.15

Василичев Д.В.<sup>1</sup>, Шаршукова Я.К.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ–211м ЗНТУ

## ОРГАНІЗАЦІЯ ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩОЇ ПОСАДОВОЇ ОСОБИ ПІДПРИЄМСТВА

Спроби визначити, якими рисами характеру чи якостями повинен володіти ідеальний керівник, складають основу різноманітних теорій про стилі керівництва. Дослідники зупиняються на персональних якостях, фізичних характеристиках та розумових здібностях.

Намагання визначити особливий набір рис характеру та розумових здібностей, притаманних керівнику, мали сумнівний успіх. Едвін Гізеллі, який присвятив аналізу цієї проблеми більше 20-ти років наукових пошуків, у своїй шкалі найбільш суттєвих характеристик керівника на перше місце за ступенем важливості ставить авторитарні нахили, а на останньому - фізичні дані людини і відмічає їх як такі, що не мають ніякого значення у створенні образу.

Схоже дослідження на цю тему було проведено Фредом Філдером. Він прийшов до висновку, що індивідуальні риси особистості керівника майже не впливають на успіх загальної справи, отже, вони не повинні грати роль критерію при виборі керівника.

Проте оптимальне поєднання індивідуальних характеристик керівника та особливостей керованої ним групи дозволяє різко підвищити показники продуктивності колективу. Користуючись такою класифікаційною ознакою, як відносини керівника з підлеглими, розрізняють три види керівників: автократичний, демократичний та ліберальний.

Автократичний тип керівника відрізняється схильністю до одноособового керівництва в гіпертрофованих формах, надмірною централізацією влади, особистим вирішенням абсолютної більшості питань, свідомим обмеженням контактів з підлеглими.

Керівник автократичного типу догматичний, прагне підпорядкувати весь колектив своїй волі, не виносить заперечень і не прислуховується до думки інших, часто втручається в роботу підлеглих і жорстко контролює їх дії, вимагає пунктуального виконання своїх вказівок. Наради проводить лише для дотримання формальності, оскільки рішення у нього підготовлені заздалегідь. Критики і своїх помилок не визнає, однак сам любить покритикувати.

Демократичний тип керівника прагне надання підлеглим самостійності відповідно до їх кваліфікації і функцій, які вони виконують, залучає їх до таких видів діяльності, як визначення цілей, оцінка роботи, підготовка та прийняття рішень, створює необхідні для виконання роботи передумови і справедливо оцінює зусилля, з повагою ставиться до людей і турбується про них.

Отже, керівник-демократ орієнтується на можливості підлеглого, на його природне прагнення до самовираження свого інтелектуального і професійного потенціалу.

Ліберальний тип керівника відрізняється безініціативністю і постійним очікуванням вказівок зверху, небажанням приймати на себе відповідальність за рішення і їх наслідки. Такий керівник мало втручається у справи підлеглих і не виявляє достатньої активності, виступає в основному в ролі посередника у взаємовідносинах з іншими колективами. Такий керівник несподіваний у

діях, легко зазнає впливу оточуючих, схильний пасувати перед обставинами і миритися з ними, може без серйозних підстав скасувати раніш прийняте рішення.

Підсумовуючи сказане, можна зробити висновок, що усі керівники тяжіють до двох полярних способів поведінки чи впливу на підлеглих. Це знаходить відображення у відокремленні двох категорій керівників:

а) кращі серед кращих за професійною ознакою. Як правило, їх шлях до успіху був тернистим, але вони знайшли у собі сили здолати всі перешкоди.

б) типові політикани – імпузантні, представницькі, гонорові та сповнені власної гідності функціонери, що володіють посередніми професійними якостями та незначним практичним досвідом, але достатнім шармом і талантом налагодження міжособових стосунків, щоб зійти по службовій драбині до своєї теперішньої посади чи статусу.

Два зображених приклади – це дві крайності, а істина завжди знаходиться десь посередині. Ідеальний керівник повинен одночасно бути і професіоналом і адміністратором, але на практиці, на жаль, це вдається ліченим одиницям. Для того, щоб точно оцінювати ситуацію, керівник повинен добре уявляти можливості своїх підлеглих та свої власні, природу завдань, потреби, повноваження.

Керівник, що прагне працювати якомога ефективніше, отримувати максимум корисного ефекту від діяльності підлеглих, не може дозволити собі таку розкіш, як застосування лише якогось одного стилю керівництва протягом усієї кар'єри. Керівник повинен навчитися володіти усіма стилями, методами та типами влади і впливу, і вміти обирати серед них той, що найбільш пасує даній ситуації. Якщо вже визначати кращий стиль, то цей стиль – адаптивний, тобто орієнтований на реальність.

УДК 331.108.2

Василичев Д.В.<sup>1</sup>, Клушина Ю.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ–211м ЗНТУ

## **ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Починаючи із кінця 80-х з'явився новий підхід до поняття стратегія, який не відміняв попередні орієнтири, але уточнював акценти. Стратегія має відношення до внутрішніх факторів діяльності організації: людські ресурси достатньо сильно впливають на реалізацію розробленої стратегії та мають свій стратегічний статус.

Також з'явилося нове визначення, «стратегічне управління» – це управління, яке спирається на людський потенціал, як на основу організації, орієнтує виробничу діяльність на запити споживача, здійснює гнучке регулювання та своєчасні зміни в організації, які відповідають викликам оточення, дозволяють досягати конкурентних переваг. Все це дозволяє організації виживати та досягати своїх цілей у довгостроковій перспективі.

У практичній діяльності українських організацій останнім часом дедалі ширше запроваджується стратегічне планування. При цьому при розробці стратегічних планів розвитку підприємства визначаються найважливіші пріоритети кадрової політики, завдання та напрямки їх досягнення.

Для більш чіткої організації системи управління персоналом на підприємстві розробляють концепцію управління персоналом, що деталізує напрямки кадрової політики, які прийняті в стратегічному плані розвитку підприємства.

Мета концепції управління персоналом – створення системи, що ґрунтується в основному на економічних стимулах і соціальних гарантіях, орієнтованих на зближення інтересів працівника з інтересами підприємства в досягненні високої продуктивності праці, підвищенні ефективності виробництва, одержанні найвищих економічних результатів діяльності підприємства.

Проте і тут простежується декілька нових тенденцій: дедалі більш широкого поширення набувають системи оплати за знання і компетенцію, при яких розмір винагороди працівника визначається не місцем його посади в ієрархії, а ступенем володіння ключовими для підприємства компетенціями (знаннями); збільшується частка змінної частини в прибутку працівників усіх рівнів.

Слід зазначити, що ефективні концепції управління персоналом передбачають активні дії у трьох основних напрямках.

По-перше, добір співробітників, прийняття рішень про їх переміщення або припинення контрактів повинні бути спрямовані на те, щоб забезпечити найбільш повну відповідність індивідуальних можливостей спеціалістів і складності доручених їм завдань як у даний час, так і в майбутньому. Цю відповідність персоналу, виконуваний ним роботи, варто розглядати в динаміці. Постійний аналіз тенденцій та змін дає змогу більш обґрунтовано підходити до вибору можливих варіантів кар'єри і необхідних програм перепідготовки працівників.

По-друге, вплив служб управління персоналом на формування системи завдань і функціональних обов'язків працівників. Відомо, що для досягнення будь-яких цілей можуть бути використані різноманітні варіанти організації праці. При цьому в одних випадках виникає високий рівень мотивації і, відповідно, задоволеності працею, а в інших – навпаки. Провідні

підприємства намагаються скоротити до мінімуму число ієрархічних рівнів і бюрократичних обмежень, максимально розширити контроль за локальними умовами праці. Для того щоб внутрішній ринок праці на підприємстві динамічно розвивався, має бути створена інтегрована організаційна система стимулюючих фахових ролей.

По-третє, служби управління персоналом несуть відповідальність за ефективність інформаційного забезпечення всієї системи управління персоналом. Це виявляється, як у прийнятті рішень про переміщення працівників з одного місця на інше, так і в організації відповідної підготовки. Переважна орієнтація на переміщення «нагору» робить систему управління персоналом надмірно жорсткою й обмежує її можливості.

Велику гнучкість дає поєднання горизонтальних і вертикальних переміщень, що застосовується на багатьох передових підприємствах.

Отже, концепція управління персоналом – це сукупність основних принципів, правил, цілей діяльності з персоналом, конкретизованих із урахуванням типу організаційної стратегії підприємства, потенціалу персоналу, а також типу кадрової політики. Іншими словами, концепція управління персоналом є стрижнем кадрової політики (персонал-стратегії), визначає її основні напрямки та підходи.

Узагальнення різних підходів до визначення стратегії управління персоналом дозволяє зробити висновок про те, що стратегія ефективного управління персоналом підприємства являє собою систему управлінських й організаційних рішень, спрямованих на реалізацію місії, цілей і завдань підприємства.

УДК 331.108.3

Василичев Д.В.<sup>1</sup>, Корсун Г.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ–211м ЗНТУ

## **АНАЛІЗ МЕТОДІВ ВНУТРІШНЬОГО ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

Кадрова політика з підбору персоналу полягає у визначенні принципів прийому на роботу, кількості працівників, необхідних для якісного виконання заданих функцій, методології закріплення і професійного розвитку персоналу. Підбор кадрів розглядається як підфункція управління персоналом.

Процес підбору персоналу починається з вибору критеріїв оцінювання особистості і роботи претендентів. Критерії включають норми поведінки і

характеристику професійних навичок. Наступний етап підбору персоналу – його експертне оцінювання, що ґрунтується на проведенні тестів, рішенні задач і виконанні вправ. Після тестування впливає спостереження: запрошення претендентів і проведення інтерв'ю.

У процедурі підбору персоналу використовують зовнішній і внутрішній канали. Однак при наборі не можна не враховувати аргументів і проти внутрішнього ринку: психологічну несумісність і професійну некомпетентність окремих «своїх» працівників (а це випадок, коли можна від них позбутися).

Набір починається з пошуку і виявлення кандидатів як всередині підприємства, так і за її межами. Найм персоналу за рахунок внутрішніх джерел багато в чому залежить від кадрової політики адміністрації підприємства в цілому. Розумне використання наявних людських резервів може дозволити підприємству обійтися без нового набору. Його перевага в тому, що з'являються шанси для службового зростання, підвищується ступінь прихильності до підприємства. Поліпшується соціально-психологічний клімат у колективі, сприяє зміцненню авторитету керівництва в очах співробітників: не ставить відібраних кандидатів перед необхідністю інтеграції в інше підприємство; не вимагає значних фінансових витрат. Рівень оплати на підприємстві залишається стабільним, (претенденти можуть пред'явити більш високі вимоги щодо оплати праці). Відбувається зростання молодих кадрів даного підприємства, швидке заповнення посад, що звільнилися, без адаптації.

Використання внутрішніх джерел залучення кадрів дозволяє забезпечити «прозорість» кадрової політики, високий ступінь керованості, можливість планування даного процесу і цілеспрямованого підвищення кваліфікації персоналу. Вирішується проблема зайнятості власних кадрів, підвищується мотивація і ступінь задоволення працею у працівників. Якщо переведення на нову посаду збігається з бажанням самого претендента, то підвищується зростання продуктивності праці.

Підприємство, яке здійснює набір персоналу за рахунок внутрішніх джерел залучення претендентів, має можливість уникнути збиткової плинності кадрів. В таблиці 1 відображено переваги та недоліки, що пов'язані з підбором персоналу всередині підприємства.

Таблиця 1 – Переваги та недоліки підбору персоналу всередині підприємства

Переваги	Недоліки
можливість просування, згуртованість на підприємстві, гарний клімат на виробництві	зменшення можливості вибору
незначні витрати при наборі	високі витрати на підвищення кваліфікації
знання виробництва	"виробнича сліпота" (тобто на своєму підприємстві недоліків не видно)
знання співробітників та їхніх можливостей	розчарування серед колег
швидке заміщення посади	
вільні місця для молоді	
дотримання виробничого рівня винагород (при прийомі працівника з боку – підвищений оклад ринкової кон'юнктури)	заміщення місць і підвищення в посаді тільки "заради миру і спокою"; не хочуть сказати "ні" співробітникам, який пропрацював тривалий час

Таким чином, аналіз методів внутрішнього підбору кандидатів дозволяє зробити простий, але виключно важливий висновок – не існує одного оптимального методу, тому служба управління персоналом повинна володіти всім набором прийомів для залучення кандидатів і використовувати їх у залежності від конкретної задачі.

УДК 331.101.3

Василичев Д.В.<sup>1</sup>, Самофал М.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ–211м ЗНТУ

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Однією з необхідних умов функціонування підприємства, досягнення ним стратегічних цілей та отримання високих результатів його діяльності є ефективна організація матеріального стимулювання персоналу, яка будується на основі використання відповідних форм та систем.

Проблема ефективної організації матеріального стимулювання розглядалася багатьма вітчизняними і зарубіжними вченими: Адамчуком В.В., Базилюком В.Н., Богинею Д.П., Генкіним Б.М., Гончаровим В.М., Грішнвою О.А., Данюком В.М., Завіновською Г.Т., Калиною А.В., Колотом А.М., Куліковим Г.Т., Рофе А.І., Семікіною М.В., Уткіним Е.А., Фільштейном Л.М. та іншими. Однак деякі питання, що стосуються формування механізму організації матеріального стимулювання персоналу та управління цим процесом розглядалися виходячи з умов перехідної економіки і не відповідають сучасному стану, що склався у країні.

Під формою організації матеріального стимулювання розуміється спосіб взаємозв'язку результатів праці з матеріальними стимулами. Ці форми ґрунтуються на певних ознаках:

- за ступенем інформованості взаємозв'язку результатів праці з матеріальними стимулами розрізняють випереджувальну (коли наперед відомо розмір стимулу – наприклад, основна заробітна плата) та підкріплюючу (наприклад, преміювання) форми матеріального стимулювання;

- за обліком результату праці при визначенні стимулів розрізняють колективну (наприклад, преміювання за результатами роботи колективу) та індивідуальну (наприклад, стимули у вигляді індивідуальних надбавок або пільг) форми;

- за впливом стимулів на ефективність праці розрізняють позитивну (оцінюються певні досягнення або перевищення нормативів, що виражається, наприклад, у преміях) та негативну (оцінюються невиконання завдань або нормативів, що виражається, наприклад, у матеріальному покаранні – зниженні заробітку) форми;

- за характером умов стимулювання розрізняють загальну (для всіх членів трудового колективу) форму та вибіркву форму, що дозволяє здійснювати стимулювання шляхом заохочення до змагання.

Крім зазначених форм, можуть застосовуватися й інші форми матеріального стимулювання персоналу на підприємствах.

Згідно з Методичними рекомендаціями щодо організації матеріального стимулювання праці працівників підприємств і організацій, які рекомендовано наказом Міністерства праці та соціальної політики України № 23 від 29 січня 2003 р., виділяють чотири групи систем матеріального стимулювання:

1. Системи стимулювання, що безпосередньо пов'язані з виробничою або управлінською діяльністю працівників, з виплатою винагороди за основні показники, які характеризують оцінку результатів індивідуальної (колективної) виробничої та управлінської діяльності працівників або кінцевих результатів роботи підприємства, розвиток виробничо-технічного



потенціалу підприємства, економію усіх видів сировини, матеріалів та енергоресурсів, виконання особливо важливих робіт та завдань виробничого або управлінського характеру, пов'язаних з підвищенням ефективності виробництва.

2. Системи матеріального стимулювання через пряме підвищення заробітної плати, а саме побудовані на оцінці особистих якостей робітників, на оцінці особистих заслуг (для працівників управлінської ланки), системи доплат і надбавок до тарифних ставок і посадових окладів за конкретні показники особливостей праці або особисті професійні та ділові якості працівників, які безпосередньо впливають на результати роботи підприємства.

3. Системи матеріального стимулювання, які мають суто соціальний характер: участь працівників у прибутках та акціонерному капіталі підприємства; соціальні заохочувальні виплати та компенсації.

4. Системи, які є одним із засобів забезпечення матеріальної зацікавленості працівників в ефективній господарській діяльності підприємства. До них належать системи преміювання працівників за збирання, зберігання, переробку та здавання відходів вторинної сировини, різного роду матеріалів тощо.

Крім зазначених систем матеріального стимулювання персоналу можуть застосовуватися й інші, оскільки відповідно до чинного українського законодавства підприємствам надана певна свобода в їх виборі.

УДК 65.240

Гудзь М.В.<sup>1</sup>, Куаталієва В.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> д-р екон. наук, проф. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-221с ЗНТУ

## СТАН МОЛОДІЖНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ

Молодь виступає запорукою, резервом і рушієм розвитку будь-якої країни, її майбутнього. Вона є головним людським ресурсом, потенціалом економічного та інноваційного розвитку будь-якої держави. Тому пріоритетним для прийняття рішень у сфері молодіжної політики має бути забезпечення молоді сприятливими стартовими можливостями на ринку праці. Без дієвої підтримки молодь, яка має проблеми щодо пошуку роботи або працює за мінімальну заробітну плату, в будь-який момент може опинитися в статусі економічної пасивності.

Аналіз показав, що рівень економічної активності молоді залишається практично незмінним протягом досліджуваного періоду. У жінок він залишається нижчим, ніж у чоловіків. Ця тенденція відповідає показнику

народжуваності серед жінок відповідних вікових груп, що пов'язано з народженням і вихованням дітей у цей період, ускладненням повернення жінок на ринок праці після відпустки по догляду за дитиною та недостатньою розвиненістю мережі дошкільних закладів.

Рівень економічної активності молоді в міських поселеннях переважно є вищим, ніж серед сільської молоді. Це пояснюється тим, що сільська молодь раніше виходить на ринок праці через обмежений доступ до навчальних закладів. Обмеженість доступу до фахової освіти зумовлює в подальшому житті нижчу конкурентоспроможність сільської молоді на ринку праці. Та її частина, яка хоче одержати вищу або професійно-технічну освіту, вимушена мігрувати до міст, де, у переважній більшості, залишається після закінчення навчання.

Рівень зайнятості молоді старших вікових груп (25–29 і 30–34 роки), як завжди, є вищим, ніж серед молоді молодшої групи (15–24 роки). Це пов'язано з тим, що в цьому віці молоді люди навчаються. Показник рівня зайнятості за статтю свідчить про гендерну нерівність – зайнятість серед чоловіків, як завжди, є вищою, ніж серед жінок. Причини цього пов'язані не лише з процесом народження дітей, а й із гендерним дисбалансом у пропозиціях робочих місць на ринку праці України.

Сільська молодь більшою мірою зайнята в неформальному секторі економіки, ніж міська. Це пов'язано з тим, що сільська молодь переважно зайнята в особистому селянському господарстві, а знайти роботу в сільській місцевості поза межами таких господарств складно. Чоловіки також частіше залучені до неформальних форм зайнятості, ніж жінки.

Більш пріоритетною сферою працевлаштування для молоді, як і раніше, залишається фінансова діяльність і торгівля, де частка зазначеної категорії працівників перевищує половину всіх працюючих у цій галузі.

Актуальним питанням сьогодні також є забезпечення узгодженості між ринком освітніх послуг і ринком праці. Наслідком досягнення такої узгодженості стане покращення ситуації щодо професійної орієнтації молоді в закладах середньої і вищої освіти, становища молоді на ринку праці та її економічного становища. У зв'язку із цим сьогодні необхідно забезпечити належне застосування механізмів стратегічного планування освітньої та профорієнтаційної політики. Забезпечення реалізації профорієнтаційної функції середньої освіти слід включити до пріоритетів молодіжної політики на найближчу перспективу.

У процесі освітньої та професійної орієнтації молоді велике значення має належне використання потенціалу позашкільної та неформальної освіти.

Крім того, у сфері освіти необхідними є:

- активне застосування діагностичних методик дослідження, науково обгрунтоване професійне консультування із використанням прогресивного

досвіду й інноваційних технологій. Враховуючи, що застосування високих технологій насамперед матиме місце у традиційних галузях спеціалізації економіки України (металургія, хімія, енергетика, сільське господарство), необхідно розширити підготовку кадрів зі знанням високих технологій саме в цих сферах, використавши для цього як базові також лабораторії наукових академічних установ;

- удосконалення механізму формування державного замовлення в системі вищої та професійно-технічної освіти;

- посилення координації діяльності служби зайнятості з закладами освіти в питаннях перепідготовки незайнятого населення за робітничими професіями і спрямування ресурсів на розвиток відповідних закладів освіти;

- удосконалення підготовки та перепідготовки майстрів виробничого навчання та викладачів.

Одним із напрямків регулювання взаємодії ринків освітніх послуг та праці є удосконалення економічного механізму управління якістю освітніх послуг. Дієвими інструментами економічного механізму регулювання інтересів партнерів у системі освіти повинні стати підвищення якості освіти шляхом прогнозування структури спеціальностей, дослідження вимог ринку праці до компетенції випускників, фінансування навчальних закладів за результатами діяльності, аудиту якості освітніх послуг.

## СЕКЦІЯ «ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ»

УДК 004.9

Морозов Д.М.

канд. техн. наук., доц. ЗНТУ

### QGIS – ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ РОБОТИ З ПРОСТОРОВОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ

Питання розвитку геоінформаційних систем не завжди хвилювало ІТ-спільноту. Раніше сфера ГІС була вузькою і специфічною областю в ІТ-індустрії, де всі учасники знали один одного. Однак з появою популярних інтернет картографічних сервісів, а також мобільних додатків, кожна людина змогла освоїти технології, які раніше були доступні гуру в області ГІС і ДДЗ (Дані дистанційного зондування. Дані про поверхню Землі, об'єктах, розташованих на ній або в її надрах, отримані в процесі зйомок будь-якими неконтактними, тобто дистанційними методами. <http://www.qgis.org/uk/site/>).

Яндекс і Гугл зробили все, щоб життя користувачів при використанні картографічних додатків була комфортною. Однак коли користувач починає дозволяти собі більше, його життя різко ускладнюється. Даний огляд покликаний скоротити кола пекла в освоєнні нової спеціальності. Тут немає нічого складного, проте, як в будь-якій спеціалізації, є маса нюансів.

У різноманітності ПО, яке працює з просторовою інформацією, легко загубитися. Тому рекомендую почати освоєння цієї галузі з настільних ГІС-додатків. Найбільш популярні додатки ArcGIS, MapInfo та QGIS (вільна географічна інформаційна система з відкритим кодом). Об'єктивно лінійка ГІС-продуктів компанії ESRI найкраща. Якщо у вас є зайві гроші, можете почати з ArcGIS. Однак ми за open source (відкрите програмне забезпечення англ. Open-source software - програмне забезпечення з відкритим вихідним кодом) у всьому світі, тому почнемо з QGIS, де об'єктивних причин використовувати пропріетарні продукти стає все менше.

QGIS працює на всіх популярних OS, навіть під Android. Всю інформацію про встановлення можна почитати на сторінці проекту. Для любителів повного імпортозаміщення QGIS збирає NextGIS.

Після установки QGIS необхідно в першу чергу запустити QGIS Desktop. QGIS Browser знадобиться в подальшій роботі, але не зараз.

На даний момент написано багато посібників з QGIS. В інтернеті, в основному, вони концентруються на [gis-lab.info](http://gis-lab.info). В першу чергу я б рекомендував почати з «Краткое введение в ГИС». Потім вже читати статті по інтересам, статті можна ранжувати за ключовими словами.

Крім того, можна звернутися до офіційної документації на сайті проекту ([http://docs.qgis.org/2.6/ru/docs/user\\_manual/](http://docs.qgis.org/2.6/ru/docs/user_manual/)). Ті, хто не бажає багато читати,

можуть подивитися відеоролики. А потім завантажити навчальний проект (<http://gis-lab.info/data/geosample/geosample-qgis.7z>) та потренуватися. Користувачі, які володіють мовами програмування Python та C++ можуть доповнити функціонал QGIS у вигляді плагіна. (<http://qgis.org/ru/site/getinvolved/development/>).

Якщо раптом ви не знайшли відповіді на своє питання, можна звернутися на форум [gis-lab.info](http://gis-lab.info) або скористатися іншими каналами неформального спілкування, наприклад, задати питання в Фейсбуці (<https://www.facebook.com/QGIS.UA>), група «QGIS.UA», або на [gis.stackexchange.com](http://gis.stackexchange.com).

Отже, з інструментом познайомилися, однак для роботи потрібні дані, які можуть коштувати чимало грошей. У випадку з космічною зйомкою високої якості, дійсно доведеться заплатити гроші. Однак для більшості завдань цілком достатньо відкритих даних. Це перш за все OpenStreetMap (створений спільнотою картографів, які додають і підтримують дані про дороги, стежках, кафе, вокзалах і багатьох інших об'єктах по всьому світу <http://www.openstreetmap.org/>), а також дані дистанційного зондування, що викладаються за рахунок американських платників податків. Наприклад, Landsat, MODIS, SRTM, ASTER DEM та ін. Найбільш повний огляд відкритих даних представлений тут (<http://gis-lab.info/qa/data.html>).

На закінчення хотів би зазначити, що, незважаючи на зростання інтересу до геоінформаційних систем, корисна інформація про ГІС сильно фрагментована. Сподіваюся, цей огляд частково закрий цю прогалину.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сайт проекту QGIS [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://qgis.org/uk/site/index.html>.
2. GIS-Lab: Геоинформационные системы и Дистанционное зондирование Земли [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://gis-lab.info/>.
3. Українська група користувачів QGIS [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.facebook.com/QGIS.UA>.
4. Популярний англomовний ГІС форум [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://gis.stackexchange.com/questions/tagged/qgis>.

## **ГЕОІНФОРМАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ**

Результати останніх досліджень сфери туризму у Запорізькій області показують підвищення долі внутрішнього туризму, що в свою чергу обґрунтовує розробку програмного забезпечення на базі геоінформаційної моделі регіону, виявлення та нанесення на карту різних категорій туристичних об'єктів, таких як санаторії, бази відпочинку, пансіонати, готелі, а також торгово-розважальні, спортивні та культурно-пізнавальні центри, театри, музеї тощо.

Для визначення інформаційних джерел проведено аналіз існуючих інформаційних порталів за сферами туризму. Більш повна інформація про туристично-рекреаційний потенціал регіону подана на обласному туристсько-інформаційний порталі ([www.zotic.zp.ua](http://www.zotic.zp.ua)). Але, можна сміливо стверджувати, що наявні джерела не надають в повному обсязі інформацію про туристичні об'єкти у регіоні.

Одним із вихідних компонентів геоінформаційного моделювання виступає картографічний модуль, який забезпечує картографічне подання вихідних, похідних чи результуючих даних у вигляді цифрових, комп'ютерних та електронних карт, при цьому виступаючи елементом інтерфейсу користувача і засобом документування підсумкових результатів.

Найбільш поширеними, безкоштовними он-лайн системами геоінформаційного моделювання є «Карти Google», «Карти@Mail.Ru», «МетаКарти», «Яндекс.Карти». Наведені сервіси є не тільки геоінформаційними системами, але й пошуковими системами, що дозволяють виконувати контекстний пошук у зв'язці з географічним місцем розташування. Пошуково-інформаційний он-лайн картографічний сервіс «Яндекс.Карти» надає розробникам JavaScript API Яндекс.Карт— набір JavaScript-компонентів, призначених для створення інтерактивних карт.

API надає п'ять вбудованих типів карт: схема, супутник, гібрид, народна карта і народний гібрид. Існує можливість визначення нових типів карт за допомогою створення власних шарів і / або комбінування вбудованих.

У карти є чотири глобальних колекції: колекція геооб'єктів, колекція елементів управління, колекція шарів і колекція поведень карти. На карті відображаються тільки ті об'єкти, які були додані в ці глобальні колекції (тобто додавання об'єктів на карту здійснюється тільки через їх додавання в глобальні колекції).

Застосування технології об'єднання геооб'єктів у колекції дозволяє визначити властивості відразу всіх своїх членів і проводити групові операції над ними. Геооб'єкт може належати тільки одній колекції.

Туристичний сегмент Запорізького регіону має велику кількість різних видів об'єктів, наприклад театрів, музеїв, готелів, баз відпочинку, санаторіїв та ін. Іноді необхідно їх відобразити одночасно на карті, а отже відповідні геооб'єкти можуть перебувати настільки близько один до одного, що при деяких значеннях масштабі карти їх мітки починають накладатись одна на одну. Карта, що повністю вкрита мітками, є перевантаженою і неінформативною.

Проблеми, що пов'язані з продуктивністю і відображенням великої кількості об'єктів, вирішуються за допомогою технології групування об'єктів сервісу «Яндекс.Карти».

Групування об'єктів відбувається за рахунок поділу карти на рівні квадрати заданого розміру. Туристичні об'єкти, що опинилися в одному квадраті, об'єднуються в групу.

Кожна група позначається міткою, в якій зазначене число - це кількість туристичних об'єктів, що входять до нього.

Для зручності користувача при натисканні на позначку групи, з'являється спливаюче вікно, що відображає список туристичних об'єктів, що знаходяться в даній групі, та інформацію про них.

Аналіз результатів групування надає можливість, також визначити стратегічні напрямки розвитку туристичного потенціалу регіону завдяки використанню інструментальних засобів редевелопменту, що уможливорює зміну функціонального призначення існуючих або створення нових об'єктів регіональної інфраструктури.

Аналіз інформаційних порталів за сферами туризму в Запорізькій області свідчить, що на сьогоднішній день наявна велика кількість неструктурованої розгалуженої інформації, щодо об'єктів туризму та туристичних послуг у регіоні. Ефективне вирішення цієї проблеми – застосування сучасних інформаційних, а саме систем управління базами даних для збереження інформації та геоінформаційних систем (ГІС) для наочного її подання. В якості засобу геоінформаційного моделювання пропонується використати сервіс «Яндекс.Карти», як платформу для розробки геоінформаційної моделі сфери туризму області.

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ГІС В РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ**

При дослідженні туристського потенціалу територій та розроблення програм їх освоєння фахівцям доводиться стикатися з великою кількістю інформації, що характеризує різні сторони простору. Незамінним засобом обробки такого роду інформації є географічні інформаційні системи (ГІС).

На сьогодні ГІС в туристичній галузі в основному використовуються для підготовки туристичних карт, буклетів і іншої друкованої продукції. У той же час, для територій, що володіють унікальним природним потенціалом або що мають історико-культурне значення, важливою є розробка геоінформаційних систем з метою створення інтерактивних картографічних Інтернет ресурсів в туристичній галузі. Об'єктом дослідження в даному аспекті є відповідна територія з повним, достовірним і глибоким інформаційним змістом, а саме тематичним скеруванням, створенням можливості використання території для розвитку регіонального туризму.

Географічні інформаційні системи – це програмно-апаратний комплекс, здатний вводити, зберігати, оновлювати, маніпулювати, аналізувати і виводити всі види географічно-прив'язаної інформації [3].

В даний час широкого застосування знаходять ГІС-технології в туристському проектуванні та в процесі експлуатації туристських ресурсів і об'єктів туристичної індустрії. Відзначимо, що український туристський бізнес поки що не може відзначити великих досягнень в цій галузі. На вітчизняному тлі помітних успіхів досягли тільки електронні карти, де інформація представлена поки в одному ракурсі. Але на них відсутня прив'язка до реального часу та ін.

ГІС можуть стати одним з основних помічників тур фірм, якщо буде створена ГІС карта з нанесеними на ній курортами регіону, з якими співпрацює фірма, плани їх територій, інформація про якість обслуговування, фотографії номерів та ін. Все це створить величезну перевагу перед іншими продавцями подібного туристського продукту.

Орієнтуючись на досвід зарубіжних туристичних фірм, на наш погляд, необхідно створити регіональну географічну інформаційну систему «Рекреація і туризм в Запорізькій області», яка буде служити інструментом ефективного управління туристською діяльністю в регіоні. У ГІС логічно відзначається поєднання базової (довготривалої) і динамічної інформації для прийняття як миттєвих, так і довготривалих рішень.

Картографічна база даних ГІС може включати наступні елементи:



- цифрові карти Запорізької області різних масштабів;
- цифрові карти історичних центрів зі спеціалізованим навантаженням – схемою руху громадського транспорту, місцем розташування культурно-історичних пам'яток, готелів, заправних станцій і т.п.

Однією з актуальних проблем туристської діяльності в будь-якому регіоні є організація відпочинку городян у період вихідних днів у приміській зоні. І сьогодні необхідно розробляти науково обґрунтовані програми розподілу відпочиваючих по приміській території. В основі створення проекту експлуатації приміських зон має бути географічна інформаційна система.

Створення туристично-орієнтованої ГІС «Рекреація і туризм в регіоні» дозволить робити просторові запити і проводити аналіз, виявляти території, що підходять для необхідних заходів, виявляти взаємозв'язки між різними параметрами. Інформація на карті про курорти Запорізької області: місцях їх розташування, якості обслуговування, фотографії номерів, пляжів, назви оригінальних страв місцевої кухні та інформація про культурно-історичні пам'ятки дасть туристським фірмам, що мають доступ до даної ГІС, значні переваги. ГІС «Рекреація і туризм в регіоні» - це інтерактивна технологія, яка буде відповідати на запити користувачів практично негайно.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Готинян В.С. Возможности WEB- та ГИС/ДЗЗ-технологий в туризме [Електронний ресурс] / В.С. Готинян, А.В. Семененко, О.В. Томченко. - Режим доступу: <http://www.pryroda.gov.ua/ua/index.php?newsid=945>.

2. Дорожинський О. Про принципи використання геоінформаційних технологій при створенні інформаційно-довідникових систем загального призначення [Текст] / О. Дорожинський, І. Колб, А. Фаргал // Вісник геодезії та картографії. – 2003. – № 3 (30). – С. 40–42.

3. Бугаевский Л.М. Геоинформационные системы: навальный учебник для вузов [Текст] / Л.М. Бугаевский, В.Я. Цветков. – М.: Златоуст, 2008. – 222 с.

УДК 004.9

Юрєчко В.З.

викл. ЗНТУ

## **РОЗРОБКА ГЕОІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ СУСПІЛЬСТВА**

В роботі розглядається розробка та використання геоінформаційних систем (ГІС) у суспільстві. ГІС – апаратно-програмний людино-машинний комплекс, що забезпечує збір, обробку, відображення і поширення

просторово-координованих даних, інтеграцію даних і знань про територію для їх ефективного використання при вирішенні наукових і прикладних задач, пов'язаних з інвентаризацією, аналізом, моделюванням, прогнозуванням і управлінням навколишнім середовищем і територіальною організацією суспільства [1, 2]. Як відомо, ГІС тісно пов'язані з картографією [2, 3]. Їх взаємозв'язок проявляється в таких аспектах: тематичні та топографічні карти; системи географічних і прямокутних координат і картографічна разграфка; карти; картографічний аналіз; математико-картографічне і ЕОМ-картографічне моделювання; картографічне зображення.

У технологічному аспекті ГІС є засобом збору, зберігання, перетворення, відображення і поширення просторово-координатної географічної інформації. Таким чином, ГІС можна розглядати як систему технологічних засобів, програмного забезпечення і процедур, призначену для збору просторових даних, їх аналізу, моделювання і відображення в цілях розв'язання комплексу задач з планування та управління.

З виробничої точки зору ГІС – комплекс апаратних пристроїв і програмних продуктів, призначених для забезпечення управління та прийняття рішень, причому найважливіший елемент цього комплексу є автоматичні картографічні системи. Цей комплекс використовує географічні дані, а також непросторові дані і має в своєму розпорядженні операційні можливості, необхідні для їх просторового аналізу. Призначення ГІС полягає у забезпеченні процесу прийняття рішень з оптимального керування ресурсами; організаційні питання щодо функціонування транспорту та роздрібної торгівлі; використанні об'єктів нерухомості, водних, лісових та інших просторових ресурсів.

Виникнення і бурхливий розвиток ГІС був зумовлений великим досвідом топографічного і, особливо, тематичного картографування. Значний вплив в цей період надають теоретичні роботи в області географії та просторових взаємозв'язків, а також становлення кількісних методів в географії в США, Канаді, Англії, Швеції. Перший безумовний великий успіх становлення геоінформатики та ГІС – це розробка і створення Географічної Інформаційної Системи Канади. Почавши свою історію в 60-х роках, ця великомасштабна ГІС підтримується і розвивається й до сьогодні.

ГІС розробляються з метою розв'язання наукових і прикладних задач з моніторингу екологічних ситуацій, раціонального використання природних ресурсів, а також для інфраструктурного проектування, міського і регіонального планування та прийняття оперативних заходів в умовах надзвичайних ситуацій. Основний напрямок використання ГІС – це життєдіяльність [4–5].

В цьому випадку ГІС можна класифікувати за такими функціональними можливостями: повнофункціональні ГІС загального призначення; спеціалізовані ГІС; інформаційно-довідкові системи для домашнього та інформаційно-довідкового користування. Функціональні можливості ГІС визначаються також архітектурним принципом їх побудови: закриті системи – не мають можливостей розширення, а також відкриті системи – відрізняються легкістю пристосування і можливостями розширення.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Барладин А.В. Использование Гис и ДЗЗ-технологий в сельском хозяйстве [Текст] / А.В. Барладин, П.Д. Ярошук // Ученые записки таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: География. – 2005. – Т. 18 (57). – № 2. – С. 3–9.
2. Берлянт А.М. Геоинформационное картографирование [Текст] / А.М. Берлянт. – М.: Астрей, 1997. – 64 с.
3. Геонформатика. Толковый словарь основных терминов [Текст]/ Ю.Б. Баранов, А.М. Берлянт, Е.Г. Капралов, и др. – М.: ГИС-Ассоциация, 1999. – 204 с.
4. Карпенко С.А. Геоинформационное обеспечение функции учета объектов территориального управления [Текст] / С.А. Карпенко // Ученые записки таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия: География. – 2009. – Т. 22 (61). – № 1. – С. 39–47.
5. Карпенко С.А. Геотехнологии в управлении территориальным развитием [Текст] / С.А. Карпенко // Ученые записки таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия: География. – 2010. – Т. 23 (62). – № 2. – С. 149–156.

УДК 004.9:338.48

Козлова С.С.

старш. викл. ЗНТУ

### **ЗАСТОСУВАННЯ ГІС-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ**

На сьогодні ГІС в туристичній галузі в основному використовуються для підготовки туристичних карт, буклетів та іншої друкованої продукції. У той же час, для територій, що володіють унікальним природним потенціалом або мають історико-культурне значення, важливим є розробка геоінформаційних систем з метою створення інтерактивних картографічних Інтернет ресурсів у туристичній галузі.

Інформаційною основою регіональної ГІС є паспорт регіону. Паспорт регіону – це розподілена база даних, що містить максимально повну інформацію про ресурси регіону і про всі аспекти його функціонування: географічні дані та туристичні об'єкти з численними пам'ятками, додатковою інформацією туристичної інфраструктури (готелі, заклади харчування, транспорт, лікарні, аптеки, органи управління тощо) з можливістю детальної довідкової інформації про ці об'єкти. Збір інформації, що становить основу довідкової бази даних, проводиться з різних джерел, в тому числі з друкованих видань, ресурсів Інтернет та вивчення об'єктів на місцевості й уточнення їх місце знаходження. Інформація розбита по тематичним категоріям, у кожній з яких представлені кілька картографічних шарів з можливістю ідентифікації об'єкта й одержання додаткової інформації з нього.

Сучасні геоінформаційні системи з їх розвиненими аналітичними можливостями дасть змогу наочно відобразити і осмислити інформацію про конкретні об'єкти, процеси і явища в їх сукупності. ГІС здійснюють комплекс розрахунків, що дають змогу органам управління контролювати поточний стан справ. Аналітичний механізм ГІС забезпечує використання широкого кола методів обробки інформації – від найпростішої арифметики до найскладніших математичних моделей.

Туристичні ГІС створені на базі використання технологій ESRI ArcGIS Server. Система складається з клієнтського інтерфейсу та серверного рівня. Клієнтська частина ГІС реалізована засобами Internet браузерів. Клієнти обробляють тільки функції клієнтського інтерфейсу, а всі дані відправляють на ArcGIS Server. Результати відпрацьовування запитів інтерпретуються браузером і відображається на екрані.

Впровадження регіональної туристської ГІС дозволить вирішити типові для регіонів задачі по підвищенню ефективності використання туристських ресурсів.

Ефективність впровадження регіональної ГІС буде виражатися в наступному:

- забезпечення інформаційної доступності туристських ресурсів регіону для суб'єктів туристичного ринку (держоргани, туроператори, турагенти, туристи, інвестори);
- формування сприятливого туристичного іміджу регіону;
- збільшення активності учасників туристського ринку (зростання туристського потоку, що дозволяє створити мультиплікативний ефект туристської діяльності в регіоні).

Будь-яка ГІС може бути комерційним проектом, дозволяючи повернути не тільки вкладений у розробку капітал, але і отримувати значний дохід від її використання. Здатність ГІС проводити пошук у базах даних і здійснювати

просторові запити дозволила багатьом зарубіжним компаніям заробити мільйони доларів. Крім того, ГІС допомагає скоротити час отримання відповідей на запити клієнтів, виявляти території, придатні для необхідних заходів, взаємозв'язку між різними параметрами (наприклад, ґрунтами, кліматом і врожайністю сільськогосподарських культур), реалізовувати інтернет-проекти з технологією ГІС в туризмі.

Ефективність використання геоінформаційних технологій для розвитку регіонального туризму досягається картографічної формою подання інформації та оперативними можливостями її аналізу. Сучасні ГІС розширили використання карт за рахунок зберігання графічних даних у вигляді окремих тематичних шарів, а якісних і кількісних характеристик складових їх об'єктів у вигляді баз даних.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Світличний О.О. Основи геоінформатики: Навчальний посібник [Текст] / За заг. ред. О.О. Світличного. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2006. – 295 с.
2. Основи геоінформаційних систем і технологій: Навчальний посібник [Текст] / Л.М. Даченко, В.І. Остроух. – К.: ДНВП «Картографія», 2012. – 184 с.
3. Самойленко В.М. Географічні інформаційні системи та технології: Підручник [Текст] / В.М. Самойленко. – К.: Ніка-Центр, 2010. – 448 с.

УДК 004.9:332.3

Домашенко С.В.<sup>1</sup>, Гринь А.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. фіз.-мат. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУ-222 ЗНТУ

### **ГІС-ТЕХНОЛОГІЇ У СИСТЕМАХ МОНІТОРИНГУ АГРОРЕСУРСІВ УКРАЇНИ**

В третьому тисячолітті рівень науково-технічного прогресу дозволяє широко використовувати інформаційні системи в сфері науки, освіти, виробництва, бізнесу, моніторингу, консалтингових послуг тощо. Проте в сільськогосподарській галузі рівень інформатизації недостатній, що негативно відображається на показниках економічної ефективності агропромислового комплексу. Спроби налагодити ефективне й осмислене управління в сільському господарстві натрапляють на масу перешкод. У першу чергу – це відсутність достовірних відомостей, як про місцевість, так і про характер землекористування і його режим.

Багатоскладова інформаційна система, яка здатна в оперативному режимі надавати відомості про поточний стан та майбутню урожайність сільськогосподарських культур на певних площах – це система моніторингу стану агресурсів та прогнозування урожайності (СМАПУ). Сучасні СМАПУ можуть бути орієнтовані або на проведення моніторингу стану рослинності, або на оцінку продуктивності та прогнозування врожайності. Кожна СМАПУ, в залежності від поставлених перед нею завдань, має свою власну структуру та використовує ту чи іншу комбінацію інформаційних технологій.

Одним з напрямків нових технологій в рослинництві є технології «точного землеробства», у якій враховано, що поле в межах кожного окремого сільськогосподарського поля існують розбіжності в структурі та родючості ґрунту, забезпеченні поживними речовинами та вологою. Отже врожай, отриманий на різних ділянках цього поля буде різний. Використання у господарстві технології точного землеробства є практичним застосуванням СМАПУ локального рівня.

Світова практика створення СМАПУ типу MCYFS показала, що такий проект потребує об'єднання зусиль багатьох організацій, величезних коштів (десятки мільйонів доларів) та може тривати досить тривалий період часу. З огляду на це здається, що зараз Україні буде важко власноруч вирішити питання створення власної СМАПУ.

На думку експерта аналітично-дорадчого центру Блакитної стрічки ПРООН М. Кобця, Україні буде значно простіше й вигідніше влитися в чинну європейську систему. Але й на цьому шляху перед нашою державою постає низка проблем, які досі не вирішені. Зокрема, потрібна підтримка українського уряду для проведення робіт з адаптації напрацьованих в ЄС моделей та методик для природно-кліматичних умов України. Необхідно також визначити координатора цих робіт та спосіб обміну інформацією між державними установами, залученими до такої діяльності, оскільки цей обмін іноді відбувається на комерційних засадах, що неприпустимо для нормального функціонування пропонованої системи. Крім того, подекуди виникають проблеми, пов'язані з режимом секретності, особливо коли постає необхідність використання зображень високої просторової розрізненості для потреб точного землеробства або для кадастрових робіт. Не сприяє створенню системи дистанційного космічного моніторингу агресурсів також нестача кваліфікованих фахівців у цій сфері та намагання залучати дані лише вітчизняних космічних апаратів.

Кінцевою метою інформатизації українського аграрного виробництва є створення умов для скорішого впровадження сучасних технологій та інтеграції агропромислового комплексу України в світову економічну систему. Використання таких сучасних інформаційних технологій, як ДЗЗ і

ГІС в інтересах агропромислового комплексу України є складовою частиною загального процесу інформатизації АПК та безумовно сприятиме формуванню нових рівнів аграрних технологій, сільськогосподарського менеджменту та стратегічного планування.

УДК 004.9:338.48

Домашенко С.В.<sup>1</sup>, Маллакурбанова М.Є.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. фіз.-мат. наук, доц. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. МТУЗ-121 ЗНТУ

## **ГІС-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ**

Безсумнівно, що найефективнішими засобами в обробці просторових даних на сьогодні є геоінформаційні технології (ГІС-технології). За останнє десятиріччя розуміння їх сутності значно змінилося, а функціональний спектр застосування безмежно розширився – від виконання вузькогеографічних дослідницьких та кадастрових, аж до складних аналітико-модельюючих та експертних управлінських завдань практично у всіх сферах людської життєдіяльності.

Аналіз практики використання інформаційних технологій туристичними підприємствами Запорізькій області дозволяє зробити висновок, що на сьогоднішній день наявна велика кількість неструктурованої розгалуженої інформації щодо об'єктів туризму та туристичних послуг. Ефективне вирішення цієї проблеми – створення функціональної геоінформаційної туристичної системи (геопорталу) області, що включає єдину наскрізну базу/банк даних з регулярним оновленням про туристично-рекреаційний комплекс Запорізької області.

Геопортал є складнішою за структурою ГІС – це сукупність Інтернет-засобів, що підтримують об'єднану інформацію про геоінформаційні ресурси та сервіси геопросторових даних, і забезпечує доступ до них в мережі Інтернет. Інформаційною основою регіональної ГІС є паспорт регіону – розподілена база даних, що містить максимально повну інформацію про ресурси регіону і про всі аспекти його функціонування. Сучасні географічні інформаційні системи з їх розвиненими аналітичними можливостями дають змогу наочно відобразити і осмислити інформацію про конкретні об'єкти, процеси і явища в їх сукупності.

До основних компонентів ГІС туристичної інфраструктури області доцільно включити:

- об'єкти особливого туристичного попиту: пам'ятки історії, культури та архітектури регіону; об'єкти зеленого, релігійного та паломницького туризму;

- суб'єкти туристичного бізнесу: туристичні оператори та туристичні агенти регіону;

- розроблені та такі, що перебувають у стадії розробки, туристичні маршрути області;
- засоби розміщення на території області всіх форм власності;
- транспортні засоби всіх форм власності, що використовуються для потреб туристичної галузі;
- мережу закладів харчування (кафе, бари, ресторани); мережу закладів культури (театри, кінотеатри, бібліотеки тощо) Запоріжжя;
- екскурсководів та гідів-перекладачів; краєзнавців та спеціалістів із молодіжного та спортивного туризму;
- інвестиційні проекти в туристичній галузі, зокрема про можливості створення молодіжних хостелів та облаштування туристичної інфраструктури за напрямками мережі транспортних коридорів та основних транспортних магістралей, що проходять територією регіону тощо.

Створення та практична організація діяльності ГІС туристичної інфраструктури області дасть змогу:

- раціоналізувати документообіг по вертикалі та координацію виконання документів по горизонталі управління туризмом;
- забезпечувати обмін інформацією шляхом зворотного зв'язку (електронна пошта, он-лайн опитування відвідувачів сайту аналіз відвідуваності основних розділів сайту, участь у он-лайн рейтингах);
- здійснювати практичне інформування потенційних споживачів туристичних послуг про наявні та потенційні туристичні продукти на місцях та в області;
- здійснювати Інтернет-маркетинг та рекламування регіонального та локальних / міських туристичних продуктів;
- покращити процеси інвентаризації туристично-рекреаційного комплексу регіону;
- створити можливості потенційним споживачам раціоналізувати логістичні процеси в межах області;
- гарантувати вибір безпечних туристичних маршрутів територією області;
- проводити комплексні маркетингові дослідження туристичного продукту регіону;
- здійснювати комплексний моніторинг туристичної інфраструктури області через аналіз щоденних звітів від суб'єктів туристичної діяльності;
- забезпечувати постійні міжнародні контакти та міжнародне співробітництво;
- підвищити ефективність туристичної діяльності на рівні регіону через актуалізацію координаційних механізмів та обміну інформаційними потоками (як база даних та інтерактивна система зі зворотнім зв'язком) тощо.

Використання банків геоінформації, наборів геопросторових даних та методів мережевого обміну даними може значно полегшити управління туризмом та забезпечити його сталий розвиток.



## **СЕКЦІЯ «МІЖКУЛЬТУРНА ТА ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ІНОЗЕМНИМИ МОВАМИ»**

УДК УДК 81'27:81'42:316.77

Новиков В.П.

канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

### **ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОСТЬ КОММУНИКАТИВНОГО АКТА ОЦЕНКИ**

В рамках интеракционного подхода коммуникативный акт оценки определяется как комплекс речевых и психоментальных действий по кодированию, передаче и декодированию оценочного сообщения, инициируемых адресантом и совершаемых коммуникантами в контексте актуализации данного акта.

Целенаправленность рассматривается как один из наиболее существенных признаков коммуникации – наряду с информативностью и знаковым характером передаваемого сообщения.

Целенаправленность коммуникации предполагает преднамеренность осуществляемого адресантом речевого действия. Различные интенции говорящего (сообщить о чем-то, обещать выполнить какое-либо действие, выразить свое психологическое состояние и т.д.) лежат в основе выделения разновидностей абстрактной единицы речевой деятельности – речевого акта.

Целенаправленность коммуникации также предполагает участие в этом процессе двух коммуникантов – адресанта и адресата. Коммуникативным является только законченный акт обмена мыслями, в связи с чем процесс общения все чаще трактуется сегодня как субъект-субъектная коммуникация, а сознание адресата (интерпретатора) обязательно включается в лингвистические модели речемыслительной деятельности и текстообразования.

Соответственно, расширяются функции адресата, одна из которых связывается с его влиянием на выбор адресантом языковых средств и способов построения речевого произведения. «Присутствие» адресата в акте коммуникации ощущается уже на этапе кодирования сообщения. При таком подходе функция текста сообщения определяется как роль посредника между отправителем и адресатом в интерактивном процессе межличностной коммуникации.

Термины «речевой акт» и «коммуникативный акт», используемые для обозначения единицы двусторонней вербальной коммуникации, имеют разную прагматическую «фокусировку». Первый делает акцент на иллокутивном намерении отправителя сообщения. Второй сфокусирован на взаимодействии коммуникантов, что, в свою очередь, дает возможность

исследователю уделить более пристальное внимание и другим элементам ситуации, в которой реализуется акт коммуникации, в частности – контакту.

Понятие «контакт», рассматриваемое в коммуникативно-прагматическом плане, отражает воздействующий характер коммуникации. Коммуникативная ситуация часто сводится к побуждению адресата к выполнению того или иного действия.

В связи со сказанным, оценочное сообщение, наряду с манифестируемыми в нем векторными характеристиками исходного оценочного высказывания – когнитивной, ценностной, эвалюативной и аффективной, характеризуется наличием еще одной группы облигаторных векторных признаков – прагматических, а среди них – гомоцентрического вектора, связанного с регулятивной (конативной, эвокативной, апеллятивной) функцией языка. Гомоцентрический вектор играет доминирующую роль в организации коммуникативного акта оценки, выборе определенного кода и языковых средств экспликации последнего.

УДК 811.112

Прохорова П.В.

канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

## **ІНОЗЕМНА МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ В СФЕРІ ТУРИЗМУ: ЛІНГВІСТИЧНІ ПРОБЛЕМИ**

В процесі комунікації різних культур та розвитку технологічного прогресу набирає обертів міжнародний туризм. Цей феномен продовжує стрімко поширюватись та зміцнювати свої позиції. Дане явище не могло не позначитись на практиці викладання іноземних мов і тому в навчальний процес вищої школи була включена дисципліна «Іноземна мова професійного спілкування». Міжкультурна комунікація в системі мовних зв'язків міжнародного туризму створило так званий «туристичний концептуальний простір» – континуум, який має структуровану ієрархічну сукупність взаємопов'язаних і взаємозумовлених елементів наповнених туристичними реаліями: номінаціями об'єктів, суб'єктів, явищ, предметів тощо.

Торкаючись історії появи зазначеної навчальної дисципліни, слід зазначити, що вона виникла не на порожньому місці. Наприклад, у теорії русистики у вісімдесяті роки минулого сторіччя активно розроблялася наукова концепція «мова для спеціальних цілей», активістами якої були В.М. Лейчик і ціла плеяда фахівців-термінологів. До їх числа входили й представники Дніпропетровського держуніверситету. В еволюції цього напрямку спостерігався поступовий відхід від опису спеціальної лексики та спроби вироблення спеціального універсального синтаксису.

Крім того, з початком перебудови у вищій школі стрімко з'явилися факультативні, а з часом майже обов'язкові дисципліни «Wirtschaftsdeutsch», «Marktwirtschaft» та ін. Метою цих курсів було поширення категорій ринкової економіки та підготовка перекладачів. Далі з'явився навчальний напрямок «Мова спеціальної комунікації» із прагматичною метою вузькопрофільної підготовки галузевих фахівців.

У нашому випадку ми маємо справу з іноземною мовою професійного спілкування в сфері туризму. З попереднього досвіду наукових розробок та їхнього впровадження в навчальний процес необхідно наголосити на тому, що цей напрямок може і повинен враховувати цілу низку лінгвістичних особливостей, скажімо, німецької мови в підготовці конкретної категорії фахівців.

Відомо, що основна проблема мови професійного спілкування торкається лексичного рівня мови. Для спеціальності «організація туризму» ця проблема вирішується підбором спеціальної лексики, яка стосується найменувань транспортних засобів, континуума, що виражає специфіку опрацювання туристичних маршрутів, включаючи окремі лексеми, фразеологізми та стійкі словосполучення, пов'язані із замовленням і придбанням залізничних, авіа- і автотранспортних квитків, готельним бізнесом. Особлива увага повинна приділятися питанням письмової та усної комунікації. Студенти повинні засвоїти не тільки прийоми «стартизованого спілкування», проте й неформальні й побутово-розмовні вислови. Так, при спілкуванні по телефону носії німецької мови часто вживають висловлення, на кшталт, *bleiben Sie dran* (*bleibe dran!*) – «не кладіть трубку; почекайте»; *an der Strippe* – «слухаю; на дроті».

Більш широке коло лінгвістичних проблем стосується гідів-перекладачів. Тут особлива роль на рівні лексики приділяється апелювативному словнику: топонімам, гідронімам і т.п. Слід мати на увазі, що багато географічних позначень мають регіональні варіанти. Так, місцева назва берлінського району Zoo звучить *Züli*. У Баварії *München* відомий як *Müneke* та ін.

Відомо, що в теорії перекладу розроблені основні прийоми передачі географічних назв – транслітерація, транскрипція. Важливо знати, що ці прийоми використовуються з урахуванням традицій мови перекладу.

Значну роль у підготовці фахівців в області туризму могли б зіграти елементи діалектології, оскільки Німеччина традиційно зберігає територіально-культурні традиції.

Що стосується синтаксичного рівня мови професійної комунікації, то тут картина набагато простіша. В основному використовуються засоби літературної мови. Деякі особливості відзначаються в письмово-офіційному спілкуванні. Тут строго дотримуються встановлені формальні

характеристики документації. В основному це стосується знання форм звертання до офіційних представників співпрацюючої сторони.

Слід мати на увазі, що в усному та письмовому спілкуванні на синтаксичному рівні спостерігається відхилення гіпотаксису, що компенсується утворенням блокових конструкцій у вигляді генетивних ланцюжків, комбінуємих з дативними структурами.

У меншій мері, ніж у науковій мові, у професійній комунікації туризму використовуються пасивні конструкції.

Однак в усному мовленні носії німецької мови допускають відхилення від положень нормативного синтаксису. Так, оповідальна пропозиція може починатися з дієслова *sein* у формі імперфекта, що не вносить у нарратив питальної семантики.

Чимале значення в усному спілкуванні з носіями німецької мови грає мовний етикет, що може викладатися в рамках спецкурсу. Так, серед представників цього етносу існують певні «табуіровані теми». Так, у присутності жінок у будь-якій неформальній обстановці строго не допускається жодного натяку на відносини між статтю. Хоча в чоловічій компанії дозволені самі вульгарні анекдоти.

Важливим напрямком у навчанні мові професійного спілкування могла б бути дисципліна «Лінгвокраїнознавство». Її важливість полягає у викладанні особливостей паралінгвістичних засобів комунікації. Відомо, що поряд з вербальним спілкуванням будь-який етнос має традиційну історично сформовану систему невербальних засобів: поза, жест і т.п. Тут слід мати на увазі, що носії німецької мови, як правило, уникають жестикуляції, думаючи, що людина повинна спілкуватися мовою, а не розмахувати руками. Тому в німецькому соціумі виробилася ціла низка табу. При тому, що в мові представників будь-якого віку цілком функціональне вживання лексеми *Scheiße* «лайно» (у грубій формі).

Таким чином, у підсумку розгляду проблем навчальної дисципліни «Іноземна мова професійного спілкування» необхідно відзначити ряд ключових особливостей. У першу чергу це стосується прагматичної спрямованості навчання з вузькою спеціалізацією на самих перших етапах вузівської підготовки. Для цього потрібна розробка та публікація вузькопрофільних навчальних посібників, що значно перевищують рівень традиційних «методичек». Цей момент дуже важливий з того погляду, що згодом підготовка фахівців в галузі туризму відійде від загальної багатoproфільної підготовки до навчання конкретних напрямків, наприклад, майбутніх фахівців туристичного ринку Баварії, Нижньої Саксонії і т.п.

Ці посібники повинні, на основі загальнолітературної німецької мови, акцентувати увагу студентів на специфіці професійної лексики, варіативності

синтаксису ділового спілкування, лінгвокраїнознавства, діалектології та елементів теорії перекладу.

УДК 811.111:379.85

Василенко Г.В.

старш. викл. ЗНТУ

## **СЕНСОРИЗМИ В АНГЛОМОВНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ**

Сенсорна лексика відображає найдавніші форми пізнання світу і включає важливі смисложиттєві поняття і властивості, які є доволі дієвими і впливовими засобами у процесі спілкування. Сенсоризми, які є неодмінними компонентами художніх і публіцистичних текстів, складають чималу лексико-семантичну групу в текстах туристичних, адресованих споживачеві й розроблених з метою впливу на нього й залучення його до туризму. Сенсорна лексика, яка є емотивно забарвленою і валоративно насиченою, притаманна туристичним брошурам і путівникам, екскурсійним текстам і дорожнім нотаткам, документальним фільмам про подорожі і рекламним роликам про туризм.

Метою даної розвідки є виявлення особливостей та функцій сенсорної лексики на основі лінгвостилістичного аналізу текстів англomовних туристичних джерел.

Залежно від основних органів чуттів розрізняють п'ять видів сенсоризмів: зорові, слухові, нюхові, смакові і тактильні. Найбільшу групу в туристичних текстах становлять зорові сенсоризми, серед яких слід окремо виділити лексику кольору і світла. Частотність уживання зорових сенсоризмів зумовлена самою специфікою і призначенням туристичних текстів презентувати й описувати туристичні об'єкти, атракціони, розваги та послуги.

Слухові сенсоризми є найбільш уживаними після зорових і ключові семи, які вони передають є приємні на слух звуки, тиша і спокій. Формами вираження часто виступають художні означення: *the surprising serenity*, *a peaceful haven*. Чуттєва семантика передається як прямо, так і асоціативно, імпліцитно. Наведемо далі приклади, які ілюструють вживання сенсоризмів безпосередньо в прямому значенні: *Rajasthan – where the mood and rhythm is so overpowering that it impresses even the most seasoned traveller; one can easily come across young Goans in a twilight evening singing a Mando (traditional love song) to a quiet guitar.*

Основні смисли одоризмів у туристичному тексті пов'язані з диханням і приємним ароматом, часто в переносному значенні. Так, одоризм дієслівної форми у функції метафори справляє ефект живої присутності минувшини в

сьогоденні: The bygone era breathes on here in Chennai's many churches, temples, colonial architecture and memorabilia, in the midst of its lifeblood. У наступному реченні одоризм виражено регулярним означенням туристичної реклами: This 90-foot high rock face has breathtaking carvings depicting scenes from the Mahabharata and is one of the largest bas-reliefs in the world. Апельювання сенсоризмів до базових чуттєвих властивостей часто занурене в історичний і культурний контекст, що стимулює процес сприйняття і пізнання: Low, beamed ceilings have captured the wonderful aroma of centuries of wood-burning fires.

Тактильні сенсоризми переважно передають температурні значення, а також якість поверхні чи матеріалу на дотик: thermal baths, heated swimming pool, warm atmosphere, the cool shade of the garden, air conditioned rooms, soft carpets. Крім того, тактильні сенсоризми вмикають багате асоціативне поле. Так, приміром, образ мережниці і її тонкої роботи виражають цілий спектр почуттів і настроїв: The lace maker is believed to reflect her feelings such as love, pain, regret, exasperation, disappointment, or happiness in her work.

Щодо смакових сенсоризмів, то вони найчастіше вживаються в контексті приготування і споживання їжі: delicious food, the scrumptious gourmet breakfast. Смакові сенсоризми органічно пов'язані з нюховими: intoxicating smells of the restaurants, flavour and succulence of Ukrainian dishes. Перелік традиційних страв з уживанням влучних означень та екзотичної лексики справляють сильне враження на споживача: The tingling vindaloo, the cutting sorpotel, the unique chicken cafrial and xacuti, and the succulent Goan sausages. Страва або напій можуть виконувати символічну презентативну функцію певного місця, як, наприклад, кава у Львові: It is quite simply impossible to imagine Lviv without its many coffee houses and their comfortable unique atmosphere where even time dissolves like sugar in an aromatic cup of the city's favourite drink.

У ролі сенсоризмів можуть виступати різні частини мови в різноманітних стилістичних формах і сильніший ефект досягається в поєднанні різних видів сенсорної лексики, що найчастіше і трапляється в англomовних туристичних текстах. Так, у зображенні нічного життя Люксембургу вжито прикметники, що передають звуковий і візуальний ефект місця відпочинку: Luxembourg's disco and nightlife scene is buzzing and colourful and attracts party goers from all over the world. Поєднання звуку і запаху в епітетах сприяє передачі колориту і шарму залишків французької культури в місцях колишньої колонії: This serene township even today carries a distinct French flavour, which, combined with the sea and laidback air of the place, add up to an irresistible charm. Комбінація дотикових, зорових і смакових сенсоризмів в зображенні затишного провінційного готелю активізує

сприйняття і спонукає до дії: Here old furniture is gleamingly polished, the windows sparkle, and everything is in apple-pie order.

Отже, сенсорна лексика в англomовних туристичних джерелах апелює до базових чуттів і поліпшує процес сприйняття і пізнання, може вживатися в переносному значенні і справляти вражаючий естетичний ефект.

УДК 811.111

Кравченко А.Г.

викл. ЗНТУ

## **КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ ЕКОРЕКЛАМИ США**

Екологічна реклама є різновидом соціальної реклами, що пропагує ідеї охорони довкілля, природи, тварин, рослин. Метою її створення є також загострення уваги на екологічних проблемах, що існують у тому чи іншому суспільстві, зміна ставлення людей до природи та усього живого, формування цінностей, настанов, моделей поведінки, що сприятимуть подальшому вирішенню цих проблем.

Дискурс екореклами є особливим видом комунікації, що є засобом впровадження та розповсюдження соціальних цінностей і норм поведінки, лише починає досліджуватися у лінгвістиці. По-перше, цей тип дискурсу є відносно новим у порівнянні з іншими: художнім, публіцистичним, політичним, тощо. По-друге, представлений розмаїттям полікодових текстів, для творення яких, окрім мовних засобів, використовують також одиниці інших семіотичних кодів, він є досить складним для лінгвістичного аналізу, а іноді навіть для повного та глибокого розуміння.

Вважається, що будь-яка комунікація є стратегічною за своєю суттю, оскільки вона має мету, що й визначає спосіб організації та подання інформації, відбір стратегій і тактик спілкування, умови та чинники перебігу певного комунікативного процесу, його доцільності та ефективності. Поняття комунікативної стратегії та тактики вже досить детально розроблені у лінгвістиці. Однак, ще й донині вони не мають ані загальноприйнятої дефініції, ані однозначного трактування. Під комунікативною стратегією розуміють загальний план або «вектор» мовленнєвої поведінки. На думку О.С. Іссерс, кінцевою метою будь-якої комунікативної стратегії є корекція моделі світу адресата. Таке розуміння мети комунікативної стратегії є особливо актуальним при дослідженні особливостей стратегічної організації дискурсу екологічної реклами США. Одна і та ж сама тактика може застосовуватися у різних стратегіях одного й того ж самого дискурсу або у різних типах дискурсу. Наприклад, тактика компліменту може

використовуватися не тільки у рекламному, а й у любовному, публічному чи політичному дискурсах. Подібні тактики вважаються універсальними.

Стратегічна організація дискурсу екологічної реклами США визначається використанням стратегій демонстрування наслідків екологічно небезпечної діяльності американців і формування їх екологічно корисних настанов і моделей поведінки. Застосування стратегії демонстрування наслідків екологічно небезпечної діяльності надає можливість оприлюднити результати негативного впливу, що здійснюється американцями на природу, довкілля внаслідок недбайливого ставлення та споживацьких дій по відношенню до них. Засобами передачі вказаної стратегії постають комунікативні тактики: констатування факту негативного антропогенного впливу, зазначення наслідків екологічної проблеми, наведення кількісних даних.

Втілення стратегії формування екологічно корисних настанов і моделей поведінки американців у зазначеному типі дискурсу відбувається комунікативними тактиками: заклику, безпосереднього звернення до адресата, наведення власного прикладу екологічно корисної діяльності, зазначення наслідків цієї діяльності. Використання перелічених тактик спрямовано на формування таких настанов, образу мислення представників американської нації, моделей їх поведінки, що будуть сприяти їх дбайливому ставленню до природних ресурсів і довкілля, активізують їх дії із захисту та збереження навколишнього природного середовища.

УДК 811.112.2□38:379.85

Волгіна І.О.

викл. ЗНТУ

## **СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ТОПОНІМІЧНИХ СЛОГАНІВ НІМЕЧЧИНИ**

На початку ХХІ сторіччя, зі стрімким розвитком туристичної галузі, майже всі туристичні дестинації намагаються якомога ефективніше використовувати засоби зовнішньої, друкованої та електронної реклами, а також промоційні заходи для збільшення потоку туристів та створення нових атракцій в зоні їх перебування. Реклама відіграє велику роль у створенні позитивного образу товару/торгівельної марки/туристичної місцевості, впливає на адресата, формує стратегію його поведінки.

Німеччина відома як країна із розвиненою туристичною галуззю, чому активно сприяють різноманітні рекламні засоби та заходи, серед яких важливе місце посідають топонімічні рекламні тексти. Топонім – це власна назва, що позначає власну назву географічного об'єкту, а отже топонімічний



рекламний текст є текстом, що рекламує певний адміністративний регіон. В рамках цього дослідження таким регіоном виступає місто чи земля Німеччини.

Об'єктом дослідження є стилістичні особливості рекламних слоганів міст та земель Німеччини, а його метою – аналіз вербальних засобів, за допомогою яких місто намагається виділитися серед інших, акцентувати свої сильні сторони, привернути увагу туристів, запам'ятатись.

На думку Рибочкіної Ю.Л., рекламний текст постає як комплекс різнорівневих мовних засобів, що впливають на формування стереотипів та образів у свідомості споживача [3].

Слоган є ключовою фразою вербального рекламного тексту. Слоган, за І. Морозовою, визначається як клішована конструкція, в якій максимально згущений зміст комерційної пропозиції, сконцентрований емоційний імпульс із спонукальним навантаженням [2]. Таким чином, слоган можна кваліфікувати як автономний різновид рекламного тексту, що має всі його стилістичні особливості та складається, як правило, із одного речення і має концентровану рекламну функцію.

Топонімічний слоган має відповідати певним вимогам: бути лаконічним, інформативним, спонукальним, довідним, переконливим та оригінальним за рахунок використання експресивних мовних засобів.

Задля реклами міста та землі використовується ряд стилістичних фігур та синтаксичних конструкцій, що допомагають підкреслити характерні риси даної туристичної дестинації, зробити слоган цікавим, сприяти формуванню позитивного туристичного іміджу місцевості.

Найуживанішою стилістичною фігурою, на нашу думку, виступає метафора, яку носії мови сприймають і відтворюють автоматично, адже вона віддзеркалює колективні предметно-логічні зв'язки, а не індивідуальний погляд на світ, має системний характер і комунікативні функції.

Метафора швидко привертає увагу до тексту завдяки своїй лаконічності, конвенційності, оригінальності й виразності. Наприклад: „Stuttgart – Motor Deutschlands», „Schleswig-Holstein – Land der Horizonte, „der echte Norden». Також при написанні слоганів часто вдаються до метонімії, що характеризується суміжністю двох об'єктів, явищ або понять: „Chemnitz – die Stadt der Moderne», „Sachsen-Anhalt – das Land der Frühaufsteher».

Для підвищення уваги туристів, а також мешканців міста, деякі дестинації вдаються до використання гумору у створенні слоганів, як от: „Baden-Württemberg – wir können alles, außer Hochdeutsch», „Kaiserslautern – wer uns findet, findet uns gut», „Krefeld – Stadt wie Samt und Seide», але такий гумор має певні локальні особливості і є зрозумілим здебільшого жителям Німеччини, або туристам з добрим знанням німецької мови і локального колориту місцевості.

Одним із активно вживаних тропів також виступає порівняння та протиставлення, адже контраст швидко привертає увагу читача: „Mars macht mobil und Bochum macht jung!», „Langenfeld – junge Stadt an alter Straße», „Saarland – Großes entsteht immer im Kleinen».

При створенні слоганів міст та земель Німеччини автори ідеї часто також звертались до використання англіцизмів. З одного боку, такі слогани стають більш інтернаціональними і зрозумілими туристам, з іншого боку, вони зберігають стислість написання та фонематичну милозвучність, завдяки чому стають популярними та легко запам'ятовуються: „Berlin – Be Berlin», „Kiel – Sailing City», „Freiburg – Green City», „Nordrhein-Westfalen – Germany at it's best».

Таким чином, аналіз вербального компонента топонімічних слоганів Німеччини свідчить про широке використання тропів та інших стилістичних засобів (метафори, метонімії, повтору, порівняння тощо), що роблять текст слогану більш емоційним та лаконічним. У деяких слоганах переважає гумористична складова, що додає тексту унікальності й оригінальності, часто в слоганах туристичної сфери для їх розуміння більш широким колом читачів використовуються англіцизми.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Куликова Е.В. Рекламный текст: лингвистические приемы выразительности / Е.В. Куликова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2009. – № 6 (2). – С. 276–282.
2. Морозова И. Слагая слоганы / И. Морозова. – М.: РИП-Холдинг, 2003. – 172 с.
3. Рыбочкина Ю.Л. Стилистические средства создания образов в рекламном слогане / Ю.Л. Рыбочкина // Филология. Ученые записки. – Орел. – 2006. – С. 191–195.

УДК 81'1253:379.85

Омельченко О.В.

студ. гр. МТУ-145 ЗНТУ

## ЛЕКСИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СТАНУ ЗАКОХАННОСТІ В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ПОП-МУЗИЦІ

Почуття кохання є неодмінною особливістю життя людини. Ця тема з давніх давен знаходить відображення в культурних надбаннях людства, вона стає поштовхом для створення архітектурних об'єктів, предметів живопису, кінематографу, поезії, музики тощо. В сучасному світі почуття кохання

знайшло відображення й в піснях популярних виконавців поп-музики. Поп-музика є частиною масової культури, ідеї та паттерни якої відображують особливості мислення та світосприйняття значної кількості людей. Отже дослідження сучасних пісень може пояснити лінгвокультурні особливості широкого кола понять з життя представників окремого мовного колективу. Керуючись цим ствердженням, ми звернулися до пісень сучасної популярної англомовної виконавиці Лани Дель Рей, аби зазначити та проаналізувати особливості англомовної лексичної репрезентації стану закоханості, що зафіксовані у текстах її пісень. Оскільки ці пісні популярні та «зрозумілі» багатьом людям, то вони відображують визначення почуття кохання, з яким «погоджуються» англомовні слухачі.

Звернемося до прикладів. В текстах зазначеної співачки тема кохання межує з темою релігії. Іноді звернення до коханої людини репрезентується у формі молитви «You're my religion You're how I'm living... When I'm down on my knees, you're how I pray Hallelujah, I need your love». Тобто кохана людина може стати релігією та уособленням бога співачки. Проте іноді виконавиця звертається до християнського Бога, чітко розмежовуючи образ коханої людини, як грішника, якого можуть не пустити до загробного життя, та християнського Бога («Dear lord, when I get to heaven Please let me bring my man When he comes tell me that you'll let him in Father tell me if you can»). Цікавим є той факт, що коли людина закохана, то її тіло та душа є одним цілим, але ця єдність заперечується в ситуації втрати кохання, в цьому випадку душа «болить», «стогне», проте тіло шукає комфорту або біля води, або в нічних клубах та на вечірках.

Частотною метафорою життя взагалі та власне кохання є метафора «життя-кохання – гра», причому, коли кохання зникає, гра також закінчується, наприклад: «The way you'd play with me like a child», «I've seen the world, lit it up As my stage now Channeling angels in the new age now Hot summer days, rock 'n' roll The way you play for me at your show» або «Lights, camera, acción I'll do it on my own». Життя без кохання лексично репрезентується завдяки лексемам clubs, drugs, city, money. Тобто без кохання людина «витрачає» своє життя, і лише кохання наповнює життя людини змістом, виправляє її поведінку. Відсутність кохання визначається за допомогою вербалізації ситуацій купівлі-продажу: «When you would pay tribute to me» або «I'll do it on my own Don't need your money, money To get me what I want». Закоханість споріднена з поняттями висоти та світла «All I wanted to do was get high by the beach Get high baby, baby, bye, bye» або «He's my sun, he makes me shine like diamonds». Відсутність кохання неодноразово порівнюється з падінням та втопленням («Now you're just another one of my problems Because you got out of hand We won't survive We're sinking into the sand»).

Особливістю пісень про втрачене кохання слід визначити наявність нецензурної лексики. Інвективи зазвичай використовуються для найменування людини, що завдала болю ліричній героїні, та найменування дій цієї людини.

Таким чином, тема кохання є однією з ключових у творчості американської співачки Лани Дель Рей. Незважаючи на ідиостилістичні особливості сприйняття почуття любові, що є центральними в ліриці зазначеної виконавиці, присутні традиційні риси образу кохання (світло, висота – падіння). Традиційною для американської культури слід також визначити домінантну тему грошей та наявності ситуації «купівлі-продажу» як маркера втрати почуттів кохання. Нове осмислення отримує семантична зв'язка «духовність – кохання».

УДК 81'1250

Колебанова Л.В.

студ. гр. ГП-222 ЗНТУ

## **ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК ДІЄСЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЗІ ЗНАЧЕННЯМ ОСУДУ**

Ця група включає лексеми, співвідносні з ситуацією осуду різного ступеня категоричності:

То brawl – сваритися, кричати, скандалити, to castigate – сварити, жорстко критикувати, to condemn – засуджувати, гудити, to curse – проклинати, лаятися, to damn – проклинати, засуджувати, лаятися, to lecture – нотація, настанова, to rate – сварити, задавати прочуханку, to rebuke – дорікати, зробити догану, to reprehend – зробити догану, to reprimand – зробити догану, to reproach – дорікати, корити, to reprobate – засуджувати, корити, to reprove – зробити догану, корити, сварити, to row – відчитувати, зробити догану, to strafe – лаяти, розносити, to swear – лаяти, богохулити, to trounce – суворо сварити.

Генезис лексичного розряду дієслів осуду представляється етимологічними характеристиками:

1. To brawl – Дієслово має значення «сваритися, кричати, скандалити» [2, с. 95]; «squabble, noisy quarrel» [1, с. 142]. Документально дієслово зафіксовано у XIV ст. У середньоанглійській були форми brawl, braule, bralle.

2. To castigate – За значенням «сварити, жорстко критикувати». Походить від латинського castigates, дієприкметник минулого часу castigare. Схожий з Castigated; castigating; castigator; castigatory.

3. To condemn – Дієслово має значення «засуджувати, гудити», «disapprove, reproach, upbraid» [2, с. 191]. У XIV ст. *condempner* «винен, осуд», від старофранцузького *condamner* «засуджувати» (XI ст.) Мав форму *fordeman*. Схожий з *condemned; condemning*.

4. To curse – «проклинати, лаятися», «blaspheme, swear» [2, с. 222]. Вперше дієслово було помічено приблизно у 1870 р. Слово призначалося до англійської дворянщини, у ті часи вважалося лайкою і нецензурним виразом.

5. To damn – «проклинати, засуджувати, лаятися», «abuse, blaspheme, censure, condemn, criticise, curse, denounce, swear» [2, с. 226]. Походить близько 16 ст. від латинського *damnare*, щоб засудити.

6. To lecture «нотація, настанова» [2, с. 495]. Словникові матеріали визначають значення дієслова як «читати лекцію; прочитати нотацію; вимовляти, вичитувати» [2, с. 428]; «deliver (on sub-ject); instruct or entertain (class etc.) by lecture; admonish, reprimand» [1, с. 677]. Дана лексема була засвідчена в англійській мові в XVI ст. За даними лексикографічних джерел через романські лексеми зводиться до і.-е. основі \* *leg -*, \* *log-* [3, с. 521].

7. To rate «сварити, задавати прочуханку» [2, с. 679]. Зафіксовано близько кінця XIV ст., можливо походить від старофранцузького *reter* «приписувати провину, звинуватити, причепитися», або від латинського *reputare* «приписувати провину» Схожий з *Rated; rating*.

8. To rebuke «дорікати, зробити догану» [2, с. 682]. Зафіксовано на початку XIV ст. Від англо-французького *rebuker* «щоб відобразити, відбити» Пов'язаний з *Rebuked; rebuking*.

9. To reprehend «зробити догану» [2, с. 696]. Дієслово походить із середини XIV ст., від латинського *reprehendere* «винен, осуд, догану; захопити, утримати».

10. To reprimand «зробити догану» [2, с. 696]. «Official(ly) rebuke (for fault)» [1, с. 1 036]. У XVII ст. дієслово запозичене з французької мови *réprimander* [3, с. 758]. В основі французького запозичення слід вбачати латинське дієслово *re-primere* «відтіснити, придушувати» [2, с. 665].

11. To reproach «дорікати, корити» [2, с. 696]. Зафіксовано у середині XIV ст., походить від англо-французького *reprocher*, старофранцузького *reprochier* «докоряти, вину, звинуватити, погано говорити про». Має форми *Reproached; reproaching*.

12. To reprobate «засуджувати, корити» [2, с. 696]. На початку XV ст., походить від латинського *reprobatus*.

13. To reprove «зробити догану, корити, сварити» [2, с. 697]. Походить із старого французького *reprover* «звинувачувати, провина» (XII ст.), Також з латинської мови *reprobare* «не схвалюють, відхилити засудити». Схожий з *Reproved; reproving*.

14. To row «відчитувати, зробити догану» [2, с. 713]. «Reprimand, rate» [1, с. 1072]. Дієслівна лексема датується XVIII ст. (За даними COD 1787 р.). Не має ясною етимології. Покладається сленгова або окказиональна основа, зареєстроване в Кембриджі [3, с. 775].

15. To strafe «лаяти, розносити». Зафіксовано у XX ст.

16. To swear «лаяти, богохулити», «blaspheme, curse» [2, с. 805]. Зафіксовано у 1915 р., було запозичено англійськими солдатами від німецького strafen «покарати». З початку Першої світової війни слово використовувалось для багатьох видів нападу в Німеччині. Схожий з Strafed; strafing.

17. To trounce «суворо сварити» [2, с. 847]. Зафіксовано дієслово у 1550 р., мало воно значення «турбувати, тривожити», а вже пізніше «бити» (1560 р.), походження невідоме. Можливо пов'язане з французьким troncet. Схожий з Trounced; trouncing.

Висновки: У різні сторіччя було запозичено багато слів до англійської мови, що урізноманітнили і зробили її багатшою. Не рідко можна зустріти слова, які прийшли із французької, німецької і латинської мов, але нажаль, походження деяких лексем досі невідоме. За течією часу деякі зі слів повністю змінили своє значення і частини мови. Також, за даними нашого дослідження, можна зробити висновок, що більша частина запозичених слів приходить на XIV ст.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. COD: The Consise Oxford Dictionary of Current English/edited by H.W.Fowler and F.G. Fowler. – Oxford University Press, 1956. – 1 536 p.

2. ERD: English-Russian, Russian-English Dictionary V.K.Muller – M.:Russian Language Publishers, 2013. – 1 328 p

3. ODEE: The Oxford Dictionary of English Etymology / edited by C.T.Onions. – Oxford, 1966. – 1 026 p.

УДК 811.112.2'373.45

Курило Ю.О.

студ. гр. МТУ-112 ЗНТУ

## **ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА АДАПТАЦІЯ АНГЛІЦИЗМІВ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ**

Діалог культур, зовнішні імпульси мовних змін, номінативні й комунікативні потреби, відкритість сучасного німецького суспільства сприяють інтенсифікації процесу лексичного запозичення з англійської мови

та її американського варіанту та зумовлюють модифікації лексики сучасної німецької мови, зокрема появу нових значень у німецьких слів під впливом англійської мови та семантичний розвиток уже запозичених англіцизмів у процесі їх функціонування та становлення у німецькій мові-реципієнта.

Хоча процес запозичення є закономірним, і жодна мова не може обійтися без запозичень з інших мов, проте підозра у замаху на самобутність німецької мови з боку англійської через неперервне зростання впливу останньої на систему німецької мови викликає бурхливі дискусії у колах небайдужих її носіїв, стимулюючи зростання пильного інтересу мовознавців до проблеми запозичення. Прихильники пуристичних тенденцій стверджують про надлишковість запозичень через існування власних абсолютно семантично ідентичних запозиченням слів.

Актуальність дослідження зумовлюється, по-перше, роллю англіцизмів у збагаченні словникового складу німецької загальнозвжаної мови; по-друге, необхідністю теоретичного узагальнення системних змін у лексичній системі німецької мови під впливом англомовних запозичень. Усе зазначене вище також вимагає вивчення екстралінгвальних чинників запозичення англіцизмів у систему німецької мови-реципієнта та інтеграційних процесів у системі німецької мови.

Виділяють також такі типи семантичних змін запозичень:

1) спрощення семантичної структури (запозичення слова з одним або кількома значеннями при його значно ширшій полісемії у мові-донора);

2) ускладнення семантичної структури (поява нових значень на ґрунті мови-реципієнта, у тому числі й таких, яких запозичене слово не мало у мові-донора);

3) звуження значення запозиченого слова у результаті його спеціалізації;

4) розширення значення, зумовлене генералізацією відповідного поняття;

5) зміна значення (слово вживається у мові-реципієнта у значенні, якого не має відповідне слово у мові-донора).

При зменшенні кількості значень англіцизму у процесі запозичення та адаптації у мову-реципієнта у порівнянні з кількістю значень слова-донора ми фіксуємо звуження семантичної структури (семантичного об'єму) англіцизму. Наприклад, англіцизм *der Joint* зафіксований у словнику DUW зі значеннями: 1. саморобна сигарета з табаком чи марихуаною; 2. (особл. в молод. мові) сигарета. Англійське *joint* має наступні значення: 1. місце з'єднання, стик; 2. анат. суглоб, зчленування; 3. складова частина чогось; шматок; 4. частина розрубаної туші: нога, лопатка і т.п.; 5. амер. таємний шинок, кубло; 6. сигарета з марихуаною; 7. бот. вузол, місце на стеблі, звідки

виходить лист; 8. геол. тріщина, окремість; 9. тех. з'єднання, стик, зрошення; паз, шов, шарнір; 10. тех., стор. вузол [1, с. 176].

Цей тип семантичної адаптації є характерним для переважної більшості англіцизмів у німецькій мові. Так само, як і *der Joint*, англіцизми *fair*, *high*, *der Crash* та інші у мову-реципієнта мають помітно менший об'єм значень, ніж у мові-донора, пор.:

Нім. *fair* – 1. коректний, справедливий у ставленні до кого-неб.; 2. (спорт) такий, який відповідає правилам (гри) [2, с. 240].

Англ. *fair* – 1. чесний; справедливий, неупереджений; відкритий; законний; - *play* гра за правилами; 2. прекрасний, красивий; 3. показний; 4. чистий, незаплямований; 5. сприятливий; ясний (погода); попутний (вітер); 6. порядний, значний; 7. посередній, середній; 8. (про волосся) світлий, білявий; білий (не смуглявий) [1].

Нім. *high* – (жарг.) у стані ейфорії після вживання наркотиків; (розм.) в ейфорійному настрої [2, с. 815].

Англ. *high* – 1. високий, висотний; 2. головний, важливий; (розм.) пихатий, зарозумілий, владний; світський; 3. сильний, великий; 4. у самому розпалі (про час); 5. благородний, високий; піднесений; 6. напідпитку; у дурмані; 7. сл. неприступна, цнотлива (про дівчину) [1, с. 151].

Нім. *Crash*, *der* – 1. аварія, нещасний випадок; 2. (екон.) крах підприємства, банку [2, с. 366].

Англ. *crash* – 1. гуркіт, тріск; шум (при розбиванні, падінні чого-н.); аварія; 2. невдача, банкрутство, комерційний крах; економічний колапс; 3. поломка комп'ютерної системи або програми, зависання; 4. (сл.) неприсмні ефекти після прийняття наркотиків, ломка [1, с. 103].

Висновки. Входження англіцизмів до системи німецької мови супроводжується певними змінами у семних складах семантичних структур даних запозичень, що свідчить про складний процес семантичної адаптації.

Процес семантичної адаптації англіцизмів до мови-реципієнта передбачає зіставний аналіз таких його складників:

а) семантичних структур англіцизму та слова-донора;

б) семних складів обох лексичних одиниць (з метою виявлення відмінностей / подібностей (або тотожностей));

в) контекстів вживання англіцизму (для встановлення у запозиченого англіцизма можливого нового (нових) значення, відсутнього у відповідного слова у мові-донора);

г) типу семантичних змін у структурі та семному наборі запозиченого слова та слова-донора.

Отримані результати дозволяють намітити нові шляхи подальшого вивчення процесів семантичної адаптації англіцизмів як на матеріалі іншої



окремої мови (наприклад, української або російської), так і в зіставно-типологічному аспекті.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Мюллер В.К. Великий англо-український словник. У новій редакції. Complete English-Ukrainian Dictionary. DUW. New edition / Володимир Карлович Мюллер. – К.: Видавництво «Арія», 2012. – 624 с.

2. Duden Deutsches Universalwörterbuch. – 6., überarb. und erweit. Auflage. – Mannheim: Dudenverlag, 2006. – 2016 S.

УДК 81'366.54:811.111:379.85

Глотка О.М.

студ. гр. МТУ-122 ЗНТУ

## **СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОПИСОВОГО ТЕКСТУ**

Туристичний описовий текст є важливим засобом інформування і заохочення клієнтів до покупки туристичного продукту, ефективною формою поширення знань про місця відпочинку, естетично і змістовно привабливим початком знайомства зі світом подорожей та розваг. Туристичним описовим текстом називаємо текст туристичної брошури, путівника, туристичної газети чи журналу. Зважаючи на функції, які він має виконувати, мова і структура туристичного описового тексту або промо-тексту відзначається певною специфікою.

Метою даної наукової розвідки є висвітлення структурних особливостей туристичного промо-тексту, виявлення характерних маркерів, які можуть застосовуватися на практиці майбутніми фахівцями туристичної галузі при створенні власних промо-текстів для нових дестинацій, для написання рекламних текстів, укладанні трансферних чи екскурсійних текстів.

В центрі нашої уваги синтаксичні структури, які сприяють вираженню емотивної експресії позитивного змісту і вживаються з метою естетичного і прагматичного впливу на реципієнта. В першу чергу варто відзначити синтаксичні структури заперечної форми, які доволі часто вживаються в описових текстах з метою рекомендації і стимуляції дії. Наведемо приклади: No trip to Zaporizhzhia is complete without a visit to Khortytsia. Don't leave Poltava without tasting the traditional dish – borsch Poltava style with pampushky.

Другим досить поширеним типом речень є умовні, які мають викликати у клієнта свідомо чи підсвідомо бажання опинитися в тих приємних і спокусливих умовах відпочинку і розваг, що пропонуються в промо-тексті: If you want to be out and about and be active, you could start at Palmira Plaza, it's exhilarating entertainment for all the family. If you are looking for a good night out, then why not visit the waterfront entertainment centre where you can find bars, restaurants, and club venues.

Означено-особові речення у другій особі, звертальні, спонукальні речення, різного виду імперативні конструкції є своєрідними вербальними засобами волюнтативної експресії, оскільки спонукають до дії, пізнання нового, набуття нового позитивного досвіду мандрів: You can enjoy spectacular views taking a boat trip on the Dnieper around Khortytsia. As far as accommodation is concerned, you can choose from the Teatralny Hotel, the Intourist, the Dnipro in the main prospect or smaller guest houses in all parts of the city.

Майже кожний описовий текст має паралельні синтаксичні конструкції, альтернативні форми речень, семантика яких відображає різні споживацькі захоплення й інтереси, надаючи клієнтам інформацію про багатство вибору туристичних послуг і розваг: Sun-seekers will love the fabulous beaches, fun-seekers will enjoy the exciting night life, jazz-lovers will enjoy the music and atmosphere of the Jazz Club. Нерідко промо-текст закінчується альтернативною формою, зосереджуючи увагу на можливості задовольнити будь-які інтереси і потреби будь-якого клієнта: Whether you are a lover of history or a lover of culture, Copenhagen can offer you a fabulous experience. Whether you are interested in music or art, football or shopping, Zaporizhzhia meets all your expectations.

Ще одним виразним стилістичним засобом для рекомендацій і залучення до туристичної діяльності є структура (well) worth + ing form / noun: The traditional Horse-Riding theatre is well worth visiting. It's so fascinating to watch brave actors riding and balancing fast-moving horses. Вживання a must у формі іменника теж є постійним стилістичним засобом промо-тексту: The Museum of Ukrainian Kozaks is a must!

Коли потрібно повідомити про найпопулярніші атракціони чи добре відомі місця відпочинку дуже часто вживаються структури з to be famous for smth, та to boast smth: It's famous for its legendary Kozaks' glory and magnificent scenery. The city centre boasts some of the largest stores and trendy designer stores.

Хоча увагу в даній роботі було зосереджено переважно на синтаксичних структурах туристичного промо-тексту, слід також відзначити, що лексична семантика теж відіграє важливу роль у стимуляції попиту і просуванні туристичного продукту на ринок, оскільки їй властиве експресивне і дещо перебільшене подання позитивного змісту, вишуканість комбінацій у словосполученнях, семантичне розмаїття означень, здатність психологічно впливати на свідомість реципієнта.

Отже, проведений аналіз показав, що розглянуті нами структурні стилістичні засоби виступають своєрідними маркерами туристичного описового тексту, оскільки їм, крім частотності вживання, притаманна властивість експресивно передавати зміст, з'єднувати текстові фрагменти, здійснювати належний ефект на реципієнта. Практичний досвід доводить, що знання фахівцем стилістичних особливостей описового тексту, професійних мовних штампів, ідіом, специфічних регулятивних словосполучень і вміння їх уживати в різних контекстах залежно від об'єкту опису набагато полегшує роботу й оптимізує процес міжкультурної комунікації у сфері туризму.

УДК 81.161.2

Медведєва Г.В.

студ. гр. ГП-413 ЗНТУ

## **КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РЕКЛАМИ В ЧОЛОВІЧИХ ЖУРНАЛАХ**

В сучасному комунікативному просторі відбуваються процеси глобалізації та демасифікації інформаційних потоків. Ці процеси реалізуються в появі глобальних нішевих видань для задоволення комунікативних потреб гетерогенної масової аудиторії з урахуванням її вікових, гендерних, релігійних чи то політичних вподобань. Явище демасифікації реалізується в створенні унікального контенту для певної групи реципієнтів з урахуванням їх інформаційних, гедоністичних, пізнавальних та утилітарних потреб. Саме тому рекламодавці активно використовують шпальта нішевих видань для підвищення рівня продажів серед відібраної цільової аудиторії.

Головною метою цієї розвідки виступає аналіз комунікативних стратегій, що використовуються у рекламних оголошеннях в англomовних чоловічих журналах. Англomовні чоловічі журнали не є однорідним медіа середовищем. В цьому типологічному ряді рельєфно виділяються тематичні

групи видань: спортивні/ sports (Black Sports Magazine, FourFourTwo, Ring Magazine, etc.), лайф-стайл/ life-style (#5 Magazine, 10 for men, Esquire, MAXIM, Men's Health, etc.), порнографічні/ (Playboy), релігійні/ religious (New Man), гей-видання/ gay male audience magazine (The Advocate, Genre, Next Magazine, Zeus), для афро-американців/ Afro-American male magazine (Black Enterprise, Smooth, King ), пригодницькі/ adventure (For Men Only) та інші.

Для ілюстративного матеріалу цієї публікації було використано англomовний журнал Esquire (британська версія), який має франшизу на пострадянському медіа ринку. Для аналізу було відібрано рекламні слогани та короткі рекламні оголошення, що розміщені на шпальтах цього видання (номери 1-12 за 2014 рік). Поза дослідницькою увагою залишилися форми непрямого рекламного продукту, а саме рекламні замітки, статті, репортажі, та інтерв'ю – форми журналістської творчості, що мають популяризаторський чи просвітницький характер щодо події або бренду, та не ставлять на меті співпрацю з рекламодавцями. Подібний журналістський продукт можна назвати інформаційним приводом, тобто подією яка «може зацікавити читача, стати предметом суспільного обговорення»[3].

Під комунікативними стратегіями в цій публікації розуміємо «сукупність запланованих наперед мовцем і реалізуємих в ході комунікативного акту теоретичних ходів, направлених на досягнення комунікативної цілі» [1, с. 18]. На основі впливу на потенційного реципієнта комунікативні рекламні стратегії знаходяться на перетині двох різних дискурсів, а саме товарного та соціального.

В цій роботі ми спираємось на сугестивні стратегії впливу розроблені українським лінгвістом С.Романюком [2]. Стратегія впливу на емоційну сферу адресату: Begin your own tradition. You never actually own Patek Philippe. You merely look after it for next generation. (реклама елітних швейцарських годинників). Стратегія навіювання: Order the order a gentleman orders (ця тактика реалізується за рахунок використання імперативу та багаторазового повторення лексеми «order» у рекламі Jack Danilel's). Стратегія індукції трансю: FLY BEYOND. Distilled once, because when you start with the best once is enough. (реклама горілки Grey Goose на фоні зраї гусей, які летять у вирій під променями сонця на закаті). Стратегія використання мета програм: Technology keeps my skin refreshed, energised and protected. (реклама засобів для догляду за чоловічою шкірою від компанії Wellman® Skin). Стратегія зменшення тиску на адресата: Exciting times ahead! We are thrilled to be a part of it! (ототожнення реципієнта з командою на

фоні гравців Манчестер Юнайтед, які репрезентують годинниковий бренд BULOVA).

Аналізуючи короткі рекламні оголошення та салогани можемо дійти висновку, що доволі часто вони реалізують інтенції рекламодавців завдяки одночасному використанню візуальних та вербальних засобів переконання, що базуються на аксіологічних установках сучасного суспільства.

#### Список використаної літератури

1. Ключев Е.В. Речевая коммуникация: успешность речевого взаимодействия. – М.: Рипол классик, 2002. – 320 с.

2. Романюк С.К. Комунікативні стратегії й тактики реалізації сугестивного впливу в дискурсі американської комерційної реклами / С.К. Романюк // Психолінгвістика. – 2009. – Вип. 4. – С. 235–242. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling\\_2009\\_4\\_32](http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2009_4_32)

3. Садівничий В. Сумські ЗМІ і специфічне розуміння інформаційного приводу // В. Садівничий [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/regional\\_newspapers/sumski\\_zmi\\_i\\_spetsifichne\\_rozuminnya\\_informatsynogo\\_privodu/](http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/regional_newspapers/sumski_zmi_i_spetsifichne_rozuminnya_informatsynogo_privodu/)

УДК 81.161.2

Бардах Ф.Ф.

студ. гр. ГП-413 ЗНТУ

### THE REPRESENTATION OF «OTHERNESS» IN PRIDE MAGAZINE

Modern media sphere is constantly changing to satisfy the information needs of heterogeneous audience as well as represent and shape the behavior frames of the social groups. Under social groups, we understand, category of people who share the same interests and have similar lifestyle. Contemporary media are not only sources of urgent information; they mainly are types of public relation for different social groups. This type of media can be called service media. The analyzed magazine is tailored for LGBT communities in European countries such as Austria, Germany, the UK and the Republic of Ireland, etc. This magazine is devoted to the Pride Events held in these countries.

The potential audience of the publication is the representatives of LGBT communities as well as their parents, children, friends and supporters. The concept «OTHERNESS» in this magazine can be apprehended differently through the conciseness of recipients of mass media product. According to Online Webster

Dictionary, otherness is the quality or state of being other or different. The main feature of otherness is the gender difference inside the same sex. Ukrainian media researcher O. Poda suggests gender is a new principle for media environment distribution leaving sex in the framework of the 20th century. According to S. Blackburn emphasizes that gender is the culturally shaped expression of sexual difference.

The verbal representation of the same biological sex group can be delimited according the social gender of the tenants. For example, in the male sex group there are such oppositions «straight – bisexual – gay – transgender», the female «straight – bisexual – lesbian – transgender». We are going to analyze male otherness from the point of view a straight reader tailoring the synonym line of gay males (the examples will contain the lexis with no homophobic attitude). «Gay» can be represented as «guppy», «bentshot», «flamer», «Down Low», «crossdresser», «Perry Como», «gay-gay», «mincy», «brokeback», etc. «Bisexual» can be described as «gate swinger», «half-bent», «kiki», «palindrome», «wuss», etc.

The representation of gender otherness can be also analyzed from the viewpoint of LGBT community as well as diversity of genders among this group.

УДК 811.111'37: 811.111'27

Бабин А.С.

ст. гр. МТУ-114 ЗНТУ

## **ЛЕКСИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ ЖУРНАЛА «NATIONAL GEOGRAPHIC»**

Лексика рекламно-ориентированных текстов, опубликованных в англоязычном журнале «National Geographic» (далее NG) в 2015 г., рассматривалась в двух аспектах: тематическом и прагматическом.

Наиболее активно в проанализированных текстах были представлены следующие тематические сферы: здоровье (ELIQUIS is a prescription medicine used to reduce the risk of stroke and blood clots. – NG 2015, № 1), питание (Poignant, heartwarming, and generously filled with delicious recipes. – NG 2015, № 3), экология (By including National Geographic in your will, trust, retirement account, or life insurance policy, you can pass your love of exploration, science, and conservation to future generations. – NG 2015, № 5), туризм и отдых (The 105-mile-long hiking trail – a messenger route in the Middle Ages – runs west to east through the Thuringian Forest. – NG 2015, № 2), безопасность (When driving, these sunglasses may save your life! – NG 2015, № 8), роскошь

(Discover this spectacular 6-carat green treasure from Mount St. Helens! – NG 2015, № 6), экономическая выгода (You'll get \$ 300 in credits when you buy a smartphone on AT&T Next. – NG 2015, № 12), образование и расширение кругозора (You'll learn [foreign languages] at your own pace, on your own schedule, and you'll have fun doing it. – NG 2015, № 3).

При анализе прагматического содержания дифференцировались две большие лексические группы: оценочная лексика и прагматически заряженные единицы других лексико-семантических группировок. В первом случае регистрировались словесные единицы, в семантике которых эксплицитно представлены оценочные семы (Think you're having a bad day? – NG 2015, № 5; The best way to learn any art form is from a master. – NG 2015, № 11).

Во втором случае фиксировались словесные единицы, содержание которых включало семантические элементы «эмотивность», «интенсивность» и/или «образность» (visually stunning – NG 2015, № 11; superb performance – NG 2015, № 3; an unbelievable \$ 59 – NG 2015, № 1), а также показатель принадлежности единицы к определенному регистру, например, разговорному (blown away from a rare beauty – NG 2015, № 6).

*Наукове видання*

## **ТИЖДЕНЬ НАУКИ**

Збірник тез доповідей щорічної  
науково-практичної конференції серед студентів,  
викладачів, науковців, молодих учених і аспірантів  
18–22 квітня 2016 року

Том 3

Упорядник *Висоцька Н. І.*  
Технічний редактор *Висоцька Н. І.*  
Відповідальний за випуск *Висоцька Н. І.*  
Верстання *Дяченко О.О.*

Оригінал-макет підготовлено в науково-дослідній частині  
та редакційно-видавничому відділі ЗНТУ

Підписано до друку 29.08.2016. Формат 60×84 1 / 16. Ум. друк. арк. 30,11.  
Тираж 20 прим. Зам. № 734.  
69063, м. Запоріжжя, ЗНТУ, вул. Жуковського, 64, друкарня ЗНТУ

Свідectво суб'єкта видавничої справи ДК № 2394 від 27.12.2005.