

ЛЬВІВСЬКИЙ НАУКОВИЙ ФОРУМ

МАТЕРІАЛИ

II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ



ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ НАУКИ ТА ОСВІТИ

15-16 червня 2020 року
(частина I)

ЛЬВІВСЬКИЙ НАУКОВИЙ ФОРУМ

**МАТЕРІАЛИ II МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
СУЧАСНОЇ НАУКИ ТА ОСВІТИ**

15-16 червня 2020 року

(частина I)

**Львів
2020**

УДК 005

ББК 94.3(0)

Перспективи розвитку сучасної науки та освіти (частина I): матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції м. Львів, 15-16 червня 2020 року. – Львів : Львівський науковий форум, 2020. – 76 с.

У даному збірнику представлені тези доповідей учасників II Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи розвитку сучасної науки та освіти», організованої Львівським науковим форумом. Висвітлюються актуальні питання розвитку науки та освіти на сучасному етапі становлення, розглядаються сучасні наукові дискусії різних наукових напрямів.

Збірник призначений для студентів, здобувачів наукових ступенів, науковців та практиків.

Всі матеріали представлені в авторській редакції. За повноту та цілісність яких автори безпосередньо несуть відповідальність.

ЗМІСТ

АРХІТЕКТУРА.....	5
<i>Ісайко Н.Б.</i> ПРОБЛЕМИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ МІСТА ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ЙОГО ІСТОРИЧНОГО СЕРЕДОВИЩА	5
БІОЛОГІЧНІ НАУКИ.....	6
<i>Гринюк О.С.</i> ІНТЕГРАЦІЯ БІОЛОГІЇ І ЕКОЛОГІЇ З ПРИРОДНИЧО-МАТЕМАТИЧНИМИ ТА ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИМИ ПРЕДМЕТАМИ ЯК УМОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ГРАМОТНОСТІ УЧНІВ НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ.....	6
ГЕОГРАФІЧНІ НАУКИ.....	7
<i>Штойко П.І.</i> МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ГЕОГРАФІЇ.....	7
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ.....	10
<i>Баишавець К.О.</i> РОЗВИТОК БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	10
<i>Белей С.І.</i> ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В КОНТЕКСТІ ЗБАЛАНСУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	11
<i>Бугіль С.Я.</i> SMART-ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ У СИСТЕМІ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ	13
<i>Бутрик О.О.</i> НОВИЙ СТАНДАРТ КОДИФІКАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ РАХУНКІВ В УКРАЇНІ – ЩЕ ОДИН КРОК НАЗУСТРІЧ ДО ЄВРОПИ	15
<i>Водолазська О.І.</i> АНАЛІЗ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ.....	16
<i>Дереволяченко Т.Є.</i> МАРКЕТИНГ У СВІТЛІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	19
<i>Євтушенко Д.Ю.</i> НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «МОДА-ВЗУТТЯ»	20
<i>Курінна В.В., Курінна Д.В., Пономарьова О.Б.</i> ТЕНДЕНЦІЇ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ	22
<i>Новікова Л.Ф., Яренчак М.В.</i> БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ СТАБІЛІЗАЦІЇ	24
<i>Панченко О.В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ЗАСОБУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ	26
<i>Романова О.В., Крайняк А.В.</i> ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ.....	29
<i>Совершенна І.О., Ботнар Я.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІД ЧАС КРИЗИ.....	32
<i>Сташко І.В., Литвиненко І., Галагоц А.</i> КОНФЛІКТНІ СИТУАЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	33
<i>Стукан Т.М.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ХЕРСОНЩИНІ	36
<i>Шендерівська Л.П., Мельник К.Л.</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ РЕКЛАМНОЇ ІНДУСТРІЇ У ПЕРІОД РЕЦЕСІЇ	37
<i>Шкіренко В.В.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	40

ІСТОРИЧНІ НАУКИ.....	42
<i>Лукаш О.І.</i> РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ ІНДОЛОГІЇ В УКРАЇНІ: (ДО 20-РІЧЧЯ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ АСОЦІАЦІЇ ІНДОЛОГІВ).....	42
КУЛЬТУРОЛОГІЯ	45
<i>Бегаль Т.О.</i> РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-ПОРТАЛІВ У ВІРТУАЛІЗАЦІЇ МУЗЕЙНИХ ЕКСПОЗИЦІЙ	45
<i>Шербіна Т.Р.</i> НОВОРІЧНІ ЧАЙНІ ТРАДИЦІЇ ПІВДЕННОГО КИТАЮ	46
МЕДИЧНІ НАУКИ.....	48
<i>Воропаєв Е.В., Шафорост А.С.</i> НАНОМЕХАНИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ПОВЕРХНОСТИ КЛЕТОК ЭПИТЕЛИЯ СЛИЗИСТОЙ ОБОЛОЧКИ У ПАЦИЕНТОВ С РАКОМ ЖЕЛУДКА	48
<i>Коротчук Є.В.</i> ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВІДНОСНОЇ ПЛОЩІ, ЩО ЗАЙМАЮТЬ НИРКОВІ ТІЛЬЦЯ У ЩУРІВ, НАРОДЖЕНИХ ВІД МАТЕРІВ ІЗ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИМ МЕТАБОЛІЧНИМ СИНДРОМОМ	50
<i>Стовбан М.П.</i> ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ВЗАЄМОДІЇ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ В МЕЖАХ ОДНОГО ГОСПІТАЛЬНОГО ОКРУГУ	52
<i>Химич І.Г., Химич О.І.</i> СВІТОВА ПАНДЕМІЯ: ЧАС ДЛЯ ПРОКРАСТИНАЦІЇ ЧИ АКТИВНИХ ДІЙ ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ ЖИТТЯ	54
ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ.....	55
<i>Tsionka O.M.</i> LITERARY WORK OF F. SCOTT FITZGERALD AND IDEOLOGICAL AND AESTHETIC FEATURES OF THE LITERATURE OF 'LOST GENERATION'	55
<i>Лучкевич В.В., Косовська М.А.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНО-РОМАНСЬКОГО ЛЕКСИЧНОГО ФОНДУ	57
<i>Маняца М.С.</i> TRANSLATION OF UKRAINIAN TOURIST WEBSITES INTO ENGLISH: A MULTIMODAL PERSPECTIVE.....	58
<i>Молчанова І.В.</i> НОВІТНІ МЕТОДИ ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ	59
<i>Осадців Г.Т.</i> «МОВЛЕННЄВА РОЗМИНКА» ЯК ІНТЕРАКТИВНИЙ МЕТОД У ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ	61
<i>Скидан М.С.</i> СПІВВІДНЕСЕНІСТЬ ДИСКУРСИВНОГО ТА РЕАЛЬНОГО ХРОНОТОПУ	63
<i>Скидан Я.А.</i> МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ СЛОВО В ПОЕЗІЇ В. СЛАПЧУКА	65
ЮРИДИЧНІ НАУКИ	66
<i>Гринберг О.С.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНСТИТУТУ ЗАТРИМАННЯ ОСОБИ	66
<i>Гудіна Я.І.</i> АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КРИМІНАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО	68
<i>Лазарєва Я.А.</i> АВТОФІКСАЦІЯ ДОРОЖНЬО-ТРАНСПОРТНИХ ПРИГОД В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	70
<i>Мешій М.С.</i> ЩОДО ОКРЕМИХ ПИТАНЬ ОХОРОНИ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ПІД ЧАС КАРАНТИНУ	72
<i>Слепова К., Шило І.В.</i> ВІДМЕЖУВАННЯ ЗАМАХУ НА ЗЛОЧИН ВІД ІНШИХ СТАДІЙ ВЧИНЕННЯ ЗЛОЧИНУ	74
<i>Шевченко Т.В.</i> ЕКСПЕРТИЗА, ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕТАП РОЗКРИТТЯ ЗЛОЧИНУ НА СТАДІЇ ДОСУДОВОГО РОЗСЛІДУВАННЯ	75

АРХІТЕКТУРА

Ісайко Н.Б.,

архітектор, аспірант

Національної академії образотворчого мистецтва і архітектури

ПРОБЛЕМИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ МІСТА ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ЙОГО ІСТОРИЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Кожен етап історичного розвитку міста супроводжується зміною в кількісних і якісних потребах людей в формах організації середовища їх проживання. Це неминуче супроводжується перетворенням архітектурного середовища, перебудовою та знесенням старих будівель, а також будівництвом нових, які відповідають сучасним технічним, експлуатаційним, санітарно-гігієнічним вимогам. У той же час, володіючи історичної та культурної пам'яттю, людство прагне до збереження і примноження духовної і матеріальної бази, невід'ємною частиною якої є міське архітектурне середовище.

Таким чином, першим аспектом, що обумовлює проблему порушення цілісності історико-культурного середовища, є проблема втрати будівель історичної забудови. Другим аспектом є вторгнення в середовище, що полягає у виникненні дисонуючих об'єктів, тобто будівель, які порушують цілісність сприйняття історичного середовища – в історичний «каркас» міста впроваджуються чужорідні елементи. Такі помилки неминучі в умовах відсутності науково-обґрунтованої стратегії. Починається пошук значень та нових символіко-ментальних форм просторової організації, покликаних поліпшити якості комфорту й безпеки місць проживання людей [1].

Однак введенню будь-якої будівлі або цілої містобудівної системи повинен передувати особливий етап дослідницької та науково-проектної діяльності, нині гранично спрощений або відсутній в більшості випадків. Що, по суті, буде комплексним підходом до проблеми оптимізації структури міста та збереження його історичної «знаковою» спадкоємності. Для цього повинні бути враховані фактори, що впливають на архітектурне і об'ємно-просторове рішення (роль земельної ділянки та будівлі в містобудівній системі, функціональне призначення об'єкта, функціональне призначення і архітектурний характер навколишньої забудови, пішохідні і транспортні мережі, особливості рельєфу тощо) [2]. Не менш важливий фактор потенційного впливу нової будівлі на історико-культурне середовище (архітектурна та історико-культурна цінність об'єкту і навколишньої забудови, вживані прийоми в композиції фасадів, емоційна оцінка мешканцями і гостями міста будівлі й середовища) [3]. Також виявлення зв'язків архітектурного простору, що значить перш за все розпізнавання тих його характеристик, які забезпечують стійкість, збереження об'єктів та, разом з тим, визначають тип і напрямки міського розвитку.

Стійкі в часі знаки міського простору з'являються при тривалій концентрації одного з факторів розвитку простору міста, в подальшому відбувається кристалізація об'єкта в символ. Щодо рівня значимості на кожному етапі, фактори визначаються віяннями епохи, ідеалами, потребами мешканців, політичною ситуацією та стратегією міського розвитку [4]. Однак, можлива і спонтанна поява об'єкта-символу при різкій зміні одного з факторів (наприклад, соціальних). Також будуть присутні періоди максимальної знаковою концентрації.

При цьому, ключовою метою передпроектного аналізу буде опис існуючих накопичених ресурсів та позначення проблем формування архітектурного простору, як єдиної системи, що забезпечує життєдіяльність городян. Тільки тоді, глибокий аналіз міста, як єдиного об'єкту, буде передувати визначенню та впровадженню генеральних планів і довгострокових концепцій розвитку.

Література:

1. Герасимова І.А. Проблема сохранения культурной идентичности в условиях глобализации / І.А. Герасимова, В.Ю. Ивахов // Сервис plus. - 2017. - Том 11. -№2. - С. 66-76.
2. Романова, Л.С. Современная застройка в исторических центрах городов. Исследования. Проблемы. Перспективы / Л.С. Романова, О.Г. Литвинова // Вестник ТГАСУ. - № 2. -2009. – С. 65-76.
3. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Рудольф Арнхейм. – М. 2007. – 392 с. – (Архитектура-С).
4. Город как социокультурное явление исторического процесса / за ред. Э.В.Сайко. – М. 1995. – 351 с. – (Наука).

БІОЛОГІЧНІ НАУКИ

Гринюк О.С.,

*науковий співробітник відділу інтеграції змісту загальної середньої освіти,
Інститут педагогіки НАПН України,*

ІНТЕГРАЦІЯ БІОЛОГІЇ І ЕКОЛОГІЇ З ПРИРОДНИЧО-МАТЕМАТИЧНИМИ ТА ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИМИ ПРЕДМЕТАМИ ЯК УМОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ГРАМОТНОСТІ УЧНІВ НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ

Сучасний екологічний стан довкілля в Україні викликає необхідність радикальних змін й переосмислення змісту та організації екологічної освіти.

Домінуючим напрямком екологічної освіти в світлі освітніх реформ є формування екологічної грамотності учнів, яка формується на основі екологічної культури і є обов'язковою умовою сталого розвитку суспільства, узгодження економічних, екологічних і соціальних чинників розвитку. Адже молодь вступає в життя в епоху не тільки бурхливого розвитку науки і техніки, а й негативних наслідків науково-технічної революції та демографічного вибуху [1]. Тому екологічна грамотність є одним із напрямків виховної роботи, що сприяє громадському усвідомленню екологічних проблем сучасності, їх наслідків, шляхів вирішення та запобігання виникненню нових.

«Гадаємо, – писав В. Сухомлинський, – що школа майбутнього повинна найповніше використовувати для гармонійного розвитку людини все, що дає природа і що зможе зробити людина для того, щоб природа служила їй. Уже через це ми повинні берегти і поповнювати природні багатства, які маємо».

Важливо виховати особистість, здатну бачити, відчувати і передбачати стан довкілля, вміти зберегти і відновити його, розуміти місце людини в ньому. Формування екологічної компетентності має бути безперервним процесом, що охоплює всі вікові, соціальні та професійні групи населення. Проте її центральною ланкою є школа, оскільки саме за шкільних років формування особистості відбувається найінтенсивніше, тому екологічна освіта є творчим процесом, пов'язаним з розвитком, самоутвердженням і самовираженням особистості. Проблема підвищення екологічної грамотності, творчої активності учнів та підготовки їх до самостійного здобуття знань і творчої діяльності не можна повністю розв'язати без установалення цілісної природничо-наукової картини світу.

Під НКС учні мають розуміти систему знань, яка досягається в процесі інтеграції змісту природничо-математичних та літературознавчих предметів на основі загальних закономірностей природи, закономірностей екології, розвитку літературного процесу [3, с. 10].

Екологічна грамотність повинна допомагати виробити екологічний стиль мислення, екологічну культуру підростаючого покоління, що є проявом їх екологічної компетентності. В Державному стандарті (2011) знаходимо визначення: «компетентність – набута у процесі навчання інтегрована здатність учня...» [2, с. 4].

Вихованню та підвищенню рівня екологічної грамотності учнів сприяє проведення інтегрованих уроків біології і екології з природничо-математичними та літературознавчими дисциплінами. Дана форма проведення уроку виникла у зв'язку з перебудовою нашого мислення від нескінченного розчленування об'єктів і явищ до розгляду їх у цілісності і єдності, у всіх діях і проявах. Такі уроки цікаві різноманітними підходами, інтерактивними технологіями, порівняннями, практичною спрямованістю навчання на формування в учнів екологічного мислення. У наш час використання інтерактивних технологій в навчальному процесі відкриває перспективи його якісного вдосконалення, тому що даний вид навчання є діалоговим, у ході якого здійснюється творча взаємодія вчителя і учня.

Організація навчально-виховного процесу на засадах інтегрованого навчання із залученням усіх його учасників забезпечує можливість: змістовного наповнення вище зазначених предметів завданнями екологічного виховання з урахуванням вікових особливостей учнів; під час формування фундаментальних природничо-математичних і літературних знань учнів, озброєння їх навичками економного, бережливого використання природних ресурсів, формування активної, гуманної позиції у ставленні до природи на засадах основних принципів виховання: принципу національної спрямованості (формування національної самосвідомості, виховання любові до рідного краю), культуровідповідності

(перетворення змісту досвіду людства на систему відкритих проблем), цілісності (гармонійний та всебічний розвиток особистості, формування в неї цілісної природничо-наукової картини світу), акмеологічного принципу (засвоєння загальнолюдських і національних цінностей, вироблення стратегій життя, рух до здійснення нових соціально значущих задумів, уміння долати труднощі, прогнозувати наслідки, свідомо приймати рішення), суб'єкт-суб'єктної взаємодії (емпатія, схильність до творчості, педагогічна рефлексія), особистісної орієнтації (культивація почуття самоцінності та впевненості, вироблення оптимістичної стратегії розвитку вихованця, розвиток світогляду, самосвідомості, емоційної сприйнятливості, формування базових якостей особистості).

Наприклад, на інтегрованих уроках біології і екології з хімією в учнів ефективніше формуються специфічні навички поведінки з речовинами, уміння грамотно застосовувати знання з хімії в спілкуванні з природою, школярі краще усвідомлюють зростаючу роль хімії у розв'язанні глобальних проблем людства, в тому числі й захисті довкілля від забруднення промисловими і побутовими відходами, що безпосередньо сприяє вихованню їх екологічної культури. Під час інтегрованих уроків учні отримують корисні й цікаві знання про хімічні процеси, що відбуваються в оточуючому їх середовищі, як вони впливають на хімічний склад води, ґрунтів, повітря та на здоров'я людини в цілому.

Отже, екологічна освіта і виховання невіддільні, в результаті чого формується особистість школяра, його світогляд. У розв'язанні цих проблем пріоритет належить інтегрованим урокам, оскільки вони мають більше переваг порівняно зі звичайним уроком та набагато повніше враховують знання й інтереси школярів, їхні пізнавальні й інтелектуальні можливості, дають змогу застосовувати здобуті знання з суміжних дисциплін, сприяють встановленню цілісної природничо-наукової картини світу на основі міжпредметних зв'язків і відкривають шляхи для розв'язання проблеми підвищення якості освіти та рівня екологічної грамотності учнів.

Екологічна грамотність підрастаючого покоління сьогодні стала нагальною потребою суспільства. Причини та наслідки негативних екологічних ситуацій, можливість і необхідність подолання екологічної кризи – ці питання є обов'язковою складовою шкільної екологічної освіти. Екологічні проблеми сучасності вимагають від Нової української школи приділяти більше уваги формуванню екологічної компетентності та розумінню оточуючого світу і себе.

Література:

1. Голуб Г.М. Пректні технології у формуванні екологічної грамотності учнів. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://golubteacher.pp.ua/osobistij-kabinet/prektni-tehnologiyi-u-formuvanni-ekologichnoyi-gramotnosti-uchniv-2.html>
2. Про затвердження Державного стандарту базової і повної загальної середньої освіти. Інформаційний збірник та коментарі Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України 2012 – №4-5, лютий. С. 3-56.
3. Технології інтеграції змісту освіти : зб. наук. пр. Всеукраїнського круглого столу «Інтеграція змісту освіти в профільній школі», 17 квітня 2019 р., Полтава / [головн. ред. В. Р. Ільченко]. Вип. 11. Полтава : ТОВ «АСМІ», 2019. 184с. [Електронний ресурс] / Режим доступу:http://poipro.pl.ua/images/FILES/nml/drukov_produk_POIPPOPDF/2019/zbirnyk_nauk_prats_tech_integ_zm_osv_Vyp11_2019.pdf.

ГЕОГРАФІЧНІ НАУКИ

Штойко П.І.,

д-р геогр. н., професор кафедри туризму

Львівського державного університету фізичної культури ім. І. Боберського

МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ГЕОГРАФІЇ

В науці, де йдеться про знання, що піддається перевірці, і де надійна лише раціональна аргументація, відбувається процес формування комплексних, міждисциплінарних проблем та напрямів дослідження.

Отримання нової інформації пов'язано з пошуками та проблемами, які як би об'єднують різні дисципліни. Географія крім територіальних меж утверджує об'єкт (предмет) дослідження, методологічно обґрунтовує власні способи опрацювання, а на сучасному етапі їх поглиблює технічна оснащення для здійснення інноваційних функцій. В системі географічних наук і вибудові їх методів належить звернути увагу на методологічні здобутки, які використовують для досягнення поставлених цілей.

Схематичну послідовність пізнавального процесу – історичний порядок розвитку – можна охарактеризувати через імена особистостей, результати їх творчих досягнень, що сприяли цим перебігам – від територіального обмеження областей діяльності в географії до відокремлення її й утвердження логічних знань щодо об'єкта дослідження. Про те, що географія його не мала, а вважалася лише способом дослідження і не спромоглась дати цьому критичне обґрунтування – потрапила в гостру суперечку з іншими науками. Виявивши навіть об'єкт свого дослідження, старі суперечки про її межі і, відповідно, завдання час від часу загострювалися. Стало зрозумілим, що дослідження територіального поширення певних категорій лиші за власним бажанням є радше завданням «наук про Землю», а не географії [1].

Додамо, що «країнознавча схема» як проблематика сучасного стану розвитку географії і як аналітичний метод дослідження, що поділений за категоріями разом з наслідковою «синтезою» отримує нове призначення, коли система стає мов би спрощеною і водночас інформаційно модельованою за допомогою технічних засобів (ГІС). Важливо, що «перехід в умовах інформаційного суспільства і глобалізації до «мережевої» моделі науково-технологічного розвитку висуває широкий спектр нових надзвичайно гострих проблем» [2, с. 14].

Система географічних наук (як і будь-яких інших) повинна ґрунтуватися на наявних фактах наукової логіки і охоплювати всі теоретично можливі способи дослідження. Вона ґрунтується на знаннях об'єкта з сукупністю методів дослідження, щоб відобразити систему наукової дисципліни як форми вираження методологічної теорії. Така засада дозволяє впорядкувати і узгодити взаємовідносини між науками. Вплив одних наукових дисциплін на інші не лише через ідеї, принципи та пізнавальні підходи, але й через способи їх отримання взаємозбагачує їх. Система науки вибудовує логічні рамки, з яких можна запозичити передумови для створення нового знання, яке, до речі, консервативне співтовариство не завжди сприймає. Методологічна послідовність логічного взаємозв'язку має належно бути вираженою в системі. Тобто, методологічна побудова науки служить наріжним каменем при формуванні нових понять і здобутків теоретичних та методологічних переконань і дискусій. Впродовж тривалого часу серед географів робились спроби обґрунтувати загальні методологічні положення між фізико-географами та економіко-географами. Зауважимо, що в низці монографічних праць, статей і доповідей спостерігаються інтегративні підходи комплексних географічних тенденцій [3]. Великий поштовх цьому тренду спричинила необхідність вивчення проблеми навколишнього середовища, зокрема екології, до вивчення прикладних завдань якої долучаються географічні методи, що дієві в двох сферах пізнання – природничої та соціальної. З-за відсутності науки про охорону природи та й врешті чіткого визначення предмету дослідження будь-якої з них виникають неузгодженості. Наприклад, І. П. Герасимов вважав, що екологія – це «специфічний [в широкому розумінні цього терміну. – П. Ш.] науковий підхід до вивчення різних об'єктів природи і суспільства» [4, с. 67]. В цьому контексті географія наділена нерозривними зв'язками в організації міждисциплінарного (і не лише географічного) дослідження, а також інтеграційним спрямуванням свого пошуку. У вивченні складних зв'язків між живими і неживими (біотичними й абіотичними) компонентами ландшафтів і природи, об'єктів взагалі доводиться об'єднувати методи, знання, професійні навички спеціалістів різних наук. Пізнання об'єкта як проблеми фокусує необхідність зміцнювати зусилля різних наукових дисциплін для отримання якомога ґрунтовніших знань про нього.

Інтеграційне дослідження може інколи спричинювати появу нової наукової дисципліни як в системі однієї, наприклад, географічної, так і в системі різного комплексу наук. Однак для її появи необхідний не лише предмет дослідження, але й методологія певної внутрішньої організації [2]. Дуже часто, незважаючи на об'єднання методів різних наук, інтеграція здійснюється в межах міждисциплінарного дослідження. Тут йдеться не лише про появу нової науки, а про утвердження статусу вже існуючої. Наприклад, геофізика ландшафту, або й зрештою самого ландшафтознавства, яке за своєю сутністю і змістовністю не уступає екології. Остання вивчає процеси організації (і самоорганізації) природи – відношення живих організмів до неї, а ландшафтознавство охоплює результати пізнання органічної та неорганічної природи у їх взаємозв'язках, що мають як теоретичне,

так і прикладне значення. Це є свідченням того, що ландшафтознавчі праці в наукознавстві недостатньо професійно осмислені та оцінені. Важливо зауважити, що кожна з окремо взятих наук може формувати ту чи іншу систему. До прикладу, історична географія знаходиться на межі з її численними відгалуженнями – історії та географії. Взаємозв'язки істориків і географів спричиняють появу двох основних напрямів – історичного і географічного, які відмінні за своїми цілями та завданнями. Історики розглядають географію як допоміжну історичну дисципліну, а географи – напрям вивчення впливу, якого зазнають (або могли зазнати) географічні об'єкти чи природне середовище за історичний час. Здавалось би відмінні завдання, однак спільними для них залишаються здобути результати – методи і матеріали. Історичній географії вкрай необхідна організація міждисциплінарних досліджень – необхідний діахронічний підхід з детальною методикою опрацювання історичного матеріалу. Подібних змістовних досліджень обмаль, а цього вимагає поява в майбутньому багатомної ґрунтовної «Історичної географії України».

Процеси диференціації та інтеграції науки вносять певні корективи в ті чи інші географічні дисципліни. Так, в дисциплінах природничої географії, наприклад, геоморфології – вивчають процеси, пов'язані з дослідженням антропогенного рельєфу, ґрунтів, рослинності, впливу людини на клімат чи води; у протилежність цій тенденції виникла необхідність економічної оцінки ґрунтів, їх деградації, рослинного покриву, ін. Економічної оцінки потребують природні умови та ресурси в цілому – від дослідження з сільськогосподарського планування до рекреаційного стану ландшафтів як передумови розвитку туристської галузі.

В системі географічних наук інтегративним об'єктом на сьогодні виступає культурний ландшафт як високоорганізована природно-господарська система конкретної території. Він віддзеркалює не лише високу рентабельність, оптимальне співвідношення угідь в його морфологічних одиницях (урочищах і місцевостях), він – посвідка рівня культури народу, запорука тривалості (за нормальних соціально-економічних умов) життєдіяльності людини з погляду естетичної, медико-географічної, рекреаційної комфортності (соціальна складова) і оптимального функціонування природних компонентів у ландшафті (природна складова). Їх поєднана узгодженість засвідчує найбільш вдалі варіанти традиціоналізму та інновацій у розвитку окремих культур. Стан якості природного середовища певним чином формує не лише фізіологічні особливості, а й розумові здібності людей. Саме в культурному ландшафті (від природного через антропогенний) сфокусоване завбачливе планування як міждисциплінарної проблеми. В даному випадку міждисциплінарні дослідження посилюють взаємозв'язки між ландшафтами як об'єктами пізнання і економічними районами з використанням басейнового та управлінського підходів з метою збереження природного середовища та оптимізації природокористування.

Отже, міждисциплінарні дослідження наповнюють понятійно-термінологічну базу, сприяють розвитку точності, гнучкості й лаконічності мови, і що найважливіше – збагачують методологію і теорію як невід'ємних їх складових. Домінуючу монодисциплінарність досліджень витісняє міждисциплінарна, в результаті чого інтегративні процеси стають дедалі вагомішими [5]. Вони посилюють своє значення і в системі географічних наук, і з іншими науками, синтезуючи інтеграційні тенденції, так як об'єкти, явища і процеси пізнання стають дедалі складнішими. Інтеграція окремих наукових напрямів в єдину науку здійснюється за принципами і на основі поглиблення внутрішньо – та міждисциплінарних досліджень. Диференціація та інтеграція в системі наук – близьких та далеких одна від одної – йдуть мов би синхронно: одна складова у процесі їх розвитку зумовлює потребу появи іншої, зберігаючи єдність наукового знання [6]. Такий шлях не оминає й географію.

Література

1. Толпчєв О.Г. Предметна область географії та її сучасні методологічні трансформації // Український географічний журнал. – 2016. – №1. – С.64–69.
2. Оноприєнко В. И. Наукоеведение: поиск системных идей. – Киев, 2008. – 288 с.
3. Шаблій О. І. Суспільна географія: теорія, історія, українознавчі студії. – Львів, 2001. – 744 с.
4. Герасимов И. П. Методологические проблемы экологизации современной науки // Вопр. филос. – 1978. - № 11. – С.61 – 72.
5. Семенюк Е.П., Мельник В. П. Філософія сучасної науки і техніки. – Львів, 2006. – 152 с.
6. Кайку М. Візії: як наука змінить XXI сторіччя /Перекл. з англ. А. Кам'янець). – Львів, 2004. – 544 с.

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

*Башавець К.О.,
студентка групи 22 гр
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Одеський фінансово-економічний коледж КНТЕУ
Науковий керівник: викладач математики Румянцева С.Г.*

РОЗВИТОК БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Постановка проблеми. Перспективи участі України у євроінтеграційних процесах зумовлюють потребу визначення напрямів діяльності усіх секторів національної економіки до вимог економічної глобалізації та регіоналізації. Стратегічним напрямом фінансової політики України є забезпечення стабільності банківської системи, особливо в умовах дестабілізаційних процесів. Вирішення цього завдання передбачає вдосконалення стандартів банківської діяльності та норм банківського регулювання. Однак, враховуючи проблеми, що нині існують в банківській системі ЄС, значні недоліки системи банківського регулювання, які виявила валютно-фінансова криза, постійні зміни регуляторного поля в ЄС, до процесу євроінтеграції слід підходити з розумінням її переваг та недоліків.

Проблеми розвитку банківських систем в умовах євроінтеграції є предметом наукових досліджень провідних вітчизняних та зарубіжних учених: роботи А. Абалкіної, І. Бураковського, Є. Вінокурова, П. Гайдучького, В. Гейця, М. Головіна, О. Лібмана, Д. Ушкалової, В. Ясинського присвячені дослідженню інтеграції як явища та процесу; М. Алле, Б. Балаша, К. Дойч, Г. Мюрдаль – становленню теорії інтеграції в економіці тощо.

Наразі Україна дотримується євроінтеграційного вектору розвитку на основі впровадження стандартів ЄС. Це передбачає здійснення процесів євроінтеграції в усіх секторах економіки України, в тому числі у фінансовій та банківській системі та дотримання основних принципів політики євроінтеграції банківського сектору України, а саме: 1) забезпечення економічного суверенітету України в умовах посилення інтеграції з країнами ЄС; 2) гармонізація інтересів України та її банківського сектору з інтересами країн ЄС; 3) прозорість механізмів проникнення іноземного капіталу в банківський сектор України; 4) безперервність процесів інтеграції України з ЄС та забезпечення умов підвищення ефективності впливу банківської системи на темпи і масштаби вітчизняного товаровиробництва [2]. Процес адаптації вітчизняної банківської системи до європейських стандартів вимагає певного виваженого перехідного періоду та визначення послідовності та пріоритетності запровадження змін у банківське регулювання. На шляху процесів європейської інтеграції України постає низка обмежень, пов'язаних з депресивними тенденціями у вітчизняній економічній системі, проблемами й ризиками банківського сектору України. Серед існуючих проблем банківської системи слід відмітити: значні непогашені зовнішні зобов'язання і залежність платіжного балансу від показників реструктуризації боргів банків; низьку прибутковість та неоптимальну структуру витрат вітчизняних банків; значну частку проблемних кредитів і великі відрахування до резервів; дисбаланси у строковій і валютній структурі активів і пасивів, що утруднює підтримання належного рівня ліквідності в банківській системі та сприяє валютним ризикам; недосконалий ризик-менеджмент; завищеною вартістю залучених ресурсів за недостатнього обсягу внутрішніх заощаджень для кредитування модернізації вітчизняної економіки в умовах масштабного експорту капіталу; вузьке коло надійних і кредитоспроможних позичальників; несприятливі умови конкуренції за домінування банків з іноземним капіталом; обмеженість внутрішніх джерел капіталізації банків [1]. Основними напрямками інтеграції банківської системи України до ЄС та заходами щодо їх практичної реалізації мають стати наступні. 1. Забезпечення стабільності та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної банківської системи на міжнародних ринках банківських послуг. 2. Розробка механізму попередження та зниження ризиків, що можуть бути додатково привнесені до вітчизняної банківської системи. 3. Удосконалення функціонування вітчизняної банківської системи. 4. Продовження діалогу із регуляторами банківської діяльності з країн ЄС [1].

Отже, підписання угоди з ЄС має як позитивні (ширший доступ до інвестиційних ресурсів західних інвесторів; здешевлення банківських кредитів; відкриття депозитів у євробанку без спецдозволу; впровадження нових стандартів корпоративного управління та обслуговування клієнтів; формування прозорих, якісних і позбавлених корупції схем діяльності банківських установ; впровадження новітніх банківських продуктів і технологій ведення банківської діяльності тощо), так і негативні наслідки (посилення недобросовісної конкуренції на ринку банківських послуг; наростання валютних дисбалансів у структурі активів та пасивів банків; збільшення розриву між рівнем розвитку фінансового і реального секторів економіки; здійснення банками з іноземним капіталом кредитної політики, яка не завжди відповідає національним інтересам стратегічного розвитку України; збільшення зовнішньої залежності банківської системи та каналів впливу нестабільності на фінансових ринках тощо).

Висновки. Підсумовуючи зауважимо, що економічні можливості євроінтеграції України ще не мають об'єктивної оцінки. Ключовою ідеєю цього процесу є конвергенція України з нормами, стандартами та політикою ЄС в усіх напрямках, зокрема й у банківській сфері. Таким чином, інтегрування банківської системи України у європейський фінансовий простір, з одного боку, може спричинити активування низки ризиків фінансово-економічного характеру, а з іншого – однозначно матиме позитивні наслідки і потребує більш досконалого вивчення.

Список використаних джерел

1. Асоціація з ЄС вдарить по українських банках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-ekonomist.com/4309-asosasya-z-yes-udaritro-ukrayinskih-bankah-strahovih-kompanyah.html>
2. Програма інтеграції України до Європейського Союзу, схвалена Указом Президента України № 1072/2000 від 14.09.2000 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/n0001100-00>

С.І. Белей

*к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,*

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В КОНТЕКСТІ ЗБАЛАНСУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Розвиток – це процес неспинних перетворень та змін суб'єкта у досконаліший стан з кращими якісними характеристиками, які є результатом зростання відповідних кількісних показників. Відповідно «механізм розвитку сільських територій вклучає ресурсне забезпечення процесу, його речову частину, а також сукупність взаємопов'язаних елементів, що забезпечують виконання функцій процесу розвитку сільських територій. Метою механізму розвитку сільських територій є формування передумов для досягнення цілей, які діють за допомогою важелів через комплекс інструментів» [1, с.15]. Основою розвитку сільської території є її соціально-економічний розвиток. Соціально-економічний розвиток сільської території є об'єктивним й складним багатоаспектним процесом, він стосується «завершеної суспільно економічної одиниці» - сільської території, в якій проявляються всі сторони життєдіяльності країни.

Комплексність та багатоаспектність процесу соціально-економічного розвитку сільської території в контексті збалансування економічної безпеки держави вимагає використання проектно-орієнтованого підходу до управління [2].

Проектно-орієнтований підхід передбачає залучення значної кількості спеціалістів з різних галузей, врахування й узгодження їх пропозицій, оскільки інколи їх бачення можуть суперечати одні одним, а іноді й навіть протилежними. На нашу думку, саме такий підхід до розвитку сільських територій забезпечить комплексність до процесів управління об'єктами та відносинами що відбуваються у громаді, до вирішення завдань за допомогою вироблення й здійснення системи програмних заходів, орієнтованих на цілі, досягнення яких забезпечить розв'язання проблем, що виникли.

Зміст проектно-орієнтованого підходу полягає у виокремленні конкретних ресурсів для вирішення

відповідних завдань, балансуванні усіх видів діяльностей та заходів, які здійснюються окремими інституціями на сільській території, відстеженні результативності прийнятих рішень та виконаних завдань. Основний акцент використання полягає в досягненні максимального соціально вагомого ефекту в результаті використання ресурсів та потенціалу громади. Тобто кінцевим результатом впливу проектно-орієнтованого підходу на розвиток сільських територій є формування економічної безпеки. Акцентуємо увагу на тому, що такий підхід має бути постійним і безперервним.

Варто зазначити, що досить часто для здійснення планування та розробки стратегії розвитку території залучаються зовнішні провідні експерти. Однак ми не підтримуємо такі дії, і вважаємо успішним планування буде у тому випадку, коли до розробки стратегії залучені члени громади. З огляду на вище зазначене, нами пропонується механізм розробки та реалізації стратегії розвитку на основі проектно-орієнтованого підходу до управління (рис. 1).

Слід також акцентувати увагу на тому, планування розвитку сільської території має базуватися на стратегічному партнерстві, який є каталізатором для прискорення темпів зростання продуктивності (ключова економічна мета), стимулюючи інвестиції в підприємства з високим потенціалом до зростання. Де державні та місцеві органи влади, бізнес-структури, неурядові (громадські) організації працюють спільно заради створення можливостей для економічного зростання і додаткової кількості робочих місць. Стратегічне планування розвитку сільської території на основі проектно-орієнтованого підходу до управління має бути орієнтоване на зростання добробуту та гарантування економічної безпеки.

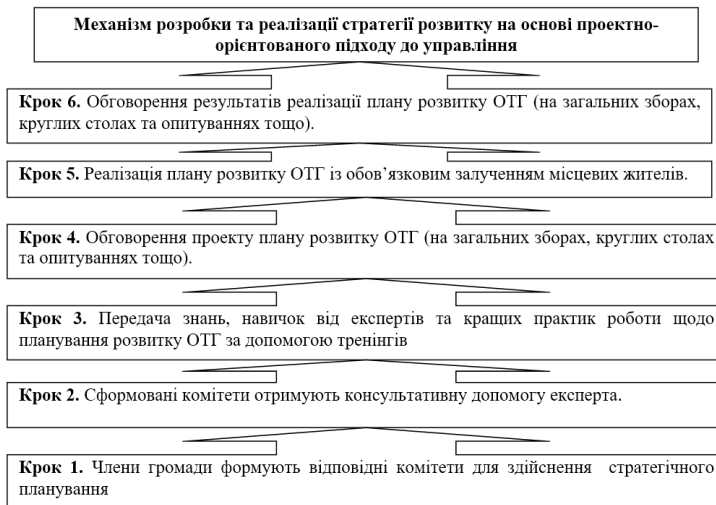


Рис. 1. Механізм розробки та реалізації стратегії розвитку сільської території на основі проектно-орієнтованого підходу до управління

Джерело: розроблено автором

Перехід до проектно-орієнтованого управління призведе до змін у структурі управління. Такий підхід до управління дає можливість на відміну від функціональної організації здійснювати управління проектними завданнями. Це є важливим і значимим аспектом на етапі розробки та впровадження проектів розвитку і дає додаткові можливості для дослідження проблем, розробки проектів і їх реалізації.

Отже, перспективи подальшого використання природно-ресурсного та людського потенціалу сільських територій в умовах загострення фінансових, соціальних та виробничих загроз, на нашу думку, залежать від швидкості прийняття рішень про запровадження ефективних інституціональних інструментів підтримки сільськогосподарського виробництва, зокрема, в межах моделі євро регіонального співробітництва. Реалізація генеральної мети відбуватиметься відповідно до стратегічних цілей, які передбачають зміцнення безпеки сільських територій на основі євро регіонального співробітництва.

Відповідно окреслимо інструменти розвитку сільських територій в межах стратегічних пріоритетів.

По-перше, залучати спеціалістів із різних галузей (юристів, економістів, фінансистів, проектних менеджерів, представників виробничої сфери, землевпорядників та інших). Місцевий комітет працююватиме разом із залученими експертами. Це дасть можливість отримати відповідні знання, вміння та навички.

По-друге, залучати місцеве населення до обговорення планів, а заходи планувати відповідно до потреб та інтересів громади.

По-третє, постійно проводити конкурси ідей серед жителів громади з обов'язковим нагородженням переможців.

По-четверте, вибрати найбільш пріоритетні напрями розвитку, що забезпечать більш ефективне досягнення комфортності та конкурентоспроможності територій.

По-п'яте, формувати реалістичні завдання та цілі, попередньо провести оцінку можливостей громади та проаналізувавши наявні економічні показники.

По-шосте, активізувати інноваційні засоби формування потенціалу сільських територій, а саме використання інформаційних технологій, мережі Інтернет, PR-технологій (public relations), прогресивних методів інтерактивного представлення інформації.

По-сьоме, брати участь у заходах з написання перспективних планів.

По-восьме, обмінюватись досвідом з іншими об'єднаними територіальними громадами, що дозволить більш ефективно здійснювати процес планування.

Отже розвиток сільських територій неможливий без спільної діяльності громади. Він пов'язаний з узгодженими діями, програмами та проектами, здійснення яких створює базис для підвищення конкурентоздатності громади та поліпшення економіки середовища, а у кінцевому результаті сприяє формуванню економічної безпеки.

Література:

1. Белей С.І. Теоретичні підходи до сутності концепту «механізм розвитку сільських територій». Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, VII(35), I: 213, 2019. с.11-15. Dec. URL: https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/hum_vii_213_35.pdf (дата звернення 01.06.2020р).
2. Белей С.І., Лузинський В.О. Сільські території – центри економічної активності євро регіонального співробітництва в системі гарантування економічної безпеки. Міжнародний науковий журнал «Інтернаук». Серія: «Економічні науки». 2020. №1, URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-1-5559>. (дата звернення 01.06.2020р).
3. Безуглий Д. Г. Координаційне забезпечення проектно-орієнтованого управління розвитком об'єднаних територіальних громад в Україні. Теорія та практика державного управління. №2(53). 2016. с. 155-160.

Бугіль С.Я.,

*доцент кафедри туризму, к.е.н., доцент
Львівський національний аграрний університет*

SMART-ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ У СИСТЕМІ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

Розвиток суспільства знань вимагає перегляду класичної освітньої парадигми та переходу до реалізації парадигми Smart-освіти, спрямованої на здобуття компетентностей для гнучкої і адаптивної взаємодії з оточуючим середовищем.

У багатьох сферах економіки рівень професійної компетентності керівників, менеджерів та спеціалістів визначається сьогодні їхніми практичними навичками у володінні новітніми інформаційними технологіями, прикладними програмними продуктами, апаратно-технічним забезпеченням організаційних та виробничих процесів.

Особливе місце у контексті порушеної проблеми, безумовно, посідає туристична діяльність. Впровадження і активний розвиток в індустрії туризму інтернет-технологій, електронних систем

бронювання туристичних послуг, автоматизованих інформаційно-управлінських систем докорінним чином змінили саму природу туристичного бізнесу та суттєво вплинули на традиційні канали збуту в галузі. Стрімке зростання електронного позиціонування та просування туристичного продукту зрештою призвели навіть до появи понять електронного та мобільного туризму.

Адекватним відображенням зазначених тенденцій у площині освітнього процесу має стати широке використання при викладанні профільних туристознавчих дисциплін у закладах вищої освіти технологій смарт-навчання та спеціалізованого програмно-інформаційного забезпечення, а саме: демонстраційних та навчальних версій комплексних систем автоматизації туropolераторської та турагентської діяльності, статичних баз даних глобальних дистрибутивних та геоінформаційних систем, електронної картографії, інтерактивних та мультимедійних навчальних технологій. Йдеться, передусім, про такі навчальні дисципліни як «Інформаційні системи і технології в туризмі», «Міжнародний туризм», «Туropolерейтинг», «Організація туризму», «Інноваційні технології в туризмі», «Туристична картографія», «Спеціалізований туризм» тощо.

Більшість розробників програмних продуктів для туристичної галузі надають можливість на практиці оцінити всі їх переваги та недоліки за допомогою роботи в тренувальних системах і демонстраційних версіях, які безкоштовно розповсюджуються серед потенційних користувачів і часто – серед профільних закладів вищої освіти.

Початок смарт-навчанню (Smart-education) поклало електронне навчання. E-learning (від англ. Electronic learning – електронне навчання) – система електронного навчання, синонім таких термінів, як електронне навчання, дистанційне навчання, навчання із застосуванням комп'ютерів, мережне навчання, віртуальне навчання за допомогою інформаційно-комунікаційних, електронних технологій. Наразі у вищих навчальних закладах накопичується чимало навчальних інформаційних ресурсів в електронному вигляді. Проте вони використовуються фрагментарно. Насамперед, це відбувається через відсутність наукової та методологічної бази, чіткого уявлення про технічні й методичні проблеми, застосування навчальних інформаційних технологій в освітньому процесі.

Смарт-навчання сьогодні – це нова філософія навчання, котру називають розумним навчанням, яке об'єднує навчальні заклади, викладацький склад для здійснення спільної освітньої діяльності в мережі Інтернет на базі спільних стандартів, узгоджень і технологій.

Конструктивними елементами Smart-комплексу навчальної дисципліни у системі дистанційної освіти є: креативне освітнє середовище, авторське середовище, невербальне середовище, середовище творчості/самореалізації, інформаційно-комунікаційні технології.

Смарт-освіта надає нові можливості викладачам, фахівцям, студентам, а також всім, хто зацікавлений у отриманні знань. За допомогою інтерактивних технологій студент взаємодіє із програмною системою, обирає та аналізує ту інформацію, яка йому потрібна, що спонукає його до самостійної роботи.

Новою освітньою парадигмою SMART-освіти є мобільне навчання. До основних переваг мобільного навчання можна віднести: можливість навчатися будь-де та будь-коли; компактність мобільних пристроїв; безперервний доступ до навчальних матеріалів; підвищену інтерактивність навчання; зручність застосування послуг мобільного навчання; персоналізованість навчання. Унікальними властивостями мобільного навчання є: придатність до одночасної взаємодії як з одним студентом, так і з групою; можливість динамічного генерування навчального матеріалу в залежності від місцезнаходження студентів, контексту навчання та способу використання мобільних пристроїв; можливість виконання окремих дискретних у часі навчальних дій студентів у будь-який час і в будь-якому місці.

Міжнародний досвід ефективного розвитку SMART-освіти полягає у впровадженні таких технологій, як розумні ноутбуки, бібліотеки, електронне та мобільне навчання, створення віртуальних класів, навчання на основі співпраці, моделювання, ігор тощо.

Останнім часом активно розвивається новий напрям у сфері комп'ютеризованого навчання SMART-освіти, що отримав назву адаптивних та інтелектуальних технологій передавання знань.

Завдання цього напрямку досліджень – включити до навчальних систем можливості диференціації технологічного процесу передавання знань, тобто забезпечити врахування індивідуальних здібностей суб'єкту навчання, його попередніх знань та вмінь.

Адаптивне навчання можна охарактеризувати як технологічну педагогічну систему, що сприяє ефективному індивідуальному навчанню. Вона має оцінювати початкову підготовку суб'єкту навчання та

відстежувати результати проходження навчання, характеристики сприйняття нової інформації, забезпечити викладачеві можливість варіювати способи подачі матеріалу, а тому, кого навчають, способи його засвоєння, а також коригувати параметри, структуру та алгоритм навчання.

SMART-освіта висуває нові вимоги до навчального курсу. Він має забезпечувати якість освіти, мотивацію студентів, залучаючи студентів до творчої, навчальної і наукової діяльності. Навчальні курси мають бути інтегрованими, включати мультимедійні фрагменти, зовнішні електронні ресурси, а також електронні підручники. Для створення смарт-підручника необхідно використовувати: хмарні технології, мультимедійні засоби, автоматичну фільтрацію за рейтингом знань, інтерактивність, спільну роботу в Інтернеті та ін.

Smart-комплекси навчальних дисциплін, вони мають бути: науковими; із дружнім інтерфейсом; мати зв'язок з LMS; структурованими; з наочним матеріалом; з можливістю працювати в Offline режимі; універсально використовуватися різними пристроями як у навчальному закладі, так і вдома.

Для здійснення смарт-навчання потрібне використання сучасних технологій навчання (інтерактивних) та технологій здійснення навчального процесу з використанням сучасної креативної освіти: SMART Board, SMARTart, SMART Classroom (стабільні і мобільні) віртуальні лабораторії з використанням SMART-технологій, електронного і мобільного навчання за допомогою мобільних пристроїв, малогабаритні бездротові пристрої та системи з індивідуальною траєкторією навчання, «інтелект-тренінги» для SMART – навчання.

Отже, важливе місце у підготовці сучасного фахівця з туризму має широке використання інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема, Smart-технологій, що дасть можливість закласти фундамент щодо здійснення успішної професійної діяльності та кар'єри.

Перевагами SMART-освіти є те, що вона сприяє розвитку творчих здібностей, формуванню професійних знань, навичок комунікації, грамотності у сфері інформаційно-комунікативних технологій; формує критичне мислення, інноваційні підходи до розв'язання економічних проблем; сприяє удосконаленню умінь ефективної співпраці та взаєморозуміння, лідерства, розвитку кар'єри. Разом з тим, самостійне вивчення масових відкритих онлайн-курсів дозволить реалізувати принцип безперервної освіти.

Бутрик О.О.,

Студентка економічного факультету

Національного університету біоресурсів і природокористування України

НОВИЙ СТАНДАРТ КОДИФІКАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ РАХУНКІВ В УКРАЇНІ – ЦЕ ОДИН КРОК НАЗУСТРІЧ ДО ЄВРОПИ

У сучасних умовах глобальних змін в економіці України, появи нових господарських структур різних форм власності та розширення меж ринку в контексті економічних зв'язків важливе місце посідають питання безготівкових розрахунків між контрагентами, а в особливості при імпорті та експорті. Стандартна система банківського рахунку – це необхідний елемент ефективного банківського середовища кожної держави, що сприяє ефективному обробленню розрахунків. Кожен, хто коли-небудь здійснював грошові перекази за кордон або з-за кордону, без сумніву знає термін «IBAN» і розуміє його призначення. Отже, IBAN - International Bank Account Number, – це міжнародний формат коду поточного банківського рахунку кожного клієнта, який відповідає вимогам ISO 13616 та використовується для міжнародних банківських переказів. Спочатку таким стандартом користувалися лише країни Європейського союзу, однак, зараз географія його застосування значно збільшилася.

Міжнародний стандарт номерів банківських рахунків зараз використовується у 67 країнах світу. Він складається з літер та цифр, за допомогою яких можна дізнатися, у якому банку та у якій країні цей рахунок відкрито.

Раніше в Україні були свої стандарти щодо номерів банківських рахунків. Ці рахунки велися згідно з положеннями бухгалтерського та аналітичного обліку кожного банку, а при переказах з рахунку в одному банку на рахунок в іншому банку потрібно було надавати допоміжні реквізити, такі, наприклад, як «код банку» (МФО).

Із введенням IBAN графа «код банку» зникла, а для переказу коштів на інший рахунок потрібно знати тільки його номер.

Номер рахунку IBAN містить 29 літерно-цифрових символів. Вони традиційно діляться на дві групи. Перші 10 символів – це міжнародний префікс, тобто код країни, далі йде контрольне число і код банку. Два символи що йдуть за кодом країни – контрольні, вони використовуються для перевірки достовірності рахунку й захищають інформацію від помилок при внесенні даних. Наступні шість цифр – це код МФО банку. Друга група символів, що складається з 19 цифр, – безпосередньо номер рахунку клієнта. Крім того, перші п'ять нулів у цій групі зазвичай доповнюють IBAN до 29 символів, а останні 14 цифр безпосередньо номер рахунку.

Міжнародний номер IBAN поглинає всю інформацію про рахунок, його власника і транзакції. По суті номер IBAN замінить звичайний «старий» номер рахунку. Але, крім того, буде збирати в собі всі дані: і номер рахунку, і відомості про власника, і про банк, в якому відкрито рахунок, і про банк-кореспондента, через який проводиться переказ. IBAN - унікальний, як відбиток пальця. Він не може повторюватися або збігатись з якимось ще.

Впровадження IBAN гармонізує український платіжний простір із світовим та сприятиме плановій модернізації електронної платіжної системи НБУ. Як правило, застосування стандарту IBAN через зменшення кількості реквізитів повинно сприяти більш зручному оформленню розрахункових документів. Завдяки цьому клієнти банку зможуть: легко і просто ідентифікувати платника та одержувача коштів, а також банк; уникати помилок в реквізитах рахунків зменшуючи кількість реквізитів в розрахункових документах; робити перекази та отримувати кошти швидше. Серед інших переваг для клієнтів банків НБУ планує запровадити стандарт для здійснення платежів за допомогою QR-кодів для учасників платіжного ринку. Використання QR-кодів, які містять інформацію про IBAN, буде розроблено для спрощення оплати рахунків та обміну платіжною інформацією.

Список використаних джерел:

1. Постанова Правління Національного банку України від 28 грудня 2018 року № 162 “Про запровадження міжнародного номера банківського рахунку (IBAN) в Україні” : Електронний ресурс - [<https://bank.gov.ua/document/download?docId=84880274>]
2. Український стандарт IBAN. Асоціація УкрСВІФТ. : Електронний ресурс - [https://www.ukrswift.org/untitled-csof?lang_id=2&menu_id=35]
3. Стаття: Електронний ресурс- [<https://prn.ua/mbu-vidterminuvav-zaprovadzhennya-mizhnarodnogo-nomera>]
4. Iban checker - international bank account number validation/Стаття: Електронний ресурс- [<https://www.iban.com/iban-checker>]

Водолазська О.І.,

Студентка 2 курсу

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
Науковий керівник: Глухова В. І., к.е.н., доцент*

АНАЛІЗ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ

В сучасних умовах, коли рівень відкритості економіки України (відношення обсягу експорту-імпорту держави до її валового внутрішнього продукту) досить високий, зовнішньоекономічна діяльність країни є чинником її економічного розвитку. Аналіз експортно-імпортової діяльності України в контексті її зовнішньої торгівлі проведено на основі статистичних даних Держкомстату України за 2015–2018 рр.

Аналізуючи загальний вартісний обсяг експорту та імпорту товарів і послуг в Україні (табл. 1), можемо відзначити наявність як позитивних, так і негативних тенденцій [1].

Наприклад, у 2017 р. всього товарів та послуг порівняно з 2016 р. було експортовано та імпортовано на 16,6% та 23,6% більше відповідно. У грошовому виразі це збільшення склало 7 466,8 та 10 509,5 млн.

дол. Водночас у 2015 р. порівняно з 2014 р., навпаки, спостерігалось зменшення обсягів експорту та імпорту на 27,0% та 29,3% відповідно. Отже, маємо як зростання експортних можливостей України, так і виникнення додаткової потреби в імпортованих товарах.

Таблиця 1

Експорт та імпорт товарів і послуг в Україні*

№ з/п	Показники	2015	2016	2017	2018	Відхилення	
						Абсолютне, тис. грн.	Відносне, %
1	Експорт товарів і послуг, млрд. дол. США	46,8	45,1	53,9	59	12,2	26,07
2	Імпорт товарів і послуг, млрд. дол. США	43	44,6	62,5	70,5	27,5	63,95
3	Сальдо зовнішньоторговельного балансу, млрд. дол. США	3,8	0,5	-8,6	-11,5	-15,3	-402,63

*Складено автором на основі даних [2, 3]

Таким чином, слід відзначити, що у 2017 р. експортно-імпортна діяльність України через коливання вартісних показників була трохи активнішою, ніж в попередні роки.

Загалом обсяг експорту товарів в Україні за 2015–2018 рр. становив 117753,5 млн. дол., що в 3,9 разів більше, ніж експорт послуг. Імпорт товарів в Україні за цей же період склав 126373,4, що в 7,7 разів більше за імпорт послуг. Коливання загальних обсягів експорту та імпорту України відбулося за рахунок відповідних коливань показників по товарах та послугах.

Отже, у 2017 р. Україною експортовано лише товарів на 43264,7 млн. дол., що на 19,0% більше, ніж в попередньому році; імпортовано – на 49607,2 млн. дол. (на 26,4% більше). Цілком можна припустити, що частково таке зростання обумовлене збільшенням кількості суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності як за експортом, так і за імпортом. Загальний обсяг експортованих послуг у 2017 р. становив 10714,3 млн. дол., імпортованих – 5476,1 млн. дол. Відносно попереднього року зростання було незначним, а саме 8,6% та 2,8% відповідно.

Показники зовнішньоторговельного сальдо України за 2015–2017 рр. мають такий характер. Загальне сальдо по товарах та послугах у 2017 р. мало від'ємний характер (-2501,1 млн. дол.), що свідчило про перевищення на цю суму вартості імпорту товарів та послуг над відповідним експортом по всіх групах країн загалом. У 2015 та 2016 рр. від'ємна тенденція спостерігалась лише по країнам ЄС, що незначно вплинуло на загальне зовнішньоторговельне сальдо, яке було позитивним (3828,2 та 541,6 млн. дол. відповідно). Якщо говорити про зовнішньоторговельне сальдо безпосередньо товарної групи, то тут спостерігається стабільно від'ємна тенденція в останніх двох роках (-2888,1 млн. дол. у 2016 р. та -6342,5 млн. дол. у 2017 р.) абсолютно по всіх групах країн. Винятком є 2015 р., коли позитивне сальдо зовнішньої торгівлі товарами в розмірі 610,7 млн. дол. було досягнуто за рахунок перевищення експорту товарів над імпортом по групі «Інші країни світу» на 12,2%. Зовнішньоторговельне сальдо послуг за 2015–2017 рр. мало позитивний характер по всіх групах країн. Перевищення експорту послуг над імпортом в цих роках становило 4213,6, 4541,5 та 5238,2 млн. дол. відповідно.

З метою виявлення регіонів, які саме створюють конкурентні переваги України на світовому ринку товарів та послуг, доречно проаналізувати товарно-послугову структуру експорту та імпорту країни в її регіональному аспекті. Аналіз проведемо за 2016–2018 рр. (табл. 2)

Аналізуючи експорт товарів за регіонами України, позитивно можемо відзначити Дніпропетровську, Донецьку, Запорізьку, Київську, Миколаївську, Одеську області та м. Київ.

Якщо аналізувати питому вагу регіону в загальному експорті товарів України, то тут слід виділити Дніпропетровську область і м. Київ. Їх середня за 2016–2018 рр. частка склала 16,2% та 22,6% в загальному обсязі експорту товарів країни відповідно.

Найголовнішими регіонами – імпортерами товарів є такі області, як Дніпропетровська, Київська, Львівська, Харківська, а також м. Київ. Питома вага імпорту товарів цієї групи регіонів в загальному імпорті товарів країни становила у 2016–2018 рр. 14%, 13,8% та 13,9% відповідно. Регіонами з найвищими обсягами імпорту послуг є Дніпропетровська, Донецька, Київська, Одеська, Полтавська області та м. Київ.

Структура експорту та імпорту по регіонам*

Області	2016		2017		2018	
	експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт
Вінницька	983,0	299,4	1217,7	407,1	1429,3	563,0
Волинська	611,9	1130,8	689,3	1335,0	720,0	1368,5
Дніпропетровська	5864,8	3443,6	7052,8	4609,6	7722,6	5264,9
Донецька	3430,8	1110,8	4432,6	2033,9	4845,4	2247,2
Житомирська	484,7	336,7	589,7	449,9	661,9	532,0
Закарпатська	1211,9	1133,4	1446,4	1341,7	1659,0	1515,8
Запорізька	2292,8	998,4	2980,9	1328,2	3377,2	1762,8
Івано-Франківська	573,7	406,0	665,4	637,2	871,4	833,5
Київська	1705,1	2951,6	1748,4	3404,1	1856,3	3642,3
Кіровоградська	427,4	184,0	415,6	236,1	521,8	263,1
Луганська	435,7	357,4	233,9	273,2	202,9	285,0
Львівська	1275,6	1699,4	1585,2	2180,4	1895,6	2707,3
Миколаївська	1666,4	685,8	1900,6	781,7	2112,6	740,0
Одеська	1520,5	1231,4	1813,9	1427,9	1668,3	1547,0
Полтавська	1436,0	842,7	1864,5	1149,7	1905,9	1359,6
Рівненська	318,3	255,0	383,3	341,2	410,9	298,8
Сумська	542,2	436,9	672,7	551,1	802,1	723,3
Тернопільська	294,3	274,9	380,2	351,7	452,5	419,0
Харківська	1027,8	1489,5	1191,5	1619,4	1279,0	1738,9
Херсонська	246,6	166,3	289,2	201,4	269,9	327,7
Хмельницька	318,7	331,9	467,6	414,3	638,2	446,6
Черкаська	474,3	291,2	617,8	403,2	785,6	398,1
Чернівецька	119,3	95,8	149,8	113,2	200,1	139,6
Чернігівська	432,8	473,9	625,1	445,1	755,0	483,3
м.Київ	8568,8	16137,0	9738,3	19848,6	10248,2	23536,6
Всього	36263,4	36763,7	43152,4	45884,9	47291,7	53144,0

*Складено автором на основі даних [2, 3]

Отже, низка більш крупних, економічно розвинутих регіонів характеризується найвищим ступенем активності та участі у зовнішньоторговельній діяльності України. Навпаки, низкий рівень розвитку окремих областей з незначною кількістю підприємств експортерів та імпортерів майже ніяким чином не сприяє просуванню України на світовий ринок товарів та послуг.

Україна має як експортний потенціал, так і імпортозалежність в певних категоріях товарів та послуг. Щодо експортно-імпортних операцій по товарах ситуація склалась таким чином, що вартісний обсяг імпорту по Україні перевищує обсяг експорту; щодо послуг, то експорт більший за імпорт. Розрахунок зовнішньоторговельного сальдо засвідчив наявність відмінностей між вартісними обсягами експорту та імпорту як товарів, так і послуг. Окремі регіони чинять значний вплив на формування показників зовнішньої торгівлі України, інші – навпаки. Сьогодні існує низка перепон та бар'єрів виходу з кризової ситуації, що охопила зовнішню торгівлю України, від відсутності достатньої кількості капіталовкладень для виробництва експортно орієнтованих обсягів товарів та послуг до неприйняття української продукції на світовому ринку. Для перспективного розвитку зовнішньої торгівлі Україні потрібні стратегічні перетворення в національній зовнішньоторговельній політиці. Головним напрямом її розвитку є застосування інструментів нарощування експортних обсягів товарів і послуг та зменшення імпортозалежності країни, зокрема по товарах. При цьому повинна відбуватись оптимізація структури експорту та імпорту з акцентом на зменшення обсягів останнього.

Література:

1. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник. К.Ю.Величко, В.О.Козуб, Л.Л.Носач, Л.О.Чернишова, О.І.Печенка. Видавництво «Форт», 2017. 221 с.
2. Офіційний сайт Міністерства фінансів України URL: <http://www.minfin.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

*Дерев'янченко Т.Є.,
к. е. н., доцент кафедри маркетингу імені А. Ф. Павленка,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

МАРКЕТИНГ У СВІТЛІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Маркетинг орієнтує діяльність підприємства на зростання конкурентоспроможності, збільшення прибутку і зменшення витрат. Цифрова економіка обумовлює нові форми маркетингової діяльності, а цифрові методи збирання, обробки і використання інформації стають основним чинником ефективної діяльності підприємства.

Процеси глобалізації, інформаційне суспільство, смарт-економіка обумовлюють необхідність застосування цифрового маркетингу (англ. Digital Marketing). Саме розвиток цифрових засобів передачі даних та їх активне використання визначають актуальність digital-маркетингу.

Україна за рівнем використання цифрових технологій значно поступається розвинутим країнам. За даними Miniwatts Marketing Group, що досліджує світовий розвиток Інтернет-індустрії, Україна 2017 року зайняла останнє місце в Європі за рівнем проникнення (penetration rate) Інтернету[1]. Лише 43,4% українців користуються всесвітньою мережею, тоді як середній рівень у Європі становить 73,5%, а у найбільш розвинених країнах, таких як Німеччина, Ісландія, Норвегія та Нідерланди, частка користувачів Інтернету перевищує 95% [2].

Близько 4,1 мільярда людей у світі в 2019 році користувались Інтернетом, що на 5,3% більше, ніж у 2018 році. З 2005 року світове інтернет-охоплення зросло з 17% до 53% у 2019-му [3].

Необхідно зазначити, що в Україні, в містах з населенням більше 100 000 жителів у вересні 2019р. інтернет-проникнення зросло до 74%, в населених пунктах менше 100 000 жителів - до 70%, а в селах - до 58%. Майже все населення України у віці до 35 років є Інтернет-користувачами. Найбільш активні в Інтернеті українці у віці від 15 до 24 років - серед них частка користувачів Інтернетом складає - 97%, люди від 25 до 34 років - 96%, користувачів старше 65 років - 29%. Доля жінок у загальній кількості Інтернет-користувачів складає 52%. [2]. Тож digital-маркетинг має величезний потенціал.

Під цифровим маркетингом найчастіше розуміють сукупність методів та інструментів, які використовують цифрові інформаційні технології для досягнення маркетингових цілей підприємства. [4]. Цифровий маркетинг є загальним терміном для маркетингу товарів і послуг, який використовує цифрові канали для просування продукції і збільшення обсягів її збуту шляхом залучення та утримання клієнтів. Часто це поняття ототожнюють з Інтернет-маркетингом. Проте цифровий маркетинг не обмежується лише Інтернетом і використовує просування продукту на будь-яких цифрових носіях.

Digital-маркетинг орієнтований на формування тривалих взаємовідносин із споживачами шляхом комплексної дії як онлайн, так і офлайн каналів комунікації (соціальні мережі, мобільні додатки, YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, вуличні дисплеї, цифрове телебачення, POS матеріали з QR-кодом тощо). За сучасних умов до основних переваг digital-маркетингу відносять його інтерактивність; відсутність територіальних обмежень; легкий доступ до ресурсів; широке залучення цільової аудиторії, стійкі і тривалі відносини з нею; можливість оперативного оцінювання системи просування підприємства та управління подіями в режимі реального часу.

Використовуючи цифрові пристрої підприємство може мати постійний доступ до цільової аудиторії та спілкуватися з нею. Інструментами діджитал-маркетингу є всі способи, заходи і засоби, які допомагають оповістити широку аудиторію, звернути увагу потенційних клієнтів на послугу, бренд,

продукт або підприємство[5]. Зазвичай, одночасно використовують кілька інструментів, що уможливило охоплення майже всієї цільової аудиторії і досягнення високої ефективності просування. До основних інструментів digital-маркетингу відносять: SEO-просування, контекстну, банерну, нативну рекламу, рекламні вікна, QR-коди в offline, СМС-розсилки, вірусну рекламу тощо.

Тож, діджитал-маркетинг сьогодні є потужним інструментом створення стійких взаємовідносин із покупцями, покращання показників продажу, ефективної передачі інформації про підприємство та його товари.

Література:

1. Сайт компанії Miniwatts. Marketing Group. company website URL: [http:// www. miniwatts.com](http://www.miniwatts.com).
2. Кількість користувачів Інтернетом в Україні зросла на 7% - дослідження. 2019. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/news/2019/10/11/652498/> (дата звернення 22.05.2020).
3. Скільки людей у світі користуються Інтернетом – ООН. Інтернет-газета «The Village». URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/290933-skilki-lyudey-u-sviti-koristuyutsya-internetom-oon> (дата звернення: 25.05.2020)
4. Рубан В.В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2017. Вип.2(2). - С. 20–25.
5. Білик А. І., Кришовський В. Л. Перспективи розвитку цифрової економіки на Україні. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (5 жовтня 2018 р). – Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. с.42-44.

Євтушенко Д.Ю.,

студент 4 курсу

Дніпровського національного університету ім. Олеся Гончара

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «МОДА-ВЗУТТЯ»

Поняття «вдосконалення» в широкому сенсі – це закономірна, якісна зміна будь-якого об'єкта, спрямована на поліпшення його стану і на надання йому нових властивостей, необхідних для більш повної відповідності цілям його функціонування і навколишніх умов. Удосконалення системи збуту – це безперервний процес обґрунтування і реалізації найбільш раціональних форм, методів, способів і шляхів її створення (реструктурування) і розвитку; раціоналізація її окремих сторін, контроль і виявлення «вузьких місць» на основі безперервної оцінки відповідності системи контролю внутрішніх і зовнішніх умов функціонування організації.

Постановка ефективної системи збуту необхідна навіть в разі, якщо підприємство працює стабільно. Можна виділити декілька фактичних факторів роботи розподільної системи, які служать передумовами необхідності оптимізації цієї системи: відвантажена продукція не надходить споживачам вчасно; обробка замовлення займає кілька днів; необґрунтовано великий страховий запас готової продукції на складі підприємства; відсутність частини замовленої продукції на складі; зниження частки на ринку.

Останнім часом посилюється вплив зовнішнього середовища на систему збуту продукції. Основною рисою сучасного бізнесу є те, що успіх в конкурентній боротьбі визначає не тільки якість відносин всередині розподільної системи підприємства, а й управління зв'язками з іншими організаціями – учасниками ланцюга поставок. Ефективність функціонування підприємства в ринкових умовах залежить від адекватності реакції на зміну зовнішнього середовища, від ступеня її невизначеності. Задоволення потреб клієнтів і знання ринкової ситуації є ключовими моментами при виробленні стратегії оптимізації збутової системи підприємства. Проведене дослідження та економічний аналіз діяльності ТОВ «Мода-взуття» у перших двох розділах дають змогу зробити певні висновки, виявити сильні та слабкі сторони підприємства, отримати розуміння щодо напрямів покращення діяльності та розробити конкретні практичні заходи для впровадження на підприємстві:

– Реструктуризація відділу збуту та впровадження нового підходу до здійснення продажу. Сучасна схема роботи збутової системи ТОВ «Мода-взуття» на ринку полягає у наступному:

– отримання потреби в металопрокаті;
– пропозиція металу, що є в наявності чи замовлення на завод, що виробляє продукт; – здійснення поставки металопрокату. Дана схема має назву «транзакційних» продаж. Транзакційні продажі здійснюються транзакційними покупцями, які точно знають, що їм необхідно. Для них важливі тільки 2 параметри: ціна і зручність придбання. Для таких продаж немає необхідності тримати великий обсяг персоналу у відділі збуту. Тому що за такою схемою найкращим способом продажу є інтернет. Транзакційні покупці знають, чого хочуть і вважають, що продавці їм не потрібні, тому не готові зустрічатися з продавцями. Для таких продаж немає необхідності тримати великий обсяг персоналу у відділі збуту.

Для підвищення ефективності збутової діяльності ТОВ «Мода-взуття» можливо використовувати схему «проектних» продажів. Проектний продаж – це тривалий процес впливу з метою отримання великого і значимого для компанії замовлення, залежить від кількох осіб, котрі приймають рішення в більш ніж одному підрозділі Замовника. Схема даних продажів охоплює всі стадії виникнення потреби у металі, що дає змогу підвищити обсяг продажів та зробити торгівлю компанію монополістом на ринку продажу металопрокату. За рахунок підвищення обсягів продажу компанія матиме змогу отримати збільшення прибутку та можливість розширення бізнесу. Після тривалого процесу «проектного» продажу замовник вже точно усвідомлює, що саме йому потрібно і процес переходить до «транзакційного» продажу. Саме тому пропонується розділити продавців на відділи:

– проектний відділ продажу (Фронт менеджмент – продавці знаходяться у постійному контакті з клієнтами, проводять безліч ділових зустрічей);

– відділ продажу, що орієнтується на постійного покупця (Бек менеджмент – продавці переважно знаходяться в офісі та здійснюють безпосередньо супровід продажу) Таким чином стане можливим правильно розділити обов'язки менеджерів з продажу та більш ефективно здійснювати продаж;

– модернізація операційної діяльності (робота металоцентрів) Одним з головних чинників, що впливають на продаж металу, є безпосередньо ціна на ринку. Більшість гравців на ринку металу в Україні займають вагомі позиції саме завдяки тому, що мають змогу надавати найпривабливішу ціну;

– розширення асортименту власної продукції.

При збільшенні обсягів продажу та розширенні клієнтської бази є необхідність вдосконалення системи планування та виробництва готової продукції та поступове розширення асортименту продукції, що виготовляється підприємством.

Література:

1. Белінський П.І. Менеджмент виробництва та операцій : підручник / П.І. Белінський. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 624 с.

2. Біленький О. Ю. Аналіз конкурентних стратегій в умовах глобалізації економічної діяльності / О. Ю. Біленький // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2015. – Том 21. – № 2. – С. 36-41.

3. Босак А.О., Григор'єв О.Ю., Скибінський О.С., Чернобай Л.І. Міжнародна економіка: Конспект лекцій для студентів Інституту економіки і менеджменту. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2012. – 200 с.

4. Бурцев В. В. Аналіз результатів продаж компанії: методологія и практичний приклад // Управління продажами, 2009. - №5.

5. Бюджетний менеджмент: Навч. посіб. / Л. В. Панкевич, М. А. Зварич, П. Я. Мошляк, Б. І. Хомічак. — К.: Знання, 2008. 12.Валінкевич Н. В. Теоретичний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства / Н. В. Валінкевич, О.А.Солотвінський // Молодий вчений, 2014. – № 12 (15). – С. 84–89.

Курінна В.В.,

Курінна Д.В.,

студенти Університету митної справи та фінансів

Пономарьова О.Б.

старший викладач кафедри банківської справи та фінансових послуг

ТЕНДЕНЦІ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

На сьогодні процеси інтеграції до Європейського Союзу та співробітництво з досвідченими країнами світу є одним з провідних напрямків для розвитку економіки України, через це питання валютного регулювання в нашій країні є актуальне і займає одне з вагомих місць.

В умовах глобалізації і фінансової інтеграції вирішального значення набувають зовнішньоекономічні відносини країн з перехідною економікою з рештою держав світу, які на пряму залежать від ефективності функціонування валютного регулювання, темпів економічного зростання, рівня залучення, повноти й напрямів використання іноземних інвестицій, тенденцій руху глобальних фінансових потоків капіталу, кон'юнктури світових товарних (у тому числі сировинних) ринків.

Проте, валютне регулювання в Україні є недовершене, супроводжується численними проблемами, що проявляються в стрімкому знеціненні гривні протягом останніх років, широкому застосуванні валютних обмежень, недостатньому обсягу внутрішнього валютного ринку та пропозиції безготівкової іноземної валюти, істотному витоку іноземної валюти за межі України, значному рівні доларизації національної економіки.

Регламентується валютне регулювання в нашій країні законодавчими та нормативно-правовими актами України. Першим документом у області валютного законодавства України був Декрет Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання та контролю» від 19.02.1993. Цей документ характеризував головні норми валютного регулювання та порядок утворення валютного контролю, запроваджував правила встановлення валютних операцій в Україні та на її просторах, визначав права органів державної влади і обов'язки банків та решту фінансових органів у регулюванні таких операцій, і в тому числі хто несе відповідальність за порушення валютного законодавства.[2]

Другим законодавчим документом замість Декрету став Закон України "Про валюту і валютні операції" від 06 червня 2018 р., який набув чинності 07 лютого 2019р. В цьому законі згідно нового законодавства послабили валютний контроль в державі, збільшили граничний строк здійснення розрахунків за експортно-імпортними контрактами зі 180 до 365 днів, скасували валютний нагляд за експортно-імпортними операціями до 150 тис. грн, скасували індивідуальні ліцензії на валютні операції та запроваджується система е-лімітів (для здійснення господарської діяльності юридичній особі не більше 2 млн. євро протягом календарного року), відбулося полегшення ведення операцій валютного обміну в банках, заміна проведення міжнародних переказів, скасована процедура реєстрації резидентами в НБУ зовнішніх запозичень, скасовуються спеціальні санкції за порушення строків розрахунків, відмінено щоквартальне декларування валютних цінностей, доходів та майна, що знаходяться за межами України, дозволено вільно користуватися резидентам рахунками в іноземних фінансових установах та здійснення через такі рахунки валютних операцій (крім операцій з переказів коштів з України на такі рахунки), також дозволено здійснювати операції за рахунками в українських фінансових установах юридичних осіб-нерезидентів.

В порівнянні з Декретом, новий Закон розкриває зрозуміле значення валютного регулювання.

Тобто, валютне регулювання — це діяльність Національного банку України та Кабінету Міністрів України, яка направлена на регламентацію виконання валютних операцій суб'єктами валютних відносин і уповноваженими установами. [4]

В цілому Закон України "Про валюту і валютні операції" *забезпечив перехід України від репресивної, застарілої та запутаної системи валютного регулювання до нової — ліберальної, прозорої та сучасної моделі валютного регулювання*, але при більш всебічному аналізі головних елементів можна знайти деякі обмеження, а саме:

- за валютними операціями резервування коштів;

- запровадження граничних строків для розрахункових операцій, які мають відношення до міжнародного товарообігу;
- встановлення лімітів на проведення деяких валютних операцій;
- продаж частини від іноземних надходжень і низка інших заборон.

Основним здобутком після введення Закону в дію можна вважати нову для українців процедуру валютного обміну (валютний обмін-онлайн), а також збільшення можливостей для експортно-імпортних операцій з суб'єктами господарювання та представниками бізнесу країн Європейського союзу. Національний банк України наголошує, що кінцевою ціллю нововведень є зняття всіх поточних обмежень і перехід до вільного руху капіталу. Отже, новий Закон більш ліберальний, гнучкий, має спрощену процедуру обміну валюти та відповідає потребам сьогодення. [1]

Взагалі є більше десяти законодавчих актів, які регламентують здійснення операцій з валютними цінностями, зокрема це Закони України «Про Національний банк України», «Про банки і банківську діяльність», «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про здійснення розрахунків в іноземній валюті», «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення», «Про режим іноземного інвестування», «Про платіжні системи», «Про фінансові послуги і державне регулювання ринків фінансових послуг», Митний і Податковий кодекси України тощо. [3]

Для аналізу впливу нового законодавства на курс валюти здійснимо його оцінку за останні 6 років (Рис.1). За результатами дослідження зміни валютного курсу за даними виявлено, що найбільш значним є зростання курсу до долара США: у 2015 р. за I квартал курс зріс із 15,77 грн/1 дол. США до 23,44 грн/1 дол. США; у 2016 р. за той же період — зростає з 24,00 грн/1 дол. США до 26,22 грн/1 дол. США; у 2017 р. піковим періодом був IV квартал, що позначився зростанням курсу з 26,52 грн/1 дол. США до 28,07 грн/1 дол. США; єдиним літнім періодом різкого збільшення курсу став 2018 р., коли за II квартал курс зріс із 26,19 грн/1 дол. США до 28,30 грн/1 дол. США, що є наслідком дефіциту валюти в зв'язку зі зменшенням експортної діяльності вітчизняних підприємств, зазвичай це відбувається в зимові періоди. Станом на 30.09.2019 р. офіційний курс гривні до долара США становив 24,08грн/1 дол. США. Порівнюючи III кв. 2014 р. та 2019 р., гривня знецінилась по відношенню до долара США в 2 рази.

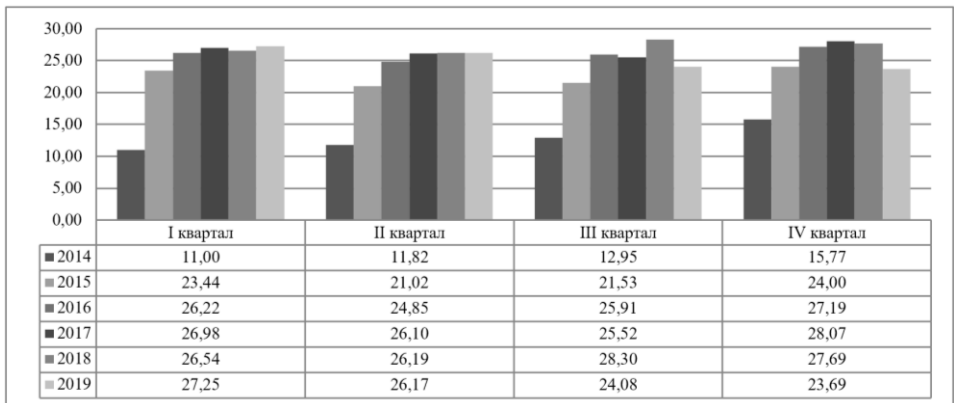


Рис.1. Зміна валютного курсу за період 2014-2019рр.

Водночас пікові зростання курсу гривні відносно євро збігаються у періодах, що й коливання курсу по відношенню до долара США, як і знецінення національної валюти до євро. Максимальне знецінення зафіксовано станом на 30.09.2018 р. — 33,15 грн/1 євро, а станом на 30.09.2019 р. офіційний курс гривні відносно євро становив 26,34 грн/1 євро. Порівнюючи III кв. 2014 р. та 2019 р., знецінення національної валюти до євро відбулося в 1,5 рази. [5]

Описані стрімкі зміни курсу зумовлені переходом України з 07 лютого 2014 р. до плаваючого режиму валютного курсу, тобто встановлення офіційного курсу гривні на рівні її середньозважених ринкових

котирувань за підсумками торгів на міжбанківському валютному ринку України. Такий гнучкий режим курсоутворення призвів до раптового збільшення цін і зменшення купівельної спроможності. Значний вплив на падіння національної валюти також має загострена ситуація на Сході, політична нестабільність усередині країни та неоднозначне відношення провідних країн світу до конфлікту з сусідньою державою.

Для покращення валютного регулювання необхідно: вдосконалити законодавчу базу і встановлювати прозорі й раціональні правила для міжнародної діяльності, посилювати контроль у напрямках боротьби з легалізацією доходів, отриманих злочинним шляхом, створювати окремі підрозділи протидії, підтримувати ліквідність банківського сектору на рівні, необхідному для проведення валютних розрахунків ЗЕД, знижувати ступень доларизації за допомогою підтримки стійкості національної валюти, скасувати обов'язковий продаж частини валютних надходжень юридичних осіб, посилювати контроль за виводом капіталу в офшори, створювати привабливі умов для утримання населенням валюти в банківській системі України.

Перспективним напрямом розвитку валютного регулювання в Україні є його поетапна лібералізація та розширення напрямів використання національної валюти в розрахунках за зовнішньоекономічними операціями з нерезидентами (інвестування, кредитування) з метою підвищення рівня конвертованості гривні.

Література:

1. Божидарнік Н.В. Валютні операції. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 698 с.
2. Про систему валютного регулювання і контролю : декрет Кабінету Міністрів України від 19.02.1993 № 15-93.
3. Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України : затв. постановою Правління Національного банку України від 13.12.2016 № 410. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/v0410500-16>.
4. Закон України "Про валюту і валютні операції" від 21.06.2018 р. № 2473-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19>
5. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua>

Новікова Л.Ф.,

доцент кафедри грошового обігу та банківської справи,

Яренчак М.В.,

студент.

Університет митної справи та фінансів

БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ СТАБІЛІЗАЦІЇ

Банки є посередниками в системі ринкових відносин, що мобілізують та розподіляють кошти суб'єктів економіки. В умовах подолання фінансово-економічної кризи для банківської системи України актуальною є проблема прогнозування діяльності банківських установ з метою оцінювання їхньої інвестиційної привабливості, надійності та фінансової стійкості. Вдосконалення процесу стратегічного планування передбачає розгляд мікро та макро ситуації в державі.

Таким чином, можемо спостерігати, що інфляція у 2020 році прискориться, але перебуватиме в межах цільового діапазону $5\% \pm 1$ в. п. За підсумками 2019 року споживчі ціни зростуть на 6%. Унаслідок карантинних обмежень для подолання пандемії та глобальної кризи українська економіка скоротиться на 5,0% у 2020 році, але відновить зростання на рівні близько 4% у наступні роки. Про це йдеться у щоквартальному Інфляційному звіті за квітень 2020 року [1]. У стороні не залишається і банківський сектор країни, який відіграє вагомий роль у розвитку та функціонуванні економіки. Він є основним посередником на ринку фінансових ресурсів та пов'язує між собою різні ланки господарської діяльності.

На сьогодні, банківська система України зазнала змін, насамперед, і через карантинні обмеження, і через загальне економічну ситуації в країні. Національний банк запровадив низку заходів для підтримки банківського сектору в поточних економічних умовах. Черговим кроком стало ухвалення рішення щодо незастосування до червня 2021 року до банків та банківських груп заходів впливу за порушення встановлених вимог щодо достатності капіталу, ліквідності, кредитного ризику, обмеження операцій між банком та пов'язаними з інвестором за субординованим боргом особами.

Таке рішення діятиме лише у разі, якщо порушення виникли через негативний вплив карантину та обмежувальних заходів на показники діяльності банку чи банківської групи, та при цьому банки чи банківські групи не допускають порушень нормативів достатності капіталу та нормативів ліквідності, передбачених ст. 75 та 76 Закону «Про банки та банківську діяльність». Рішення не поширюється на банки, які, попри рекомендації Національного банку, здійснили розподіл прибутків за 2019 рік, виплативши дивіденди.

Під надійністю банку слід розуміти здатність фінансового інституту чинити опір несприятливим факторам, проте надійність і вірогідність дефолту - поняття різні. Банк, що має високий рівень надійності, може зіткнутися з сильним впливом негативних і малопередбачуваних чинників, які здатні привести до його банкрутства, в той час як банк з задовільним рейтингом продовжить працювати, оскільки в результаті збігу обставин уникне негативного впливу таких факторів. Також необхідно враховувати політичні ризики.

До сих пір залишається невирішеною проблема непрацюючих кредитів (NPL) у державних банках. Україна залишається країною з найбільшою часткою проблемних кредитів (NPL) у структурі активів банківської системи - коефіцієнт NPL тут досягає 56,5%. За даними Мінфіну на середину року, обсяг непрацюючих (дефолтних) позик в кредитному портфелі юросіб склав в ПриватБанку 215 млрд грн (95%), в Ощадбанку - 86 млрд грн (65%), Укрексімбанку - 70 млрд грн (53%), Укргазбанку - тільки 6 млрд грн (14%).

У структурі кредитного портфеля держбанків головною складовою є корпоративна заборгованість - на неї припадає до 70%. Основні боржники - великі холдингові компанії. І ці борги не продаються, адже немає ефективного і прозорого механізму їх реалізації. Очевидно, що якість кредитів погіршується. Частково їх вдається реструктурувати, але про успішність таких операцій можна буде говорити не раніше, ніж через три роки, якщо платежі будуть здійснюватися вчасно.

Загалом проблему надмірного рівня NPL в ЄС розглядають як дуже серйозну. Її аналізу останнім часом багато уваги приділяють Європейський центральний банк (ЄЦБ) та МВФ, а її вирішення прирівнюється до структурної реформи фінансового сектору, без якої подальше економічне зростання вважається практично неможливим. Водночас зазначається, що розв'язання цієї проблеми потребує роботи в двох напрямках – у сфері пропозиції (стимулювання банків до продажу NPL) та у сфері попиту (стимулювання інвесторів до купівлі NPL). Для цього розробляється стратегія роботи з NPL як у дія банків, так і для урядів.

Важливо відзначити, що саме державна, а не приватна форма власності такої структури забезпечить ефективне рішення проблеми з непрацюючими кредитами, оскільки це буде гарантувати інституційну підтримку з боку уряду.

Висновки. В умовах дії національної та світової економічної кризи, посилення внутрішньої та зовнішньої нестабільності вітчизняних банків необхідним є організація стратегічного планування на умовах тісної співпраці лінійних керівників центрального апарату, територіальних підрозділів і функціональних керівників. На вищій рівень управління мають бути покладені функції визначення напрямів діяльності, формування узагальнених планів з метою досягнення максимальної гнучкості процесу стратегічного планування. Застосування даного підходу організації системи стратегічного планування дозволить:

- досягти довгострокового ефекту від впровадження відповідної стратегії;
- врахувати думку керівників кожного рівня управління;
- сформувати декілька перспективних напрямів і прийняти актуальні для підрозділів стратегічні рішення;
- на етапі формування стратегії здійснити перевірку стратегічного плану на можливість (реальність) виконання;
- уникнути укладання планів, не забезпечених фінансовими ресурсами;
- залучити до процесу стратегічного планування максимальну кількість учасників.

Література:

1. Інфляційний звіт за квітень 2020 року [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/news/all/inflyatsiyniy-zvit-kviten-2020-roku>

2. Дребот, Н. П. Цільова спрямованість та моделювання стратегічного планування розвитку банківської установи [Текст] / Н. П. Дребот // Регіональна економіка. – 2018. – № 2. – С. 176–182.

3. Аналітичний огляд банківської системи України за результатами 2019 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://turik.com.ua/documents/research/bank_system_4_kv_2016.pdf 83

*Панченко О.В.,
аспірантка, ДВНЗ «Університет банківської справи»*

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ЗАСОБУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ

В умовах посилення конкуренції на ринку банківських продуктів та послуг банківські установи значну увагу приділяють маркетинговим комунікаціям, які покликані привертати увагу наявних та потенційних клієнтів до банку та його діяльності.

Сьогодні комерційні банки поряд із нагадувальною рекламою на телебаченні використовують заходи зв'язку із громадськістю та непрямого впливу на клієнта. Багато банківських установ проводять соціальні акції щодо співпраці з закладами вищої освіти, розробляють стипендіальні програми для співпраці зі студентами, спонсорують та організують благодійні заходи, що сприяють створенню сприятливої соціальної думки населення та посиленню їх соціальної відповідальності [1].

Також банки у маркетинговій діяльності використовують маркетингові комунікації у соціальних мережах. Так, АТ «БАНК КРЕДИТ ДНІПРО» на своїй сторінці в мережі Facebook проводить тематичні акції та фінансові конкурси для діючих та потенційних клієнтів. Так, у 2015 році банк на честь Міжнародного дня туризму започаткував акцію для активних мандрівників і дарував можливість виграти ексклюзивний тревел-кейс ручної роботи [2]. Для участі в розіграші стильного аксесуара, необхідно було підписатися на сторінку програми лояльності фінансової установи «Політаємо зі смаком» у соціальній мережі Facebook, поставити «вподобання» під постом про акцію і поділитися ним з друзями. За умовами цієї програми власники карт Visa Gold, Visa Platinum або Visa Infinite АТ «БАНК КРЕДИТ ДНІПРО», розраховуючись за товари і послуги, отримували в подарунок від банку бонусні бали у розмірі до 3% від вартості покупки. Бонуси обмінювали на похід у будь-який ресторан або покупку авіаквитків незалежно від авіаперевізника і напрямку. Для ресторанів бали розраховувалися в співвідношенні 1 бал = 1 грн, для авіаквитків 1 бал = 1,5 грн.

У квітні 2016 року були оприлюднені перші результати цієї програми. Зокрема, за рік дії програми лояльності «Політаємо зі смаком» для держателів преміальних платіжних карт Visa АТ «БАНК КРЕДИТ ДНІПРО» оплатив клієнтам авіаперельоти і рахунки у ресторанах на суму понад 2 млн грн. В основному клієнти витрачали накопичені бонуси для оплати рахунків у ресторанах, але при цьому вже десятки власників карток Visa Gold, Visa Platinum або Visa Infinite відвідали різні країни світу за рахунок банку. За результатами проведення програми лояльності «Політаємо зі смаком» [3] були залучені нові клієнти банку, отримано 1,5 тис. вподобань під постом про розіграш ексклюзивного тревел-кейсу ручної роботи, понад 1 тис репостів та сотні нових передплатників офіційної сторінки банку у соціальній мережі Facebook.

В умовах розвитку банківської кризи упродовж 2014-2015 рр. АТ «Ощадбанк» змінив підходи до реалізації комунікаційної політики. Зокрема, нову філософію роботи [4] було викладено у маніфесті банку, який полягає «щоб кожен міг сказати: цей мій банк». Основними ключовими принципами оновленої маркетингової комунікаційної політики у 2015 році [5] були живе спілкування, відеоісторії, лаконічні промоматеріали та діалог з клієнтами.

Розглянемо вплив витрат на маркетинг та рекламу на формування прибутку банків України у 2011-2018 рр. за допомогою кореляційного аналізу. Завдання кореляційного аналізу полягає у визначенні тісноти зв'язку між ознаками, у визначенні дії досліджуваних чинників на результативну ознаку.

Для побудови моделей використаємо інформацію про витрати на маркетинг та рекламу (факторна ознака X) та прибуток банків (результативна ознака Y) (табл. 1).

Таблиця 1

Взаємозв'язок витрат на маркетинг та рекламу на формування прибутку банків

№ п/п	Назва банку	Σx витрати на маркетинг та рекламу	Σy прибуток банків
1	2	3	4
Банки з державною часткою			
1.	АБ «Укргазбанк»	92,4	8553,1
2.	АТ КБ «Приватбанк»	772	194711,9
3.	АТ «Ощадбанк»	242,7	25350,2
Банки іноземних банківських груп			
1.	АТ «Альфа-банк»	376,8	10925,5
2.	АТ «Банк Форвард»	57,4	1330,7
3.	АТ «БТА Банк»	31,55	1093
4.	АТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК»	159	4750,3
5.	АТ «ОТП БАНК»	217,7	11067,4
6.	АТ «ПРАВЕКС БАНК»	26,6	3941
7.	АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК»	73,7	1655,5
8.	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	286,4	20513,3
9.	АТ «УкрСиббанк»	185,4	7029,5
10.	АТ «Ідея Банк»	155,5	1023,1

Джерело: розраховано автором на основі [6-18]

На рис. 1 наведено модель взаємозв'язку витрат на маркетинг та рекламу на формування прибутку для державних банків та іноземних банків.

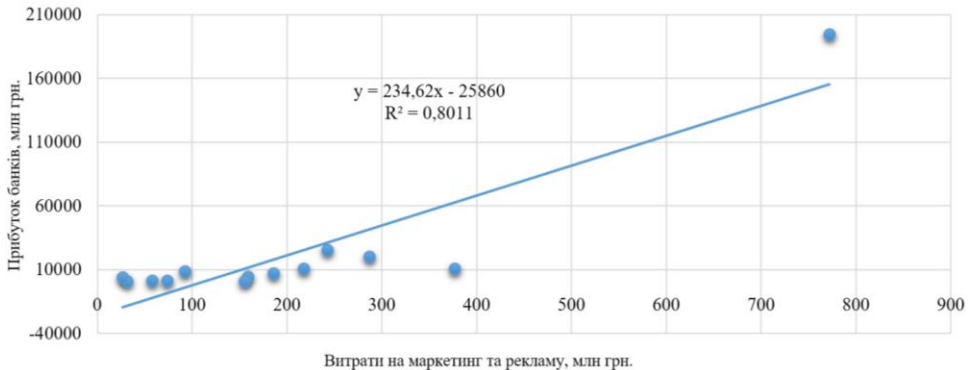


Рис. 1. Модель для державних та іноземних банків

Джерело: розраховано автором на основі [5-17]

Як видно з рис. 1 вище згаданий взаємозв'язок описується такою лінійною функцією – $y=234,62X-25860$. Таким чином, зі зростанням витрат на маркетинг та рекламу на 1 млн грн. прибуток банків в середньому зростає на 234,62 млн грн.

Квадрат коефіцієнта кореляції називається коефіцієнтом детермінації (r^2). Він показує, яка частка загальної варіації результативної ознаки визначається досліджуваним (фактором) чинником. Для моделі, яка зображена на рис. 1, коефіцієнт детермінації показує, що зміна прибутку банків на 80,01% пояснюється зміною витрат на маркетинг та рекламу. Коефіцієнт кореляції становить 0,895 і свідчить про існування тісного зв'язку між факторною X (витрати на маркетинг та рекламу) та результативною Y (прибуток) ознаками. Істотність зв'язку підтверджується співставленням критичного і фактичного значень коефіцієнтів кореляції. Критичним значенням у цьому випадку з імовірністю 0,95 є $r_{1-0,05}(13) = 0,553$.

Таким чином, передумовою виведення нових банківських продуктів в сучасних умовах є інтеграція всіх інструментів і каналів маркетингових комунікацій в єдину систему, що передбачає їх застосування у синергетичній взаємодії як засобу забезпечення ефективності діяльності банківських установ.

Література

1. Girchenko T., Panchenko O. Research on the Practical Aspects of the Providing Efficiency of marketing communications' bank/ T. Girchenko, O.Panchenko // Журнал «Фінансово-кредитна діяльність».- 2020. - № 1. – С. 13- 22
2. Банк Кредит Днепр за год действия программы «Полетаем со вкусом» оплатил счета в ресторанах авиаперелеты клиентов более чем на 2 млн грн. – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://minfin.com.ua/ua/2016/04/12/17550075/>
3. Банк Кредит Днепр вручил победителю туристической акции главный приз — тревел-кейс ручной работы – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://minfin.com.ua/ua/2015/10/30/10758993/>
4. Сила бренда: дорогу осилит идущий – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.oschadbank.ua/ua/node/863>
5. Ощадбанк змінив стиль спілкування – [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://ye.ua/economica/19731_Oschadbank_zminiv_stil_spilkuvannya.html
6. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ «Райффайзен Банк Аваль» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.aval.ua/ru>
7. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АБ «Укргазбанк» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.ukrgasbank.com/>
8. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ КБ «Приватбанк» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://privatbank.ua/>
9. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ «Ощадбанк» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.oschadbank.ua/ua>
10. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ «Альфа-банк» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://alfabank.ua/ru>
11. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ «Банк Форвард» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.forward-bank.com/>
12. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ «БТА Банк» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://btabank.ua/ukr/main.php>
13. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ «КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://credit-agricole.ua/>
14. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ «ОТП БАНК» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.otpbank.com.ua/>
15. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ «ПРАВЕКС БАНК» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.pravex.com.ua/>
16. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.procreditbank.com.ua/>
17. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ «УкрСиббанк» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://my.ukrsibbank.com/ua/>
18. Звіт про фінансові результати 2011-2018 рр. Офіційний веб-сайт АТ «Ідея Банк» – [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://ideabank.ua/uk>

*Романова О.В.,
ст. викл. кафедри статистики, обліку та економічної інформатики
Крайняк А.В.,
студентка третього курсу
Дніпровського національного університету ім. О. Гончара*

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

Наразі спостерігається значне посилення ролі нематеріальних активів у формуванні стійких конкурентних переваг на ринку. Частка нематеріальних активів у складі ресурсів підприємств різних галузей економіки з кожним роком зростає. Це пов'язано з тим, що даний вид активів дозволяє збільшити обсяг реалізації виготовленої продукції (робіт, послуг), посилює інвестиційну привабливість, може поліпшити ефективність прийняття управлінських рішень і, як наслідок, надає змогу підприємству зайняти одне з лідируючих положень.

Нематеріальні активи є досить специфічними за своєю природою ресурсами підприємства, що викликає потребу у формуванні особливих підходів до їх відображення в бухгалтерському обліку. Одним з головних способів забезпечення достовірності облікової інформації є проведення інвентаризації нематеріальних активів. Адже інвентаризація є одним з найбільш дієвих механізмів внутрішнього контролю за станом та наявністю об'єктів нематеріальних активів, виконанням чинних законодавчих вимог щодо ведення обліку фінансово-господарської діяльності, виявлення допущених помилок та внесення відповідних виправлень.

В даний час інвентаризація нематеріальних активів на підприємствах проводиться відповідно до Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань (далі Наказ № 879) [1]. Проте в даній інструкції нематеріальним активам присвячено лише три підпункти, що не в повній мірі розкриває усі нюанси щодо здійснення інвентаризації таких активів. Інвентаризація об'єктів нематеріальних активів проводиться перед складанням річної фінансової звітності до дати балансу в період трьох місяців, а саме в період з 30 вересня до 31 грудня. Загалом, можна виділити чотири основних етапи проведення інвентаризації нематеріальних активів.

1. Затвердження складу інвентаризаційної комісії.
2. Підготовка до проведення інвентаризації (конкретизація переліку об'єктів, що підлягають інвентаризації та відповідають критеріям визнання нематеріального активу, ознайомлення з внутрішніми нормативними документами, формами первинних документів тощо).
3. Перевірка фактичної наявності (застосування інвентаризаційних процедур щодо виявлення наявності й відповідності між самими нематеріальними активами та документами, що підтверджують право власності або право користування, а також правомірності цих документів).
4. Формування та оформлення належним чином результатів проведеної інвентаризації нематеріальних активів.

При проведенні інвентаризації нематеріальних активів передусім виникає питання про те, що є її об'єктом: права на об'єкти чи самі об'єкти нематеріальних активів. Тобто, інвентаризаційна комісія має займатися перевіркою, наприклад, наявності самих баз даних чи прав на них.

У цьому і полягає суттєва різниця між інвентаризацією нематеріальних активів і матеріальних цінностей. У першому випадку перевіряється фактична наявність документів, що слугують підтвердженням прав у підприємства на об'єкти нематеріальних активів, а у другому випадку – перевіряється фактична наявність самих матеріальних цінностей. Інвентаризації підлягають не самі нематеріальні активи (комп'ютерні програми, винаходи, корисні моделі, промислові зразки тощо), а тільки документи, що підтверджують право власності на них або право використання. При проведенні інвентаризації нематеріальних активів не можна скористатися такими прийомом, як зважування, перерахунок, вимірювання тощо.

Під час проведення інвентаризації комісії потрібно перевірити правильність документального оформлення права власності (використання) об'єктів нематеріальних активів, стан матеріального носія (якщо такий має місце бути), правильність нарахування амортизації, відповідність критеріям визнання в обліку, необхідність здійснення переоцінки (якщо залишкова вартість активу суттєво відрізняється від справедливої вартості). У

тому разі, коли необхідних документів комісією не буде виявлено, то потрібно вжити заходів щодо їх відновлення, а якщо це не є можливим – визнати недостачу таких нематеріальних активів.

Згідно п 4.9 Порядку № 732 [2], яким затверджено типові форми первинного обліку об'єктів права інтелектуальної власності, у разі виявлення розходжень (нестач, надлишків) між даними бухгалтерського обліку та даними інвентаризаційних описів бухгалтер складає звірляну відомість, яку він і підписує. Коли інвентаризаційна комісія перевірить правильність її складання, відомість підписує керівник інвентаризаційної комісії й матеріально відповідальна особа.

Досить доречною є думка Кудик П.О., який вважає, що перевірка правостановлюючої документації на об'єкти НМА має доповнюватися моніторингом функціональної справності нематеріальних активів, бо їхній стан повинен відповідати вимогам придатності використання. Автор у своїх наукових дослідженнях також наводять умови, котрі можуть спричинити дану невідповідність, а саме «функціональне старіння об'єктів НМА, неадекватне планування виробничого процесу, зміна виробничої політики підприємства та зовнішньоекономічні фактори» [3, С. 62].

Важливим аспектом для забезпечення виконання контрольної функції бухгалтерського обліку є закріплення в обліковій політиці підприємства порядку та особливостей проведення інвентаризації нематеріальних активів.

Долучаємося до думки Кузьміна Д.Л., котрий вважає, що інвентаризаційній комісії, до складу якої повинні входити компетентні фахівці, слід звернути увагу на такі документи, як: «копія опису об'єкту з зазначенням області його використання; акт використання об'єкта інтелектуальної власності в господарському обороті; калькуляція витрат на створення і використання об'єкту інтелектуальної власності у відповідності зі статтями витрат, що включаються в собівартість продукції; довідка планово-фінансового підрозділу про ціну продукції, що випускається із застосуванням даного нематеріального активу, а також її рентабельність; звіт про патентні дослідження» [4].

Після здійснення інвентаризації постає потреба в оформленні її результатів. Зазвичай підприємствам пропонується брати за основу «Інвентаризаційний опис об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів» (типова форма № НА-4). Проте дана форма розрахована не на всі нематеріальні активи, а розроблена передусім для об'єктів права інтелектуальної власності, а тому не враховує усю специфіку. Для вирішення цієї проблеми можна запропонувати запровадити використання форми «Інвентаризаційний опис нематеріальних активів», до складу якої, окрім наявних у формі № НА-4 елементів, додати такі додаткові графи, як місце знаходження (експлуатації), строк корисного використання, необхідність переоцінки, назва, номер і дата документа, який посвідчує право власності (використання) об'єкта нематеріального активу (рис.1)

підприємство, установа, організація
Ідентифікаційний код за ЄДРПОУ _____

Інвентаризаційний опис об'єктів нематеріальних активів № _____

Розписка

До початку проведення інвентаризації всі прибуткові та видаткові документи на об'єкти нематеріальних активів передає бухгалтерській службі і всі об'єкти нематеріальних активів, одержані мною для використання і зберігання, оприбутковані, а ті, що вибули (зliquidовані), списані.

Особа, відповідальна за використання об'єкта права інтелектуальної власності _____ (посада) _____ (підпис) _____ (ім'я, по батькові, прізвище)

Комісія, яка створена на підставі наказу (розпорядження) від _____ № _____, перевірила наявність об'єктів нематеріальних активів станом на " ____ "

_____ 20__ р.
Інвентаризація розпочата: " ____ " _____ 20__ р.
Інвентаризація закінчена: " ____ " _____ 20__ р.

При інвентаризації встановлено:

№ з/п	Назва об'єкта нематеріальних активів	Характеристика, призначення	Місце знаходження (експлуатації)	Дата придбання	Первісна вартість, грн.	Строк корисного використання	Фактична наявність-кількість	За даними бухгалтерського обліку			Необхідність переоцінки
								Кількість	Вартість, грн.	Сума накопиченої амортизації, грн.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Зворотний бік інвентаризаційного опису об'єктів нематеріальних активів

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Документальне оформлення права власності (використання) об'єктів нематеріальних активів

№ з/п 1	Назва нематеріального активу 2	Назва документа, що посвідчує право власності (використання) 3	Номер документа 4	Дата видачі документа 5

Голова комісії _____ (посада) _____ (підпис) _____ (ім'я, по батькові, прізвище)
 Члени комісії _____ (посада) _____ (підпис) _____ (ім'я, по батькові, прізвище)
 _____ (посада) _____ (підпис) _____ (ім'я, по батькові, прізвище)
 _____ (посада) _____ (підпис) _____ (ім'я, по батькові, прізвище)

Всі об'єкти нематеріальних активів в інвентаризаційному описі № _____ комісією перевірені в моїй присутності та внесені в опис, у зв'язку з чим претензій до інвентаризаційної комісії не маю. Об'єкти нематеріальних активів, перераховані в описі, знаходяться на моему відповідальному зберіганні.

Особа, відповідальна за використання об'єкта нематеріальних активів "___" _____ 20__ р. _____ (підпис)

Вказані в описі дані перевірів "___" _____ 20__ р.

_____ (посада) _____ (підпис) _____ (ім'я, по батькові, прізвище)

Рис. 1. Інвентаризаційний опис нематеріальних активів

Інформація, що наводиться у запропонованих графах є суттєвою з точки зору детальної характеристики наявності та стану нематеріальних активів. Вона спроможна полегшити процес здійснення висновків та прийняття рішень комісією про подальші дії щодо проінвентаризованих об'єктів нематеріальних активів.

Отже, необхідною умовою для забезпечення ефективного управління нематеріальними активами на підприємстві є наявність повної та достовірної інформації про них. Досягти цього можливо шляхом налагодження процесу проведення інвентаризації об'єктів нематеріальних активів. Проте на даний час залишається багато неточностей та невіршених питань, які ускладнюють її здійснення, одним з яких є документальне оформлення результатів. Запропонована форма «Інвентаризаційного опису нематеріальних активів» дасть змогу підвищити якість та інформативність отриманих результатів здійсненої інвентаризації.

Література:

1. Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань, затверджене наказом Мінфіну від 02.09.2014 р. № 879 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua>.
2. Про затвердження типових форм первинного обліку об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів [Електронний ресурс] : наказ Міністерства фінансів України від 22 листопада 2004 р. № 732 (зі змінами і доповненнями). – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Куцик П.О. Облікова концепція управління вартістю нематеріальних активів підприємства: монографія / П. О. Куцик, І. М. Дрогобицький, З. П. Плиса, Х. І. Скоп. – Львів: Растр-7, 2016. – 268 с.
4. Кузьмін Д.Л. Класифікація інвентаризацій для цілей обліку і контролю [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/4078/1/68.pdf>

*Совершenna Ірина Олексійвна,
к.т.н., доцент кафедри маркетингу,
Ботнар Ярослав Валерійович,
студент МРД-41
Державний університет телекомунікацій*

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІД ЧАС КРИЗИ

Вітчизняні підприємства в 2020 р. працюють в складних умовах, проходять перевірку власної «рентабельності», відстоюють права на існування.

По-перше, тривала економічна криза, військовий конфлікт на Сході, пандемія COVID-19 і карантин значно знизили купівельну спроможність населення. За даними Держстату, індекс номінальної заробітної плати в 2020 р. в Києві склав біля 80% у порівнянні з минулим роком [1]. Середня заробітна плата в квітні 2020 р. в Україні склала 10430 грн. (-15% проти 12264 грн. на кінець 2019р.). Мінімальна зарплата в 2020 р. склала 4723 грн.[1]. За ВВП на душу населення Україна в рейтингу МВФ зайняла 128 місце з 187 країн із значенням 2,963 тис. дол. на рік. З початку 2020 р. гривня девальвувала на 9%.

По-друге, загострилась конкуренція, характерною рисою бізнесу XXI століття стали цінові війни. Вони виникають на ринках продовольства, комп'ютерів, електроніки, програмного забезпечення, мобільного зв'язку, авіаквитків і т.д.

Особливо схильні до воєн повільно зростаючі ринки з високими постійними витратами і низьким рівнем диференціації. Так, наприклад, в 2014р. цінова війна обрушилась на хмарні сервіси: Amazon, Microsoft, Google знизили ціни на різні послуги до 85%, що і породило війну [2].

Почастішали жалоби споживачів на те, що оператори мобільного зв'язку безпідставно підвищують ціни на тарифи зв'язку. З 2015 р. продовжується конфлікт між мобільними операторами України. lifecell виступає ініціатором зниження ставки MTR (взаємоз'єднання між мережами різних операторів), противниками ідеї - «Київстар» і «Vodafone Україна». Зменшення ставки знижує витрати операторів, але дає можливість пропонувати абонентам тарифні плани, що включають в себе не «дзвінки всередині мережі» та «дзвінки на інших операторів», а просто «дзвінки».

Масштабні цінові війни між продовольчими ритейлерами характерні для країн ЄС. І в Україні відомі випадки, коли два сусідніх гіпермаркети змагаються, чий ціни нижчі: Ашан з Fozzy, АТБ з Villa та ін. [3].

Глобальне дослідження ціноутворення, проведене Simon-Kucher&Partners, показало, що приблизно 59% усіх опитаних менеджерів підтвердили, що їх компанії брали участь у цінових війнах. Найбільше таких компаній виявилось в Японії – 74%, Німеччині – 53%, в США та Бельгії – 46% [3].

Цінові війни – один із найефективніших способів обрушити прибуток у всій галузі. Як сказав один американський менеджер: *«На війні атомна бомба і ціна мають однакові обмеження: їх можна використовувати лише 1 раз»* [3].

Збільшення обсягу продажів не дає бажаного ефекту, конкуренти згодом коригують свої ціни, а споживачі звикають купувати, орієнтуючись на ціни.

По-третє, цифровізація суспільства і населення призвели до *«ери цінової прозорості»*: поширилися мобільні пристрої і додатки для моментального порівняння цін. Споживач, прийшовши в магазин купити телевізор, може тут же на смартфоні порівняти ціни і замовити товар в іншому місті. Моніторинг цін здійснюють за допомогою прайс-агрегаторів: Price.ua або Hotline.ua, та ін., а також сервісів аналізу конкурентів SEMrush, Advodka, Spywords, AdVse, Serpstat, SimilarWeb, PriceCop. Доказано, що автоматизовані системи моніторингу цін здатні збільшити валовий прибуток компанії на 10%.

Сьогоднішній споживач унікальний, це – людина цифрової епохи, з гаджетом у руках, сторінками в соціальних мережах, сам собі і журналіст, і блогер, і лідер суспільної думки. Згідно з даними Інтернет асоціації України, в 2019 р. більше 75% дорослого населення України користувалися Інтернетом, а частка користувачів Інтернет 15-29 років сягала 97% [2]. Українці все частіше купують онлайн і висловлюють свої думки про компанію та її продукти в Інтернет і особисто впливають на репутацію продавця.

Сучасний покупець – омніканальний. Бажання купити щось може виникнути у нього в будь-якому місці і в будь-який час. Він цінує свій час і робить замовлення на ходу, використовуючи смартфон, або ноутбук, і хоче отримати свій товар в будь-якому зручному місці [2, 3]. Ті підприємці, які першими задовольняють цю потребу клієнта, забезпечать собі високі продажі.

В-четверте, навесні 2020 р., в зв'язку із карантинном, сильно подорожчали продукти харчування, ліки, захисні засоби та деякі інші товари. У відповідь з 18 травня п.р. Кабмін ввів *держрегулювання цін на соціально значимі товари*.

За результатами дослідження компанії KPMG «Як COVID-19 змінив глобальні тренди рітейлу в 2020 році», пандемія прискорила розвиток *чотирьох ключових трендів*: еволюція бізнес-моделі, цінність мети, орієнтація на зниження витрат і збільшення впливу споживачів [4].

Очевидно, що пік розвитку звичайної магазинної роздрібною торгівлі вже пройдений. Криза посилила цю тенденцію, зробивши онлайн-рітейл основним можливим способом торгівлі під час карантину. Без онлайн-каналу продажів і сервісу доставки бізнесу не вижити.

Крім того, необхідно *переосмислення вартості ведення бізнесу*. Навіть після радикальних заходів економії, будуть потрібні додаткові. Тому слід інвестувати в підвищення вартості існуючих активів, підвищення ефективності ланцюжків поставок за рахунок автоматизації, управління запасами і доставкою товарів. У той же час, доцільно інвестувати в існуючі магазини, персонал і лояльність клієнтів, оскільки їх значимість зростає. Експерти рекомендують створити інтегровані і уніфіковані програми винагород, об'єднуючи кілька пропозицій продуктів і послуг, щоб стимулювати споживачів.

Т.ч., при формуванні цінової політики вітчизняним підприємствам слід врахувати тенденції: зниження купівельної спроможності населення, загострення конкуренції, ризик «цінових війн», «еру цінової прозорості» і посилення держрегулювання в торгівлі. Слід переосмислити вартість ведення бізнесу, скоротити витрати і інвестувати в свої активи: магазини, персонал і лояльність клієнтів. Необхідно розробити гнучку і адаптивну цінову політику, передбачити знижки.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
2. Інтернет Асоціація України (ІнАУ) [Офіційний сайт] / Режим доступу: <https://inau.ua/>
3. Асоціація рітейлерів України (RAU) [Офіційний сайт] / Режим доступу: <https://rau.ua/>
4. KPMG в Україні [Офіційний сайт] / Режим доступу: <https://home.kpmg.ua/uk/home.html>
5. Дж. Траут, Е.Райс. Маркетинговые войны / Джек Траут, Эл Райс // «Фабула», 2019. – ст. 240.

УДК 640.433

Сташко Інна Василівна,
*кандидат економічних наук, доцент кафедри «Економіки»
Вінницький фінансово – економічний університет*
Литвиненко Інна,
Галагоц Анастасія,
студенти Вінницького Національного Аграрного Університету

КОНФЛІКТНІ СИТУАЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Кожна людина в житті мала різного роду конфлікти, тому тут потрібно звертати увагу на те, яким чином потрібно їх вирішувати, щоб не завдати шкоди один одному. Для керівника важливо тримати дистанцію над підлеглими та чітко координувати різні ситуації та знаходити аргументовні слова, щоб обслуговуючий персонал та клієнти чітко та зрозуміло розібралися у своїй проблемі. Ресторанний бізнес – це сфера послуг, яка постійно має тісний зв'язок з людьми і тут чітко потрібно керівництву мати контроль над підлеглими, оскільки можуть виникати різні конфліктні ситуації. Тема досить гостра, цікава та актуальна

на сьогоднішній день, оскільки кожен керівник щоденно перебуває в зоні ризику виникнення конфліктів і для керівника важливо вже знати наперед, різні шляхи вирішення та компроміси недосягнення виникнення конфлікту. Багато науковців, дослідників як відчизняних так і закордонних вивчають, досліджують та аналізують виникнення конфліктів серед них: І. Левицька, Л. Івашина, В. Пивоварова, Н. Телеш, О. Сватюк, Ю. Ставська, В. Юрєв і т.д.

Ресторанний бізнес – це бізнес, який є одним з найприбутковіших і тому ставляться до нього досить високі критерії в плані надання послуг. Ми в житті спостерігаємо різних гостей, яким надаємо послуги і тут слід відмітити, що є різний контингент гостей по темпераменту і статусу, тому ресторанний бізнес повинен якісно надавати свої послуги та готувати страви з якісних (свіжих) продуктів. В першу чергу потрібно з'ясувати, що таке конфлікт? Це зіткнення протилежно спрямованих цілей, інтересів, позицій, думок, поглядів; серйозна розбіжність, гостра суперечка. Слід звернути увагу, що існує декілька підходів, щодо конфлікту. Впершу чергу, конфлікт визначається як зіткнення сторін, думок, сил. Вдруге, конфлікт розглядається як зіткнення протилежно спрямованих цілей, інтересів, позицій. В ресторанному бізнесі найчастіше виникають конфлікти між персоналом, керівником та персоналом та персоналом і клієнтами, керівником та клієнтами (див.рис.1.)

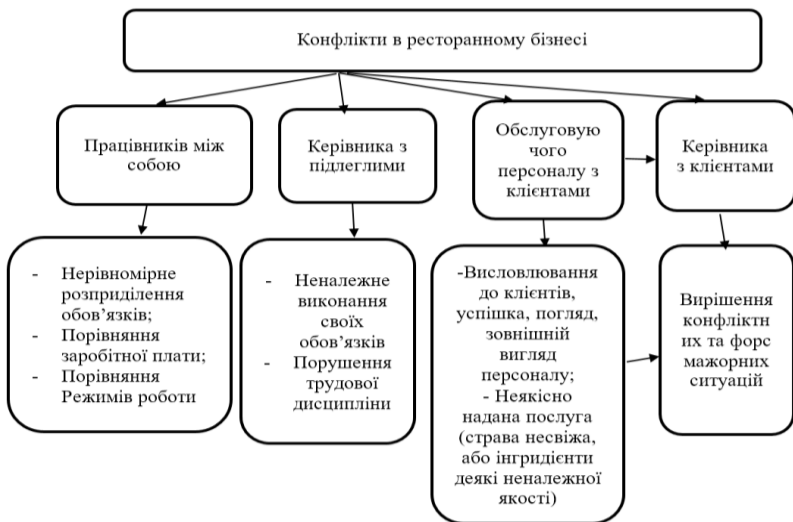


Рис.1. Найчастіші конфлікти в ресторанному бізнесі

Як ми бачимо з рис.1. найчастіші конфлікти відбуваються між працівниками, оскільки персонал не може між собою дотримуватися розподілених обов'язків та виконувати їх на належному рівні. На середньому рівні відбуваються конфлікти між персоналом (підлеглими) та керівництвом і обслуговуючого персоналу з клієнтами. На низкому рівні конфлікт керівництва з клієнтами але це досить низький відсоток, оскільки як покаже практика в ресторанному бізнесі вкрай рідко до такого конфлікту заклад доводить ситуацію. Варто не забувати, що суб'єктом конфліктної взаємодії можуть бути або окрема людина, або люди та групи людей. [1]. Єршов А.А. дає наступне визначення: «Конфлікт — це одночасна дія рівної сили, але протилежних, несумісних тенденцій, мотивів, інтересів, типів поведінки.

Вирішення конфліктів з клієнтами і робота з їх скаргами - задача важка, неприсмна і вимагає особливого підходу. Але це ще один спосіб завоювати гостя і потрібно це робити на початковому етапі коли гості переступають поріг закладу. На вулиці біля закладу має стояти людина, яка зустрічає гостей та проважає, це виконується для того, щоб клієнти відчули увагу, що про них піклуються та проважають в сам заклад. [4] Вже у залі закладу є інша людина, яка надає можливість посадки місць зручному для клієнтів та вислуховує пропозиції, щодо меню замовників. В кінцевому варіанті підходить офіціант і з гарним настроєм, посмішкою та в уніформі пропонує та консультує замовників по асортименту закладу. Тут потрібно бути готовим до того,

що у нашому випадку є різні по статусу замовники і кожного потрібно вислухати, проконсультувати, звернути особливу увагу на інгредієнти в стравах чи напоях, оскільки є люди алергетики, діабетики, які не вживають ті чи інші інгредієнти, щоб потім не виникла конфліктна ситуація, щодо даної страви.

Після завершення вечора клієнтів їх знову ж таки супроводжує людина з залу та на вулиці. Саме таким чином це необхідно робити для того, щоб клієнти відчули комфорт у перебуванні в закладі. Варто звертати особливу увагу, що для підприємств сфери обслуговування не вигідно відпускати клієнтів з поганим враженням, тому що гість не тільки більше не повернеться, але і стане джерелом антиреклами для своїх рідних, колег і друзів і це може вплинути на репутацію закладу. Саме по цьому вирішення конфліктних ситуацій - дуже важливе вміння працівника у сфері обслуговування, а саме в ресторанному бізнесі. Нами спостерігалися не однократно випадки, коли приходили в ресторанний бізнес клієнти і вони завжди були готові до конфліктів, то коктейлі не так приготовлені або страва для них була не свіжа і т.д.

В такому випадку потрібно не посилювати конфлікт обслуговуючому персоналу, а покликати керівництво, яке компетентно прийде та розбереться у даній ситуації і в разі, якщо конфліктна ситуація не буде мати вдалого завершення, керівництво просить вибачення за незручності, які склалися у даній ситуації та повертає кошти клієнту для налагодження зв'язків і хорошої репутації з клієнтом. Такий клієнт у разі перевірки перевіряє на міцність заклад громадського харчування і ми хоча втратили від нього дохід але в компенсацію ми отримали клієнтів яких вони приведуть собою наступного разу або яким вони порекомендують даний заклад. Шляхи подолання до конфліктних ситуацій: Звертайте увагу на прояви незадоволення ще до того, як вони переростуть у скарги (гість стукає пальцями по столу і виглядає роздратованим або стоїть посеред кімнати і виглядає нетерплячим та злим). Делікатно запитайте, що його не влаштовує. (Поводьтеся спокійно й уважно слухайте).

У жодному випадку не переривайте монолог гостя. Дайте можливість вашому гостеві все детально розповісти. Не сприймайте скаргу як власну образу, навіть якщо ваш гість поводить з вами грубо. Обов'язково подякуйте своєму гостеві за подану вам скаргу. Вислухайте кожну скаргу, навіть найдрібнішу на ваш погляд, з розумінням, покажіть, що ви також стурбовані ситуацією і негайно приступайте до розв'язання проблеми. Висловіть свої вибачення. (Гостеві не потрібні вибачення, йому потрібне виправлення ситуації. Дайте зрозуміти вашому гостеві, що ви самі дуже прикро засмучені, що так сталося. Довго не вибачайтеся, а краще дійте). Ніколи не сперечайтесь і не показуйте, що ви не згодні (слухайте зосереджено те, що вам розповідає ваш гість. Це справить на нього враження, що ви вдумливо ставитеся до його скарг). Визначте, що необхідно зробити, і робіть це. Зупиніться на тому вирішенні проблеми, яке найбільш відповідатиме даній ситуації. Посприяйте тому, щоб те, що ви вирішили, було зроблено швидко і точно. Пам'ятайте, що незадоволений гість потребує в першу чергу порядного поводження з ним та негайного виконання обіцяного.

Література

1. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. — М.: ООО «Вершина», 2005. — 176 с.
2. Моргулец О.Б. Менеджмент у сфері послуг. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.
3. Янковська Т., Величко О. Управління конфліктами та стресом Посібник для працівників апарату суду. – Київ, 2010. – 192 с.
4. Сташко І. В., Сук В. М., Кулик К. М. Інновації в ресторанному бізнесі // Методи оцінки та шляхи стабілізації фінансово-економічного стану країн: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 16 травня 2020 р.). – К.: ГО «Київський економічний науковий центр», 2020. - с.56-61.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ХЕРСОНЩИНІ

У період стрімкого розвитку науково-технічного прогресу туристична галузь економіки України знаходиться в умовах постійних трансформаційних змін. Це призводить до постійного урізноманітнення кількості інноваційних видів туризму для підвищення рівня популяризації регіону та зацікавленості населення щодо вивчення власної історичної та культурної спадщини. Найбільш поширеними видами для розвитку регіонального туризму на сьогодні є космічний туризм, джайлоо-туризм, домашній туризм, геокешинг (geocaching), культурно-пізнавальний туризм тощо. За останні роки зросла роль та внесок культурної і туристичної сфер в соціально-економічний розвиток регіонів та формування оновленого туристично-рекреаційного простору.

В умовах обмеження міжнародних подорожей у 2020 році регіональний туризм України стає як ніколи популярним серед місцевого населення. На сьогодні більшість експертів говорять про те, що Херсонська область є один із регіонів країни, на який роблять ставку у туристичному сезоні – 2020 року. За прогнозами управління туризму та курортів Херсонської обласної державної адміністрації у 2020 році Херсонщина має всі наявні можливості, щоб прийняти до 5 млн туристів і в більшості своїй розраховують на внутрішнього туриста, який зараз не має можливості подорожувати до інших країн.

Туристична інфраструктура області характеризується достатньою кількістю створених об'єктів для відпочинку. На сьогодні їх понад 1000 закладів, до яких входять 49 установ дитячого відпочинку та оздоровлення, 60 садіб зеленого туризму, 51 готельний комплекс. На 2020 туристичний сезон відкриті в області такі туристичні локації: музей просто неба біля пам'ятника «Легендарна тачанка», будинок-музей Остапа Вишні, а також заповідник «Амадока» в с. Червоний Маяк [1].

Візитівкою регіонального туризму Херсонської області є єдина в Європі природня пустеля – Олешківські піски, 100 тис. га рукотворного лісу, що вважається найбільшим у світі, горні ландшафти посеред степу «Станіславські кручі», найбільші в Європі безлюдні острови – Бірючий та Джарилгач. Херсонщина – це єдиний регіон в Україні, який має одразу вихід до двох морів – Чорного і Азовського. Область має 12 курортних населених пунктів, де протяжність морської берегової лінії понад 450 км, 200 км обладнаних піщаних пляжів та найдовша піщана коса в світі – Арабатська стрілка. В області нараховується на сьогодні понад 70 родовищ цілющих бальнеологічних ресурсів (мінеральних і термальних вод, лікувальних грязей, ропи соляних озер) серед яких унікальне Лемурицьке озеро з водою рожевого кольору, що вважають цілющим курортом міжнародного значення [2].

До культурно-пізнавального туристичного фонду Херсонщини відносять також 4 національні природні парки: «Азово-Сиваський», «Олешківські піски», «Джарилгачський», «Нижньодніпровський» та 2 з 4 в Україні біосферних заповідники: Чорноморський та Асканія-Нова, що охороняються ЮНЕСКО. Історико-культурної спадщина регіону налічує 5 тис. об'єктів, серед яких найбільшу цінність становлять Кам'янська та Олешківська Січі.

До перспектив подальшого розвитку регіонального туризму на Херсонщині сьогодні можна віднести проведення наступних заходів [2]:

- розширення території, яка буде надана під заповідання, тим самим буде збережена її первозданність та збільшиться коло об'єктів для відведення їх для використання у туристичній сфері регіону;
- систематичне використання всього наявного історико-культурного потенціалу регіону, через створення, оновлення туристичних маршрутів, які б максимально ефективно використовували пізнавальну функцію для кожного туриста;
- залучення туриста до безпосередньої участі у культурних подіях, заходах, практиках, що дадуть змогу йому поринути в історичне минуле регіону та відчувти буденність життя того часу, познайомитися з традиціями, художньою культурою і мистецтвом, різними формами проведення дозвілля;

- проведення автентичних фестивалів (гастрономічних, історичних, етнічних, музичних, мистецьких), створення нових форм екскурсійного обслуговування з акцентом на популяризацію культурно-історичної спадщини регіону, регіонального продукту, що зможе підвищити рейтинг туристичної привабливості області і тим самим збільшить роль культурно-пізнавального туризму в соціально-економічному розвитку Херсонщини;

- почати вивчати нові тенденції туристичної галузі: соло подорож, еко-подорож, персоналізація (послуга, відвідане місце чи ін., що відповідає індивідуальним запитам туриста), автоматизація процесів туристичної сфери (чат-боти, інтернет-чати, спеціальні додатки) їх використання на Херсонщині допоможе розкрити індивідуальний підхід регіону до кожного відвідувача.

Отже, Херсонщина унікальна територія з своїм історичним, культурним, архітектурним та природним надбанням, що має достатньо конкурентних переваг, які розкривають її можливість у формуванні і розвитку культурно-пізнавального туризму регіону.

Література:

1. Грановська В.Г., Алещенко Л.О. Агротуризм як інструмент диверсифікації діяльності агроформувань. *Економіка АПК*. 2019. № 12. С. С. 28-36.
2. Грановська В.Г., Стукан Т.М. Культурно-пізнавальний туризм Херсонщини: стан та перспективи подальшого розвитку. *Агросвіт*. 2020. № 10. С. 37–42. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.10.37.
3. Кирилов Ю.Є. Дуга В.О. Агротуристична діяльність в подальшому розвитку аграрного сектору економіки України. *Таврійський науковий вісник: науковий журнал*. Вип. 91. Херсон: Гринь Д.С., 2015. С. 248-254.
4. Херсонська обласна державна адміністрація. На Херсонщині з'являться додаткові туристичні локації. Веб-сайт. URL: <https://khoda.gov.ua/na-hersonshhin%D1%96-z%E2%80%99javljatsjadodatkov%D1%96-turistichn%D1%96-lokac%D1%96%D1%97> (дата звернення 10.06.2020).

Шендерівська Л.П.,

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту видавничо-поліграфічної галузі
КПІ ім. Ігоря Сікорського*

Мельник К.Л.,

*студентка кафедри менеджменту видавничо-поліграфічної галузі
КПІ ім. Ігоря Сікорського*

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ РЕКЛАМНОЇ ІНДУСТРІЇ У ПЕРІОД РЕЦЕСІЇ

Управління підприємством має відбуватися з урахуванням циклічності економічних процесів, нестабільності середовища функціонування і невизначеності, тому виникає необхідність у застосуванні ризик-менеджменту. Цей напрям менеджменту інтегрований у цілісну систему управління і необхідний при розробці стратегії розвитку підприємства, бізнес-плануванні, управлінні проектами, в операційному менеджменті, антикризовому управлінні тощо. Особлива увага має приділятися ризик-менеджменту в умовах рецесії, коли ризики можуть стати загрозами функціонуванню підприємства.

В умовах ринкової економіки жоден суб'єкт господарювання не може успішно функціонувати, не рекламуючи своєї продукції чи послуг. Реклама є найпереконливішим і найдешевшим способом інформування потенційних споживачів про певний товар чи послугу. Якісно організована рекламна акція сприяє диференціації продукції і послуг підприємств-рекламодавців на ринку, підвищенню її цінності для споживачів, а відтак зростанню фінансової стійкості і конкурентоспроможності підприємства на ринку [2].

Час економічного спаду у найбільшій мірі впливає на рекламну індустрію, оскільки традиційні замовники рекламних послуг заощаджують передусім на рекламному бюджеті. Але рекламні агентства отримують і додатковий стимул до розвитку, оскільки суб'єкти ринку, для яких криза відкрила нові можливості, потребують активного товаропросування. Тому завдання рекламних агентств полягає в тому,

щоб віднайти цих замовників і ефективно себе презентувати, що значно легше, якщо рекламне агентство якісно працює створило собі гарний імідж.

Ще одним важливим завданням рекламних компаній є виживання в умовах рецесії. Тож беручи до уваги всі особливості сучасного ринку, вони почали шукати вихід із досить скрутного становища, акцентуючи увагу на потребах людей. Рекламні компанії почали переходити з великих чеків на значно менші, тим самим мінімізуючи ризики.

В умовах рецесії потрібно ошадливо використовувати ресурси, зокрема, шляхом скорочення базових ставок оплати праці, оплати згідно з рівнем зайнятості, відмови/призупинення капіталомістких проєктів, у тому числі диверсифікації діяльності (вочевидь, якщо диверсифікація не є стратегією виходу з кризи).

Рецесія призводить до дефіциту замовлень, водночас вивільняє час операційної діяльності, який доцільно використати на ті завдання, на які бракувало часу, зокрема, удосконалення управлінських процесів, навчання персоналу, саморозвиток.

Управління ризиком в умовах рецесії має враховувати також етичну сторону бізнесу. Реклама передає емоцію, тому створюючи рекламний продукт, треба брати до уваги поточні настрої суспільства, і в умовах масового зниження рівня кушвельної спроможності потрібно уникати епатажу в рекламних зверненнях.

В умовах кризи зростають ризики нечесної конкуренції, зважаючи на це, завдання власників добре впізнаваних брендів полягає в посиленні згуртованості, у тому числі з метою вироблення програми ефективних антикризових заходів. Навіть сьогодні, в час пандемії, компанія Fedoriv разом з іншими рекламними агенціями зуміли «втриматися на плаву» за рахунок тісної співпраці та взаємодії між собою. Проводяться спільні онлайн зустрічі, колегіально обговорюються актуальні проблеми і завдання галузі не лише з представниками рекламного бізнесу, але і з іншими зацікавленими групами.

У процесі управління ризиками потрібно дотримуватися постулатів рекламного бізнесу. Реклама – це перш за все творчість. Необхідно не лише бути добре обізнаним на медіа ринку, але дуже важливо створювати новий, креативний і цікавий продукт, такий, що приверне увагу споживачів і неодмінно залишиться в їх пам'яті, а вже згодом змусить людину купити той чи інший товар. І, окрім таких великих комунікаційних агентств як ISD Group, Postmen DA, MEX a member of Havas, CF.Digital, TS/D Agency, Netrix, на медіа ринку активно працюють і мають неабиякий успіх невеликі рекламні агенції такі як FEDORIV, Banda, Galagan, Lemon, WARTO та інші. Вони застосовують нові бізнес-моделі, які безпосередньо орієнтовані на запити споживачів, їхнє ґрунтовне вивчення. Вони створюють власний бренд, надійність якого доводять своїм професіоналізмом.

Щоб зробити якісний рекламний продукт, агенції повинні дуже добре вивчити ринок та аудиторію, на яку рекламується товар, тому що кожна реклама повинна бути направленою на конкретного споживача, людину з певними інтересами і можливостями.

Андрій Федорів, маркетолог, викладач і успішний бізнесмен в рекламній сфері, наводить перелік типових стратегій створення бренду в рекламному бізнесі:

- Агресивне лідерство – багата компанія має силу, з якою може «тиснути» на інші компанії;
- Нова модель поведінки – унікальність, те, про що споживач не знав раніше;
- Монополізація базової раціональної категорії через емоцію;
- TOP вибір – вкладати ресурси в серйозні проєкти;
- Самоідентифікація через атрибут – споживач, який обирає певний продукт, обирає і певний світогляд та спосіб життя;
- Патріотизм – щирість і мінімалізм в рекламі;
- Reinvent – вдосконалення класичної товарної категорії;
- Низька ціна – хороший бренд в поєднанні з доступною вартістю;
- Майстерність створення – особливості технології;
- Спеціалізація – бути експертом в конкретній сфері;
- Походження - національний характер бренду;
- Сміливе поєднання – ідея – це парадоксальний зв'язок двох непоєднуваних між собою явищ;
- Бренд з яскраво вираженою соціальною відповідальністю [4].

Усі наведені стратегії реально втілюються. Водночас, аналізуючи сучасні тенденції на ринку, можемо узагальнити про високий інтерес до таких стратегій, як створення/розвитку бренду на соціальній

орієнтації, а також стратегії, що акцентує на раціональній категорії через емоцію. Варто згадати рекламні ролики найбільших онлайн ритейлерів, які лаконічно інформують про «величезну» ширину і глибину асортименту, простоту замовлення і «фантастично» швидко доставку.

За словами Андрія Федоріва, головною його задачею як маркетолога є допомогти виробнику робити щасливими споживачів. В цих словах і криється головна ідея успіху рекламного бізнесу – задовольнити потреби споживача, а заробити гроші – це уже додатковий ефект, наслідок якісно виконаної роботи.

Рекламна агенція, яка відповідально ставиться до замовника, не обмежується лише розробкою рекламної кампанії, вони пропонують більш комплексні рішення – і розробляють концепцію бренду, включаючи і дизайн приміщення.

Мету реклами можна досягнути лише за умов налагодження ефективної системи управління як окремими рекламними акціями, так і діяльністю учасників рекламного бізнесу загалом. За умов глобалізації економіки, загострення конкуренції, динамічних змін асортименту і якості продукції, скорочення її життєвого циклу особливо актуальною є проблема вдосконалення інформаційного забезпечення управління рекламною діяльністю [2].

В часи, коли починають скорочуватися ринки, зростають ціни на державні облігації країн, а також зростають акції монополістів, медичних та освітніх компаній, це провісники того, що «розумні» гроші почали переходити з ризикованих активів в бік консервативних активів. Тобто бізнесовці розуміють, що в стані кризи люди більше звертають увагу на життєво необхідні засоби та речі. Як приклад можна навести піраміду потреб: на найвищому щаблі стоятиме медицина, нижче – освіта, далі – продукти харчування та речі першої необхідності, а ще нижче – інші речі та послуги, якими користується людина. Це пояснює наскільки бізнес пов'язаний з потребами людей, і відповідно, як зі зміною цих потреб змінюється бізнес, а отже, і ринок [3].

На сьогодні багато відомих компаній займаються благодійністю та волонтерством, що є не лише показником їхньої соціальної свідомості, але й хорошою рекламою. Проте соціальну допомогу надають як правило успішні підприємства.

Екосистема рекламної індустрії представлена не лише комерційними підприємствами. Всеукраїнська рекламна коаліція (ВРК) – найбільше громадське об'єднання рекламної індустрії України. Його місія – розвиток цивілізованого ринку реклами в Україні. Коаліція постійно проводить багато досліджень рекламного ринку України і, проаналізувавши його, зробила прогноз на 2020 рік – ріст на 18%. Проте, щодо видів медіа, таких як: ТВ-реклама, преса, радіо реклама, то прогнозується спад обсягів, крім показника обсягу Інтернет-реклами, який дуже швидко зростає [1].

В управлінні ризиками пріоритетною має бути превентивна стратегія. Фокус на задоволенні потреб споживачів на найвищому рівні, встановлення адекватної ціни за послуги, соціальна відповідальність бізнесу, інвестування у розвиток бізнесу – це те, що створює позитивний імідж підприємству, сприятливо впливає на рівень його прибутку і дозволяє з найменшими втратами пройти період рецесії.

Література:

1. Лазебник М. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2019 і прогноз об'ємів ринку 2020. Експертний прогноз Всеукраїнської рекламної коаліції URL: <https://vrk.org.ua/ad-market/>
2. Партин Т. І. Рекламна діяльність та її інформаційне забезпечення. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2007. № 576: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 227–230. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/33907>
3. Сейсембай М., Федорів А. Что делать бизнесу в кризис URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xO4IUC7w6TE&list=PLQTSvbk5fcxBLbo6S1raOCdlZhxYp4vSV&index=11&t=0s>
4. Федорів А. Типові стратегії. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AT8pzYRjWbc&t=3040s>

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах торгівлі підприємства України функціонують в висококонкурентному інформаційному середовищі, тому ефективність їхньої діяльності і напрям у залежить від знання потреб покупців, запровадження інноваційних маркетингових підходів та уміння сприймати виклики глобальної економіки. Дослідження ринку є однією з найважливіших сфер діяльності підприємства, адже саме покупець є центральним елементом ринкової економічної системи.

Сучасний маркетинг постійно вдосконалюється, вирішуючи нагальні питання бізнесу. Дослідження низки наукових робіт [1, 2, 3] дозволяє дійти висновку, що управління маркетинговою діяльністю підприємств базується на п'яти основних концепціях маркетингу.

Концепція вдосконалення виробництва заснована на впевненості, що покупець купуватимуть товари, що широко поширені й доступні за ціною, тому, менеджмент має зосередити свої зусилля на вдосконаленні виробництва та системи розподілу. Концепція вдосконалення виробництва знаходить застосування у двох ситуаціях: коли попит на товар перевищує пропозицію й коли собівартість товару занадто висока, тобто її необхідно знизити, задля чого потрібно підвищення продуктивності праці.

Концепція вдосконалення товару полягає у тому, що покупці будуть купувати товари найвищої якості, з найкращими експлуатаційними властивостями й характеристиками, отже, організація повинна зосередити свої зусилля на постійному вдосконаленні товару.

Концепція інтенсифікації комерційних зусиль. Цього підходу дотримуються багато виробників. Концепція інтенсифікації комерційних зусиль полягає у тому, що покупці не будуть купувати товари підприємств а у достатній кількості, коли воно не зробить значних зусиль в сфері збуту й стимулювання.

Концепція маркетингу. Це сучасний підхід в підприємницькій діяльності, характерний для постіндустріального періоду економічного розвитку. Відповідно до даної концепції заporукою досягнення цілей організації є визначення потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності найбільш ефективними та найбільш продуктивними, ніж в конкурентів, способами.

Концепція соціально-етичного маркетингу є більш сучасною та відображає реальні потреби ринку та покупців. Метою торгового підприємства, відповідно до цієї концепції, є встановити потреби, інтереси цільових ринків і забезпечити бажану задоволеність найбільш ефективними й продуктивними, ніж в конкурентів, способами.

Дослідивши еволюцію концепцій маркетингу та враховуючи сучасні тенденції розвитку інтернет-технологій та поступовий перехід соціально-економічних стосунків у онлайн-режим з використанням сучасних технологій та пристроїв, вважаємо, що сучасний маркетинг необхідно характеризувати як діджитал маркетинг, ми впевнені, що даний тренд в розвитку суспільства може стати основою формування нової концепції сучасного маркетингу.

Кожне торгове підприємство, яке прагне завоювати значну частину ринку та системно ставиться до розвитку бізнесу інвестує значні фінансові ресурси в маркетингову діяльність. У даному контексті варто зауважити, що ефективність маркетингової діяльності торгового підприємства і напрям у залежить від дотримання основних принципів:

- системність: логічність, послідовність, періодичність проведення;
- комплексність: урахування та аналіз усіх елементів й чинників в їхньому взаємозв'язку та динаміці;
- цілеспрямованість: орієнтація на розв'язання актуальних, чітко визначених, суто маркетингових проблем;
- об'єктивність: незалежність від суб'єктивних оцінок та впливів;
- надійність: інформаційне та методичне забезпечення, точність отриманих даних;
- економічність: перевищення вигід від реалізації отриманих висновків та рекомендацій над витрати, пов'язані з проведенням маркетингових досліджень;

- результативність: наявність проміжних та кінцевих результатів, що допомагатимуть в розв'язанні маркетингових проблем; — відповідність засадам добросовісної конкуренції [4, с. 108].

Створення та активізація попиту на свій товар є однією з найважливіших цілей функціонування підприємства, що реалізується через з виконання наступних завдань:

- планування та розробка продукції;
- забезпечення цінової політики;
- формування каналів розподілу продукції;
- інформаційне супроводження продукції;
- створення товарних знаків та брендів;
- забезпечення відповідної упаковки;
- налагодження та підтримання взаємовигідних відносин з партнерами, клієнтами тощо [5].

Ефективне виконання перелічених вище завдань неможливо без застосування комплексу маркетингу, котрий являє собою набір маркетингових засобів (інструментів), певна структура котрих забезпечує досягнення поставленої мети й вирішення маркетингових завдань на цільовому ринку. Поєднання таких засобів в формує маркетингові зусилля підприємства на цільовому ринку. Наприкінці 1970-х рр. засоби маркетингу були об'єднані Джеромом Маккарті у чотири групи й систематично отримала назву «концепція 4 P» — від початкової букви англійської назви кожного елемента, а саме: product (товар), place (місце), promotion (просування) й price (ціна) [6].

Товар (product) — набір виробів й послуг з певними властивостями, й особливостями створення, що підприємство пропонує цільовому ринку.

Ціна (price) — грошова сума, яку покупець повинен заплатити задля отримання товару.

Місце, розподіл (place) — дії підприємства, спрямовані на збільшення доступності його товарів задля цільового споживчого сегмента.

Просування (promotion) — діяльність фірми з інформування покупців про переваги свого товару й їх переконання у необхідності його придбання.

Таким чином, застосування ефективного комплексу маркетингу у сучасних економічних умовах є базою успішної маркетингової діяльності підприємства.

Існують усталені підходи до проведення маркетингових досліджень за певними етапами, дотримання котрих забезпечує ефективність маркетингових дій у цілому. У таблиці 1.2. подані основні етапи маркетингових досліджень, що реалізуються на базі торгового підприємства.

Таблиця 1.2

Етапи маркетингового дослідження торгового підприємства

Номер та назва етапу	Завдання, що реалізуються
1. Визначення проблеми та цілей дослідження	<ul style="list-style-type: none"> • Визначення мети дослідження, формування завдань; • Розробка пошукових питань; • Формування робочої гіпотези.
2. Формування плану дослідження	<ul style="list-style-type: none"> • Визначення об'єкта та методики дослідження; • Окреслення обсягу вибірки; • Оцінка цінності маркетингової інформації; • Визначення місця та терміну проведення дослідження.
3. Збір інформації	<ul style="list-style-type: none"> • Організація та контроль перебігу дослідження; • Контроль збору даних; • Документування отриманих даних.
4. Аналіз зібраних даних	<ul style="list-style-type: none"> • Перевірка даних, підготовка їх до обробки ЕОМ; • Обробка та аналіз зібраних даних.
5. Підготовка звіту та розробка рекомендацій	<ul style="list-style-type: none"> • Складання звіту; • Презентація результатів в зацікавленим особам; • Контроль за передачею звіту особам, що приймають управлінські рішення.

Джерело: розроблено автором на основі [4, с. 109]

У процесі маркетингових досліджень здійснюється збір, оцінка та аналіз фактографічних даних, обсяг, вид, структура котрих залежать від потреб торгового менеджменту, в процесі якого здійснюється управління операційною, фінансовою, інвестиційною діяльністю торговельного підприємства.

Отже, методи маркетингових досліджень торгового підприємства – це способи досягнення певної мети дослідження через генерування інформації необхідного формату або типу. Тому, виходячи з мети та завдань маркетингового дослідження необхідно формувати індивідуальну методіку, що має складатися зі комплексу специфічних та загальних методів з метою всебічного аналізу об'єкта дослідження та формування правильних висновків в його ефективних маркетингових рішеннях.

Література:

1. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / пер. з англ. К. Кунницької та О. Замаєвої. Київ: Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
2. Маркетинговa діяльність підприємств: навч. посіб. / за ред. О. П. Косенко. Харків: НТУ «ХП», 2018. 1009 с.
3. Маркетинговa діяльність підприємств: сучасний зміст : монографія / за ред. Н. У. Карпенко. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 252 с.
4. Стегурa Е. С., Рега М. Г. Роль та методи маркетингових досліджень в роздрібній торгівлі. *Економіка та держава*. Київ, 2015. № 5. С. 107-109.
5. Шереметинська О.У., Невмержицька Ю. Стимулювання збуту: заходи й засоби, що допомагають при формуванні маркетингової діяльності і при здійсненні ЗЕД. *Ефективна економіка*. 2016. Вип. 2. URL: economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4785
6. Кулиняк І. Я., Базарко С. У. Оцінювання та підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Економіка*. Мукачево, 2017. № 2(8). С. 94-100.

ІСТОРИЧНІ НАУКИ

Лукаш О.І.,

Президент Всеукраїнської асоціації індологів,

к.і.н., провідний науковий співробітник

ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України»

РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ ІНДОЛОГІЇ В УКРАЇНІ: (ДО 20-РІЧЧЯ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ АСОЦІАЦІЇ ІНДОЛОГІВ)

Вченим-сходознавцям добре відомо, що у розвитку сходознавства в Україні досить плідним напрямом справедливо вважалася індологія. Вона була представлена в першу чергу відомими свого часу харківською й київською школами в особі таких видатних учених, як М. Лунін (1807–1844), О. Рославський-Петровський (1816–1870), В. Шерцель (1843–1896), Д. Овсяннико-Куликовський (1853–1920), П. Ріттер (1872–1938), Ф. Кнауер (1849–1917), О. Баранников (1890–1952) [1].

У складі Всеукраїнської наукової асоціації сходознавства (ВУНАС), яка успішно працювала протягом 1926–1930 років, вельми активною була саме Індійська секція [2]. Проте через репресії, Другу світову війну (1939–1945 рр.) та з інших політичних причин сходознавство, в тому числі індологія, в Україні були знищені.

У повосенні роки основні індологічні центри знаходилися в Росії. В Україні цей науковий напрям практично був відсутнім. Тільки в 60–70-і роки і особливо на кінець 80–поч. 90-х років минулого століття в Києві та деяких інших містах України з'явилися окремі фахівці, що досліджували певні проблеми розвитку Індії. Цей процес активізувався за часи незалежності України. Наприклад, у 90-і роки в країні були захищені, прийняті до захисту або затверджені для дослідження понад 10 дисертаційних робіт, видано чимало наукових та науково-популярних публікацій. Інтерес до Індії, її історії, національно-визвольного руху, філософії, релігії, літератури значно поширився і серед широких верств населення нашої країни.

Таким чином, склалися об'єктивні умови відродження наукової школи індології в Україні. Наукові конференції, індологічні читання, методологічні семінари з проблем індології, викладання мов, історії, філософії Індії у вузах України та видання наукових і популярних робіт про Індію – це важливий і необхідний етап на шляху відродження старих традицій та формування сучасної школи української індології.

Надзвичайно велику роль в цьому процесі, безсумнівно, відіграла I Всеукраїнська науково-практична конференція індологів, присвячена 50-річчю Республіки Індія (24 січня 2000 р.). Ця конференція стала своєрідним і унікальним явищем в науковому та суспільному житті України, оскільки в процесі її підготовки та проведення було зроблено першу спробу зібрати всіх українських фахівців, котрі займаються дослідженням різноманітних напрямів індології [3].

Систематизація і аналіз поданих на конференцію наукових доповідей показали, що таких напрямів визначається три: 1) історія (з найдавніших часів до наших днів); 2) релігія і філософія; 3) мова і література. Цікавим є той факт, що всі ці напрями досить рівномірно були представлені дослідниками – учасниками конференції.

Найважливішим практичним результатом конференції було створення Всеукраїнської асоціації індологів. У 2020 році вона відзначає ювілей – 20 років своєї діяльності (2000 – 2020). Головна мета і завдання створення асоціації полягали в тому, щоб організувати та здійснити обмін думками українських учених, що досліджують різноманітні проблеми розвитку індійського суспільства зі стародавнього періоду до наших часів (систематично проводити для цього наукові конференції, семінари, консультації); сприяти розповсюдженню в Україні наукових знань та загальної інформації про Індію як одну з провідних держав сучасної Азії та світу в цілому; розпочати видання наукової індологічної літератури у вигляді збірників наукових праць, монографій, статей.

Створення Всеукраїнської асоціації індологів (ВУАІ) і видання перших індологічних збірників наукових праць українських фахівців [4, 5, 6] були б неможливими без підтримки та допомоги з боку Посольства Республіки Індія в Україні. Особливу подяку і симпатію хотілося б висловити Послу Республіки Індія в Україні у 1999–2002 роках пану В.Б. Соні за уважне ставлення до проблем розвитку індології в Україні, участь у наукових індологічних конференціях і семінарах, значну фінансову та технічну підтримку, що дозволила створити першу індологічну бібліотеку в рамках ВУАІ.

За цей період існування ВУАІ було проведено багато індологічних наукових заходів – конференцій, круглих столів, семінарів. Найважливіші з них – чотири Всеукраїнські конференції індологів, що були проведені у міжнародному форматі у 2000, 2007, 2013, 2018 роках [6, с. 5–259], а також Міжнародний науковий українсько-індійський круглий стіл «Сучасна Індія у умовах глобалізації», почесним гостем та активним учасником якого був Президент Республіки Індія – Абдул Калам (2005 р.). Безсумнівно, цей круглий стіл був історичною подією у діяльності асоціації, оскільки 3 червня 2005 р. вперше відбулась зустріч Президента Республіки Індія з індологами України. Ця зустріч проходила в залі засідань Вченої ради Київського національного університету ім. Тараса Шевченка і була включена до програми офіційного візиту Президента Індії в Україну (Київ, 1-3 червня 2005 р.). Змістовна і цікава доповідь доктора Абдула Калама викликала велику увагу та інтерес українських індологів, а також інших учасників круглого столу [7].

Особливе значення у цих подіях мав також Перший міжнародний гуманітарний українсько-індійський науковий проект «Популяризація досягнень Індії та України у контексті зміцнення гуманітарного співробітництва (2007 – 2008 рр.), що був ініційований та організований за активної участі ВУАІ, він продемонстрував плідне співробітництво українських та індійських науковців, викладачів, фахівців різних напрямів, які разом працювали в Індії та в Україні, обмінювались досвідом під час низки наукових заходів (конференцій, круглих столів, семінарів), що проходили в обох країнах.

Традицією такого співробітництва закріпили такі найважливіші події у діяльності ВУАІ за участю послів і дипломатів Республіки Індія та України, як Міжнародні наукові круглі столи: «Україна – Індія: 20 років дипломатичних відносин» (2012 р.); «Б. Р. Амбедкар та Конституція Республіки Індія» (2016 р.); «Україна – Індія: 25 років дипломатичних відносин» (2017 р.), «Україна – Індія: видатні постаті української індології (присвячується пам'яті П. Г. Ріттера)» (2019 р.), а також Міжнародний науковий круглий стіл: «Індія: погляд у майбутнє (до 70-річчя Дня Республіки Індія)», що відбувся у м. Києві 30 січня 2020 р.

Цей перелік найважливіших подій у сучасній індології далеко не повний, його можуть продовжити такі важливі заходи, як «Дні науки та культури Республіки Індія в Україні» (26 січня – 15 лютого 2015 р.),

що були ініційовані та організовані Всеукраїнською асоціацією індологів та ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України». У рамках цього унікального заходу відбулися Міжнародний круглий стіл «Цивілізаційний поступ Індії: погляд з України» (27 січня 2015 р.), українсько-індійська міжнародна зустріч дипломатів та науковців, відкриття вернісажу картин «Всі барви Індії» (28 січня 2015 г.), літературно-художній вечір «Єдність у розмаїтті», що проходив у Київському будинку вчених НАН України 31 січня 2015 р. і був присвячений ознайомленню українських учених та фахівців з унікальними зразками поетичного та танцювального мистецтва стародавньої та сучасної Індії.

Цю діяльність асоціації суттєво доповнює чисельний масив наукових праць українських індологів – істориків, міжнародників, політологів, філологів, філософів, які були підготовлені та видані в Україні, а також чекають на своє опублікування у наступних виданнях індологічних збірників. За роки існування ВУАІ з'явилися в Україні перші доктори та кандидати наук із різних галузей індології – історії, політології, філології, філософії. Цих унікальних фахівців ще дуже небагато для такої великої держави, як Україна, вони першопрхідці й стикаються із багатьма складнощами та проблемами у своїй дослідницькій роботі. Але процес щодо збереження та розвитку такого унікального напрямку сходознавства в Україні, як індологія, почався й поступово просувається.

Всеукраїнська асоціація індологів буде і надалі намагатися підтримувати розвиток індології в Україні у різних її напрямках і виявленнях, маючи головним пріоритетом своєї діяльності відродження та розвитку такого важливого напрямку української історичної науки, як сходознавство. Численні наукові дослідження в галузі індології (захищені дисертації, видані монографії, наукові статті з індології, що з'явилися за останні роки), як й видання випусків збірника наукових статей «Індія: давнина і сучасність», а також збірника наукових праць «Індологія в Україні (Всеукраїнські конференції індологів: тези, доповіді, промови, статті)» мають стати вагомим внеском у цю складну і благородну справу.

Вважаємо за необхідне щиро подякувати всім, хто підтримує ці зусилля в наше складне сьогоднішнє, насамперед ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України», Посольство Республіки Індія в Україні, Раду індійських підприємців в Україні (в особі її представника – директора індійської компанії «Indrayani Overseas» – Рама Данге) за сприяння й допомогу в діяльності асоціації індологів, організації та проведенні конференцій і круглих столів та виданні важливих індологічних досліджень.

Література:

1. Індія: давнина і сучасність. Збірник наукових праць. Вип. 1. – Київ: Національна академія наук України. Інститут сходознавства ім. А. Кримського. Інститут світової економіки і міжнародних відносин. Всеукраїнська асоціація індологів, 2003. – С.14.
2. Див. докл.: «Східний світ». – 2000. – № 2. – С. 63–83.
3. Див. докл.: «Східний світ». – 2000. – № 1. – С. 167–168.
4. Індія: давнина і сучасність: збірник наукових праць. Вип. I. – 2-е вид., доповн. та уточ. / відп. наук. ред. О.І. Лукаш; НАН України, ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України», Всеукраїнська асоціація індологів. – К., 2016. – 222 с. – Режим доступу: <http://ivinas.gov.ua/uk/publikatsiji-lindiia-davnyna-i-suchasnist-zbirnyk-naukovykh-prats-vyp-i-2he-vyd-dopovn-ta-utoch-vidp-nauk-red-oi-lukash-nan-ukrainy-du-institut-vsesvitnoi-istorii-nan-ukrainy-vseukrainska-asotsiatsiia-indolohiv-k-2016-222-s.html>
5. Індія: давнина і сучасність: збірник наукових праць. Вип. II / відп. наук. ред. О.І. Лукаш; НАН України, ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України», Всеукраїнська асоціація індологів. – К., 2017. – 248 с. – Режим доступу: <http://ivinas.gov.ua/ru/publikatsii/novye-izdaniya-instituta/indiya-davnina-i-suchasnist-zbirnik-naukovykh-prats-vip-ii-vidp-nauk-red-oi-lukash-nan-ukrajini-du-institut-vsesvitnoji-istoriji-nan-ukrajini-vseukrajinska-asotsiatsiya-indologiv-k-2017-248-s.html>
6. Індологія в Україні (Всеукраїнські конференції індологів: тези, доповіді, промови, статті): збірник наукових праць / відп. наук. ред. О. І. Лукаш; НАН України, Всеукраїнська асоціація індологів; Посольство Республіки Індія в Україні. – К., 2018. – 356 с. – Режим доступу: <http://ivinas.gov.ua/uk/publikatsiji/indolohiia-v-ukraini56754345.html>
7. Президент Республіки Індія Абдул Калам - почесний гість Всеукраїнської асоціації індологів // Індія: давнина і сучасність: збірник наукових праць. Вип. I. – 2-е вид., доповн. та уточ. / відп. наук. ред. О.І. Лукаш; НАН України, ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України», Всеукраїнська асоціація індологів. – К., 2016. – С. 213–214.

КУЛЬТУРОЛОГІЯ

Бегаль Т.О.,

аспірантка Київського національного університету культури і мистецтв

РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-ПОРТАЛІВ У ВІРТУАЛІЗАЦІЇ МУЗЕЙНИХ ЕКСПОЗИЦІЙ

Як відомо, культуру XXI століття прийнято називати «віртуальною» або «аудіовізуальною». Це пояснюється тим, що віртуальна реальність стала невід'ємним атрибутом існування сучасної людини. Розглядаючи музеї з точки зору культурологічної науки можемо застосувати цей термін і до сучасного музею. Нині завдяки використанню мультимедійних технологій, смартфонів та персональних комп'ютерів не обов'язково відвідувати виставки творів мистецтва, аукціони, арт-ярмарки тощо. Твори мистецтва можна споглядати віддалено, використовуючи онлайн-ресурси. Серед них міжнародні світові інтернет-портали, які дозволяють переглянути колекції та культурне надбання всіх музеїв світу та до залучити до комунікації найрізноманітніші музейні простори. Спробуємо детальніше розглянути найвідоміші з них.

GOOGLE-ART – це арт-проект компанії Google, який дозволяє відвідати кращі музеї світу і в найдрібніших подробицях вивчати найрізноманітніші твори мистецтва. Для проекту були оцифровані понад 200 000 творів мистецтва. Картини, зафіксовані в найвищій якості за допомогою гігапксельної фотографії. Їх можна збільшити так, що буде видно кожен мазок пензля майстра і дрібний наліт на міді. Крім того можна шукати експонати за назвою, формою мистецтва, імені художника або скульптора, а також за містом, країною, музеєм або назвою колекції. Можливо об'єднати улюблені роботи в своїй персональній галереї, помістити поруч ескізи і готове полотно їх порівняти, переглянути віртуальні тури та експозиції, створені за технологією Street View [2]. За нашими дослідженнями участь у цьому проекті приймають Національний заповідник «Софія Київська» (48 експонатів) та Національний центр народної культури «Музей Івана Гончара» (46 експонатів).

EUROPEANA – міжнародна мережа, яка дозволяє відвідувачам досліджувати цифрові ресурси Європи – галереї, музеї, бібліотеки, архіви та аудіовізуальні колекції. Сьогодні в ній представлено близько 1700 українських експонатів, серед яких експонати етнографічної колекції «Кролевець».

Images for the Future - проект, направлений на оцифрування аудіовізуальних культурних об'єктів Нідерландів та надання до них доступу через онлайн-архів;

Smart history - мультимедійний ресурс з відео, аудіогідами, мобільними додатками та коментарями від істориків мистецтва.

МУЗЕЙНИЙ ПОРТАЛ – український інтернет-ресурс, який дозволяє переглянути не лише оцифровані експонати, але і віртуальні експозиції музеїв України, Росії, Казахстану, Франції, Німеччини [3]. Його зручність, на нашу думку, полягає в тому, що це спеціально розроблений вебсайт, в якому зібрані всі віртуальні експозиції музеїв світу. Таким чином користувач отримує необхідну інформацію відвідавши лише одну вебсторінку.

Сьогодні в мережі Інтернет присутні основні типи сайтів віртуальних музеїв: представництва реальних музеїв; сайти неіснуючих музеїв, але створених відповідно до наукової концепції, що включають розроблену архітектуру, експозиційний дизайн, фонди, навіть штат співробітників; тематичні каталоги і банки даних, що включають відомості про пам'ятки з обраної теми та перебувають в різних реальних музеях, установах, країнах, і їх зображення. На сьогоднішній день з'явилася достатня кількість різноманітних, в тому числі і віртуальних музеїв, а існуючі музеї активно працюють в області розширення видів своєї діяльності. Однак в сучасних умовах недостатньо орієнтуватися тільки на культурну та історичну значимість тих об'єктів, які потрапляють в музей та стають експонатами. Одним з найважливіших завдань музею є підтримка балансу між збереженням достовірності культурно-історичного досвіду, з одного боку, і ефектною візуалізацією цього досвіду, з іншого. Іншими словами, ця візуалізація культурно-історичного досвіду, реалізована за допомогою сучасних технологій, не повинна спотворити смисловий зміст історичного контексту або взагалі його зруйнувати. До проблем візуалізації можна віднести не тільки питання ефектного представлення інформації, а й пошук нових способів організації музейного простору. Сесілія Мартін, представник компанії «Jane Wentworth Associates»,

відзначає, що для того, щоб стати релевантним і актуальним, музей повинен перетворити своє приміщення в один із способів комунікації зі своїми відвідувачами, що успішно реалізував, наприклад, музей Гуттенхайма в Більбао. Крім цього, саме суспільство вимагає від музею рухливості і гнучкості, пошуку способів розповісти про себе людям усього світу. Музей повинен прагнути до діалогу з людьми, а не бути лише стінами і колекцією старих речей [1]. Питання віртуалізації музейного простору, на нашу думку, потребує подальшого вивчення та обґрунтування.

Список використаних джерел

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. Львів: Літопис, 2005. 629 с.
2. Google Arts & Culture. URL: <https://artsandculture.google.com/>. (дата звернення: 14.06.2020).
3. Музейний портал. URL: <https://museum-portal.com/ua/museums/all>. (дата звернення: 14.06.2020).

Щербіна Т.Р.,
*старший викладач кафедри східних мов ННЦ МП
Національна академія Служби безпеки України*

НОВОРІЧНІ ЧАЙНІ ТРАДИЦІЇ ПІВДЕННОГО КИТАЮ

Постановка проблеми. Чай – це традиційний національний напій китайців, який став частиною традиційного етикету у повсякденному житті жителів КНР. З історичною еволюцією чайної культури, щоденна чайна церемонія поступово еволюціонувала у мистецтво. Свято Весни або Чуньцзе – найважливіший фестиваль китайської нації, який є символом оновлення. У різних регіонах Китаю під час святкування свята Чуньцзе існують різноманітні традиції споживання чаю.

Виклад основного матеріалу.

У стародавні часи на Новий рік за місячним календарем у чайних будинках існувала практика розпивання ранкового чаю. У цей день офіціант подавав чай юаньбао (元宝, з кит. «гроші») з однією або двома маслинами всередині. Чай подавався з приказкою: «Пийте чай юаньбао та заробляйте більше грошей протягом року». Клієнти були раді почути це й дати офіціантові більше чайових. Звичай розпивання чаю під час Нового року став поширеним явищем серед громадськості. У деяких місцях Китаю чай юаньбао подавали у якості привітання родичів та друзів. Іноді замість оливок використовувалися червоні фініки [1].

У Китаї у більшості регіонів дотримуються традиції рано прокидатись, але на Півдні Китаю у м. Чженцзян (пров. Цзянсу) прийнято прокидатися пізно, щоб зберегти вдачу. Після ранкового ритуалу приступають до “трьох чаювань (三盅茶)”. Перший чай – Юаньцзи Ча (圓子茶) або суп Тан Юань¹ – символ воз'єднання сім'ї, успішного життя; другий чай – цзао ча (枣茶) – фініковий чай, який не допивають, залишаючи кілька фініків як символ достатку (буде їжа, буде й дохід); третій чай – чай 8 коштовностей або бабао ча (八宝茶) – складається з листя зеленого чаю, жовтої хризантеми, родзинок, ягід годжі та інші інгредієнтів. Таки чай вважається символом вдачі. Лише після цього ритуалу жителі м. Чжецзян починають святкування Нового року [2].

У пров. Фуцзянь чай та чайна культура посідають особливе місце. Коли на Новий рік приходять гості, господар приносить рисовий чай Ча Мі (茶米). Заварюється невеликий чайник міцного чаю та запрошують гостя випити кілька чашок, після чого запрошують його додому. Серед жителів пров. Фуцзянь широко відома приказка: "Випити дві чашки чаю, а потім поговорити (喝上两杯再说)". Відсутність чаю, коли прийшов гість, вважається за відсутність етикету. У свідомості жителів Південної Мін чай важливіший за вино [3].

¹ ТанЮань (汤圆) – десерт з клейкої рисової муки, змішаної з невеликою кількістю води для утворення кулькок, а потім приготовлені в киплячій воді або солодкому сиропі

У м. Фуань (пров. Фуцзянь) проводиться щорічний чайний фестиваль. Місцеві мають приказку: "Випий перші три новорічні піали чаю – хвороби обійдуть стороною (年頭三盅茶, 官符药材无交家)". Це означає, що перші три чашки чаю п'ють у новому році, щоб хвороба не прийшла у родину. Тобто люди розглядають чаювання як своєрідне благословення, а чай має символічне значення збереження миру. Ще однією з традицій є вживання "цукрового чаю (糖茶)". Навіть свято Весни називається «Роком чаю». Перший день Нового року має назву "Подорожній чай (出行茶)", а день весілля називається "Чай нареченої (新妇茶)" [3]. Цукровий чай виготовляється з цукру-кандіс, червоних фініків, гуа-тан² (瓜糖), арахісу та чайного листя, усі інгредієнти перемішуються сріблястою ложкою, а чай подається обома руками на знак поваги. Чашка цукрового чаю символізує безпечність та щастя на увесь рік.

За традицією народності Хакка перед святкуванням Нового року дарують чайну сировину. Під "чайною сировиною (送茶料)" маються на увазі інгредієнти до чаю, які складаються з цукрового імбиру, апельсинового тістечка, дині, сушеної шкірки мандарину, кореня орхідеї та інших чайних закусок, які загорнуті у бамбуковий папір, зверху якого клеїться невеликий шматок червоного паперу з побажанням щастя. Зазвичай, чай дарується старшому поколінню сімейства, старшина села готує «чайну сировину», яку буде відправлено жителям села на знак привітання з Новим роком; якщо йдуть у гості, також приносять з собою чайні інгредієнти [4].

У багатьох містах пров. Цзянсі важливо випити зелений фруктовий чай у новорічний день. "Зелений фруктовий чай (青果茶)" – це зелені фрукти, додані до чаю, та оливки сандалового дерева. У минулому, з приходом світланку кожне сімейство запаловало свічки на вулиці на Схід, деякі накривали стіл та ставили три піали з цукром, тістечками та фруктами, три склянки води або чаю та здійснювали церемонію поклоніння.

У пров. Цзянсі, у чайному містечку Уюань, з початком Нового року, купці чаю, члени фермерських сімей спочатку повинні були нести чай по домівках. У перший день першого місяця за місячним календарем, вся родина вставала рано й по завершенню прибирання у домі, голова родини здійснював церемонію поклоніння предкам, після чого молоде покоління вітало старше. Після привітання сім'я збиралась за новорічним столом, домогосподарка заварювала чай та подавала з тістечком у фруктовій коробці кожному з членів родини, після чого вся родина їла чайні яйця, локшину довголіття тощо.

В окрузі ДеЦін, пров. Чжецзян, з першого дня першого місяця до третього дня першого місяця за місячним календарем господар будинку вручає піалу весняного чаю гостю. Цей чай, також відомий як «Сіліан-Тан四连汤» [2], – це декілька червоних фініків, насіння лотосу, з тростинним цукром у порцеляновій піалі. Солодкий напій вважається символом побажання солодких та гарних днів у новому році та успішності справ.

Висновок. З огляду на вищезазначене можемо зробити висновок, що чай займає почесне місце під час святкування Чуньцзе у Південній частині Китаю. У кожній провінції чайні традиції різняться, але й мають спільні риси, такі як церемонія поклоніння молодшого покоління старшому та вручення чаю гостям, як символ поваги.

Література:

1. Asiapac edutorial. Origins of Chinese Tea & Wine. Asiapac Books Pte Ltd, 2004. P.150. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Origins_of_Chinese_Tea_Wine.html?id=oGAEDQAAQBAJ&redir_esc=y (Last accessed 20.04.2020).
2. 春节茶习俗, 你知道多少? 春节茶俗大盘点. 第一农经茶叶: веб-сайт. URL: <http://www.1nongjing.com/201802218709.html> (дата звернення 25.04.2020).
3. 千古茶事之春节喝茶的习俗. 之乎: веб-сайт. URL: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/37722427> (дата звернення 25.04.2020).
4. 王晓梅. 一本书读懂中华民俗知识. 中央编译局, 2015. 348页.

² Гуа-тан (瓜糖) – це клейкий цукор із жовтого рису та солоду, який ще називають «цукровою паличкою» або «цукор Канто».

МЕДИЧНІ НАУКИ

Воропаев Е.В.,*Проректор по научной работе, к.м.н., доцент,***Шафорост А.С.,***ст.н.с научно-исследовательской лаборатории**Гомельский государственный медицинский университет***НАНОМЕХАНИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ПОВЕРХНОСТИ КЛЕТОК ЭПИТЕЛИЯ СЛИЗИСТОЙ ОБОЛОЧКИ У ПАЦИЕНТОВ С РАКОМ ЖЕЛУДКА**

Одним из наиболее тяжелых патологий желудочно-кишечного тракта (ЖКТ) является рак желудка. К. М. Vraner с коллегами сообщает, что по распространенности среди злокачественных новообразований данная патология занимает 4-е место [1]. По данным Всемирной организации здравоохранения в 2018 году зафиксировано 783 000 случаев смерти от рака желудка [2]. Данный факт в сочетании с тем, что выявление рака желудка в 80% случаев происходит на IV стадии делает разработку ранней системы диагностики рака желудка еще более актуальной. На фоне существующих методов исследования атомно-силовая микроскопия (АСМ) отличается возможностью непосредственного изучения физико-механических свойств исследуемого объекта. Метод атомно-силовой микроскопии основан на измерении сил притяжения-отталкивания (силы Ван-дер-Ваальса) между зондом и изучаемой поверхностью, что позволяет получить данные о структуре, упругости, шероховатости исследуемой поверхности, а также ее адгезионных свойствах [3].

Целью настоящей работы является изучение наномеханических свойств клеток эпителия слизистой оболочки желудка (СОЖ) у пациентов с онкологической патологией желудка.

Материалы и методы. Для исследования использовали биопсийный материал желудка из Учреждения здравоохранения «Гомельский областной клинический онкологический диспансер» полученный при выполнении плановых оперативных вмешательств у 5 пациентов (1 – контроль, 4 – с онкологической патологией желудка). Химическую фиксацию клеточных структур, прикрепленных к поверхности предварительно обработанной стеклянной подложки, проводили в течение 20 мин с помощью 1% раствора глутарового альдегида в однократном фосфатно-солевом буфере (1x PBS, pH=7,4). После этого образцы высушивали при комнатной температуре.

Исследование наномеханических свойств клеток СОЖ выполняли на атомно-силовом микроскопе NT-206 производства ОДО «Микротестмашинь» (г. Гомель). Измерение проводили в контактном режиме на воздухе с использованием зонда CSC-38 (зонд В, MicroMash, Эстония). Анализ полученных результатов проводили с помощью программы SurfaceXplorer 1.3.1.1 и модуля «Анализ данных» Excel 2010.

Результаты и обсуждение. Анализ изображений, полученных с помощью атомно-силового микроскопа NT-206 в режиме «топография», показывает, что размеры клеток слизистой оболочки желудка в норме колеблются в диапазоне 8-10 мкм, высота клеток – 0,9-1,1 мкм (рисунок 1).

Морфологические параметры клеток, полученных из опухолевой ткани, от нормы отличаются незначительно. На представленном рисунке контуры клетки из образца опухолевой ткани имеют более четко выраженные границы. Объемные структуры рядом с клеткой, возможно, являются частицами слизи или тканевой жидкости.

Полученные в режиме «топография» АСМ-изображения путем последовательного применения к ним медианного и гауссового фильтров позволяют определить значения средней высоты (Z_{mean}) и среднего квадратического отклонения профиля поверхности (R_q). Результаты измерений представлены на рисунке 2.

Средняя высота (Z_{mean}) участка отсканированной поверхности для опухолевых клеток в 1,75 раз выше, чем у эпителиальных клеток из здоровых участков слизистой оболочки желудка и составляет $360,67 \pm 15,33$ нм. Величина R_q характеризует разнообразие микрорельефа поверхности клетки. В образцах пациентов с раком желудка клетки эпителия СОЖ имеют тенденцию к увеличению величины R_q : отклонение от профиля поверхности для экспериментальных образцов составляет $100,03 \pm 14,79$ нм, что на 13% больше, чем у эпителиальных клеток из здоровых участков СОЖ.

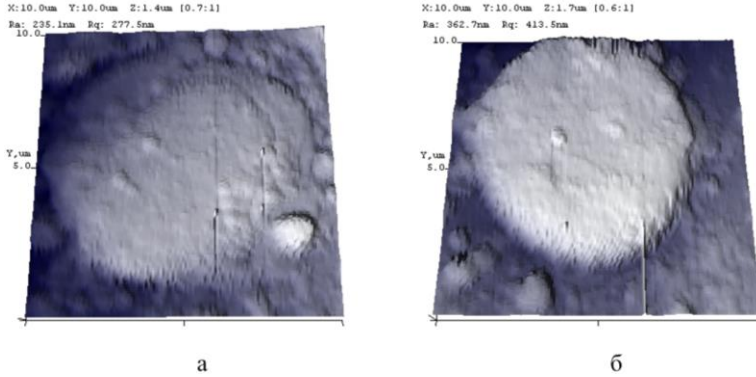


Рисунок 1 – Морфология клеток эпителия СОЖ в норме (а) и при онкологической патологии (б) при измерении в контактном режиме.

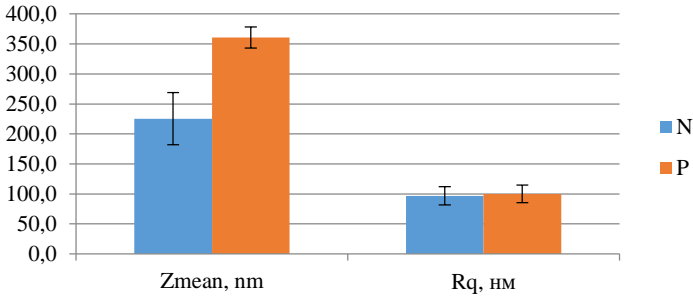


Рисунок 2 – Средняя высота и шероховатость поверхности клеток эпителия СОЖ в норме (N) и при онкологической патологии (P).

Изучение поверхности клеток в режиме «карта латеральных сил» позволяет получить информацию о распределении латеральных сил на исследуемом участке поверхности за счет регистрации отклонений зонда в горизонтальной плоскости (его скручивания) при его движении вдоль исследуемой поверхности с помощью оптической системы атомно-силового микроскопа.

Величина Rq (шероховатость карты механических свойств поверхности клетки) характеризует структуру исследуемой поверхности. В образцах эпителия СОЖ из здоровых участков желудка значение шероховатости варьирует в пределах 414,73 – 1592,46 усл. ед. (Таблица 1).

Таблица 1

Изменение величин латеральных сил и шероховатости мембраны клеток СОЖ в норме (N) и при онкологической патологии (P).

Образец	Fl, усл. ед.		Rq, усл. ед.	
	N	P	N	P
5	985,64	—	689,63	—
57	—	2161,23	—	1085,47
103	2159,21	1661,11	1592,46	1182,62
104	468,56	474,73	414,73	423,97
106	—	1114,32	—	999,00
Хср ± σ*	1204,47±866,31	1352,85±724,92	898,94±616,14	922,76±340,88

*Хср – среднее значение, σ – стандартное отклонение величины

В то время как в образцах с онкопатологией значение анализируемого параметра несколько выше, хотя выявленные отличия и не являются значимыми. Также в этом случае следует отметить меньшую величину стандартного отклонения полученных значений R_q . Таким образом, клетки эпителия СОЖ из образцов желудка из опухоли имеют незначительно более развитый профиль поверхности, чем у здоровых людей.

Для клеток эпителия из здоровых участков СОЖ характерно меньшее значение латеральной силы (F_l), т.е. для указанных клеток характерна менее плотная структура кортикального слоя цитоскелета клетки.

Помимо описанных выше результатов с использованием программы SurfaceXplorer 1.3.1.1 были получены данные о фрактальной размерности исследованных участков эпителиальных клеток желудка. Фрактальная размерность была оценена по алгоритму «озер и гор» с разбиением поверхности на 50 слоев. Согласно приведенным данным фрагменты поверхности клеток эпителия желудка здоровых пациентов по величине D_f не отличаются от таковых у больных раком желудка. Полученные данные соответствуют таковым для биологических объектов, для которых значение D_f лежит в интервале от 2 до 3 [4].

Заключение. В результате изучения клеток эпителия из здоровых участков слизистой желудка и биоптатов опухоли можно сказать, что для клеток из образцов с патологией характерны незначительные незначимые отличия в структуре внешней мембраны и внутреннего кортикального слоя оболочки клеток. Полученные данные имеют большое значение для планирования дальнейшего исследования и определения наиболее перспективных режимов изучения наномеханических свойств биологических объектов с помощью атомно-силовой микроскопии.

Литература:

1. Brawner, K.M. Gastric Microbiome and Gastric Cancer / K.M. Brawner, C.D. Morrow, P.D. Smith // Cancer J. – 2014. – Vol. 20, № 3. – P. 211-216.
2. Рак желудка 2018 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/cancer>. – Дата доступа: 11.06.2020.
3. Нагорнов, Ю.С. Изучение биологических объектов методами атомно-силовой микроскопии / Ю.С. Нагорнов. – Тольятти : ТГУ, 2012. – 67 с.
4. Стародубцева, М.Н. Параметры архитектоники АСМ-карт поверхности эпителиальных клеток карциномы молочной железы MCF-7 / М.Н. Стародубцева // Проблемы здоровья и экологии. – 2017. – № 4 (54). – С. 60-65.

Коротчук Є.В.,

*аспірант кафедри анатомії людини,
оперативної хірургії та топографічної анатомії
Запорізького державного медичного університету*

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВІДНОСНОЇ ПЛОЩІ, ЩО ЗАЙМАЮТЬ НИРКОВІ ТІЛЬЦЯ У ЩУРІВ, НАРОДЖЕНИХ ВІД МАТЕРІВ ІЗ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИМ МЕТАБОЛІЧНИМ СИНДРОМОМ

Актуальність. Поширеність метаболічного синдрому (МС) серед дитячого та підліткового віку зростає з кожним роком та сягає близько 30 – 50 % [1]. Недостатнє або надлишкове харчування вагітної може призвести до порушення процесу нефрогенезу плода та в подальшому – віддалених негативних наслідків у функціонуванні нирок [2]. Розуміння механізмів розвитку патології нирок потребує більш поглибленого їх вивчення морфологічних змін в постнатальному періоді, що робить дану роботу актуальною.

Мета дослідження. Визначити відносну площу, що займають ниркові тільця в нирках щурів – нащадків самиць із експериментальним метаболічним синдромом.

Матеріали та методи. Об'єкт дослідження – нирки потомства 120 білих лабораторних щурів. Щури були розподілені на 3 групи. Перша група – експериментальна (МС): щури, народжені від самиць зі змодельованим метаболічним синдромом та після народження отримували висококалорійну дієту до 120-ої

доби життя включно. Друга група – експериментальна (МС₂): щури, які отримані від самиць зі змодельованим метаболічним синдромом, але після народження отримували стандартний харчовий раціон. Третя група – контрольна група щурів, від здорових самиць зі стандартним харчовим раціоном та водним режимом ad libitum. Оскільки від моменту народження до 21-ої доби постнатального життя у щурів є періодом молочного вигодовування, то розділення експериментальних груп МС₁ та МС₂ починалось з 30-ої доби спостереження. У період грудного вигодовування самиці з модельованим МС продовжували отримувати висококалорійну дієту.

Дослідження на тваринах проведені при дотриманні основних положень «Правил проведення робіт з використанням експериментальних тварин», затверджених указом МОЗ України №753 від 12 серпня 1997 р., Європейської конвенції про захист хребетних тварин, які використовуються для експериментальних та інших наукових задач (Страсбург, 18.03.1986), Закону України № 3447-IV «Про захист тварин від жорстокого поводження» (від 21.02.2006 № 3447-IV, редакція від 09.12.2015, підстава 766-19).

За допомогою світлового мікроскопа Zeiss та програми AxioVision при збільшенні $\times 400$ визначався показник відносної площі (%), яку займають ниркові тільця на умовну одиницю площі (у.о.п.) $39\,000\ \mu\text{m}^2$. Обробку даних проводили за допомогою пакета програм Excel (Microsoft Office, 2010). При порівнянні отриманих результатів користувались t-критерієм Стьюдента, статистично достовірними вважали результати при $p < 0,05$.

Результати. У тварин експериментальної групи відносна площа, яку займають усі типи нефронів на 1 добу після народження достовірно відстає від контрольних значень. На 14-ту добу життя при порівнянні показників між групами має місце нівелювання різниці.

Починаючи із 30-ої доби життя у тварин групи МС₁, які отримували висококалорійну дієту, визначалось достовірне відставання показників відносної площі ниркових тілець порівняно із щурами зі стандартним харчовим раціоном, надалі у цій групі продемонстровано досягнення мінімальних значень на 120-ту добу дослідження. У щурів групи МС₂, які після відлучення від матері вживали звичайний раціон, порівняно із контрольними тваринами, зменшення абсолютної кількості ниркових тілець достовірно не відрізнялось від контрольних тварин та від тварин із гіперкалорійною дієтою до 90 доби включно. Однак на 120 добу життя у тварин групи МС₁ та МС₂ відмічалось вірогідне зниження показника відносної площі, що займають ниркові тільця відносно контрольних щурів.

Висновки. Зі збільшенням строку спостереження у тварин контрольної та експериментальної групи відмічається поступове зменшення відносної площі, що займають ниркові тільця, причому найбільш виражені зміни продемонстровано на 120-ту добу життя у групі потомства тварин, які отримували висококалорійну дієту у порівнянні із контролем – $7,81 \pm 0,27\%$ та $8,85 \pm 0,27\%$ відповідно.

За даними Amri (1999, 2001), Wood-Bradley (2015), гіперглікемія та ожиріння у матері у період вагітності є факторами, що можуть провокувати порушення процесу нефрогенезу у нирках потомства [2,3]. Зменшення відносної площі, що займають ниркові тільця у потомства може бути підґрунтям для розвитку гіпертонії з порушення функції нирок у майбутньому [4].

Література:

1. Batyisheva TT, Platonova AN, Byikova OV, Bahtina EA. Metabolicheskiy sindrom v detskom i podrostkovom vozraste kak faktor riska insulta. Meditsina: teoriya i praktika. 2019; 4 (S): 83 - 84 [in Russian].
2. Wood-Bradley RJ, Barrand S, Giot A, Armitage JA. Understanding the role of maternal diet on kidney development; an opportunity to improve cardiovascular and renal health for future generations. Nutrients. 2015; 7: 1881–1905.
3. Amri K, Freund N, Van Huyen JP, Merlet-Benichou C, Lelievre-Pegorier M. Altered nephrogenesis due to maternal diabetes is associated with increased expression of IGF-II/mannose-6-phosphate receptor in the fetal kidney. Diabetes. 2001; 50: 1069–1075.
4. Schreuder MF. Safety in glomerular numbers. Pediatric Nephrology. 2012; 27(10): 1881–1887.

Стовбан М.П.,
*к.мед.н., доцент кафедри фізизіатрії і
пультмонології з курсом професійних хвороб,
заступник генерального директора
комунального некомерційного підприємства
"Івано-Франківська обласна клінічна інфекційна лікарня
Івано-Франківської Обласної Ради"*

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ВЗАЄМОДІЇ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ В МЕЖАХ ОДНОГО ГОСПІТАЛЬНОГО ОКРУГУ

Стаття 49 Конституції України визначає не лише права громадян на медичне обслуговування, але й пріоритетність розвитку медичної сфери. Зокрема, в статті визначено, що: «Охорона здоров'я забезпечується державним фінансуванням відповідних соціально-економічних, медико-санітарних і оздоровчо-профілактичних програм. Держава створює умови для ефективного і доступного для всіх громадян медичного обслуговування. У державних і комунальних закладах охорони здоров'я медична допомога надається безоплатно; існуюча мережа таких закладів не може бути скорочена. Держава сприяє розвитку лікувальних закладів усіх форм власності. Держава dbає про розвиток фізичної культури і спорту, забезпечує санітарно-епідемічне благополуччя» [2].

Отже, розвиток медицини надзвичайно важливий і обумовлюється основним нормативним документом держави. Декілька останніх років державні органи влади все більше уваги зосереджують на удосконаленні та модернізації медичних закладів, а разом і реформації медичної сфери в цілому. В межах медичної реформи було прийнято рішення про створення госпітальних округів, створення яких повинно мати неабиякий вплив на вирішення найбільш гострих проблем медичної сфери, а також покращити медичні послуги для населення. Як і будь-який інший процес надзвичайно важливо визначити, які фактори впливають на розвиток госпітальних округів та безпосередньо на їх взаємодію, що становить значний науковий інтерес.

Вивчаючи проблематику взаємозв'язку та впливу факторів на взаємодію в межах госпітальних округів, варто насамперед визначити поняття госпітального округу. Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України «Про деякі питання створення госпітальних округів» від 27.11.2019 № 1074, госпітальний округ – це функціональне об'єднання закладів охорони здоров'я, розміщених на відповідній території, що забезпечує надання вторинної (спеціалізованої) та госпітального етапу екстреної медичної допомоги населенню такої території [3].

Аналітики стверджують, що: «Госпітальні округи покликані упорядкувати мережу лікарень, зробити її доступною та зручною для людей, спонукати до підвищення якості обслуговування і виправити ситуацію, коли в одній області існує розгалужена структура госпіталів, а в іншій – її взагалі немає. Отже, госпітальний округ перетвориться на єдиний медичний простір у межах 60 км, де будуть зібрані різні заклади охорони здоров'я з потужною лікувальною установою на чолі, що надаватимуть широкий та різнобічний спектр медичних послуг» [1].

Учасниками госпітального округу є органи, уповноважені управляти комунальними та державними закладами охорони здоров'я, а також керівники приватних закладів охорони здоров'я (за їх згодою), які забезпечують надання вторинної (спеціалізованої) та госпітального етапу екстреної медичної допомоги в межах АР Крим, області. Основним органом управління госпітального округу є госпітальна рада. Госпітальна рада – це дорадчий орган, членами якого є представники громад. Даний орган не має юридичного статусу, і покликаний стимулювати та сприяти розробці плану розвитку госпітального округу в середньостроковій перспективі. Саме госпітальна рада є органом, який забезпечує зв'язок між закладами, які входять до госпітального округу.

За результатами проведеного нами SWOT аналізу визначено слабкі сторони віддзеркалюють сучасні проблеми медичної галузі в Україні. Зокрема, мова йде про:

1. Недостатня кількість висококваліфікованого персоналу через недосконалість системи медичної освіти, високу вартість навчання, що значно обмежує можливість обрати дану професію громадянами з низьким рівнем доходу, відтік висококваліфікованих кадрів закордон, тощо.

2. Недостатня інфраструктура, що стало наслідком низького пріоритету галузі охорони здоров'я в системі державних потреб. За роки незалежності України, інфраструктура галузі не лише не покращувалась, але й з часом практично повністю зносилась. Це стосується як лікувальних закладів, так і допоміжних установ, санаторіїв, тощо. Аналогічна ситуація спостерігається і щодо недостатньої кількості та застарілого обладнання для обслуговування.

Беручи до уваги результати SWOT аналізу можна визначити найбільш значущі фактори впливу, які доцільно згрупувати у декілька базових груп, при цьому розглядаючи як внутрішні, так і зовнішні (рис. 1). Виокремлюючи дані фактори впливу, було виділено внутрішні фактори, які мають вплив на взаємодію в середині одного госпітального округу та зовнішні – фактори, що впливають на діяльність госпітального округу на рівні держави та інших госпітальних округів.

Отже, до внутрішні факторів віднесено:

1. Інфраструктурні – стан та якість наявної інфраструктури закладів в межах одного госпітального округу (рівень морального та фізичного зношення обладнання, можливості обладнання, забезпеченість медикаментами та матеріалами, резервні потужності, кількість місць в закладах, тощо).

2. Економічні – забезпеченість закладів фінансовими ресурсами, наявні економічні ресурси, запаси тощо (обсяг заборгованості, рівень залежності від зовнішнього фінансування, можливість залучати інвестиції).

3. Інноваційні – фактори, які визначають стан інновацій та можливості співпраці в даній сфері (інновації в управлінні, персоналі, наявність інноваційного обладнання).



Рис. 1. Внутрішні та зовнішні фактори впливу на діяльність та взаємодію закладів охорони здоров'я в межах госпітального округу

Джерело: розроблено автором

4. Організаційні – сукупність факторів, що мають вплив на організаційне забезпечення госпітального округу, оптимальність апарату управління закладів, тощо (рівень кваліфікованості персоналу, стратегія розвитку закладів та її відповідність стратегії розвитку госпітального округу, продуктивність праці, організаційна структура).

Стосовно зовнішніх факторів, до найбільш вагомих віднесено: науково технічні – науковий потенціал, інновації у сфері медичних технологій, тощо.; географічні – розташування закладів в межах одного госпітального округу та близькість розташування з іншими закладами в інших госпітальних округах, рівень забезпечення природними ресурсами (водні, енерго, інші природні ресурси); економічні – рівень економічного розвитку держави, темпи та динаміка макроекономічних показників, рівень доходів населення, тощо.; соціальні – рівень освіченості населення, соціальна забезпеченість, співвідношення вікових груп

населення і т.д.; державна політика – розвиненість нормативно-правової бази та організаційного забезпечення галузі, стратегія розвитку охорони здоров'я, обраний вектор міжнародної політики.

У підсумку зазначимо, що на даному етапі можна спостерігати активне впровадження заходів в межах медичної реформи, одним із інноваційних рішень є створення госпітальних округів, основною метою яких є покращення існуючої інфраструктури, доступність якісних медичних послуг та покращення системи охорони здоров'я загалом. Цілком зрозуміло, що доволі складно оцінити ефективність даного рішення, оскільки госпітальні округи діють лише в деяких регіонах. Однак, вже сьогодні ми можемо окреслити фактори, які впливатимуть на їх функціонування та взаємодію в майбутньому. Цілком зрозуміло, що дане трактування факторів може бути доопрацьоване в ході впровадження госпітальних округів у всіх без винятку регіонах держави, а також за результатами перших декількох років функціонування, що також, на нашу думку, є одним із перспективних напрямів дослідження.

Список використаних джерел

1. Експерти розвіяли страхи українців щодо госпітальних округів: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zik.ua/news/2017/04/10/eksperty_rozvilyaly_strahy_ukraintsiv_shchodo_gospitalnyh_okrugiv_1077099.
2. Конституція України. Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
3. Попченко Т. Щодо пріоритетних напрямів вдосконалення вітчизняної сфери охорони здоров'я / Т. Попченко // Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень при Президентові України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old2.niss.gov.ua/articles/480>.

Химич І.Г.,

к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Химич О.І.,

лікар анестезіолог

Комунального неприбуткового підприємства «Центр легеневих захворювань»

СВІТОВА ПАНДЕМІЯ: ЧАС ДЛЯ ПРОКРАСТИНАЦІЇ ЧИ АКТИВНИХ ДІЙ ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ ЖИТТЯ

Досконалість – не дія, а звичка.

(Аристотель)

Світ завжди змінювався, змінюється й на далі змінюватиметься. Уставлені порядки звичайного життя існують, проте, все ж таки вони мають властивість адаптовуватися під ті видозміни, що викликані часовою необхідністю власне зміни самого життя ... Стабільність – це свого роду всього лише певна ілюзія. Взагалі, потрібно розуміти, що зміни виступають невід'ємним та необхідним атрибутом для подальшого розвитку як в житті кожної окремої людини, так і життя людей в цілому. Самі по собі зміни не є чимось негативним, це всього-на-всього звичайний процес розвитку життя в усіх його проявах та сферах в загальному.

Коронавірус, що з'явився наприкінці 2019 р. змусив багатьох людей «зупинити» звичний темп життя, а в деяких – взагалі кардинально змінив звичайний та спланований життєвий хід. На цьому просторі подій дуже чітко проглядаються ознаки прокрастинації [1], що виникла в більшості із незрозумілості ситуації: «що робити далі?», «як бути взагалі?», «яким чином діяти?» тощо. Такі питання засіли в головах багатьох людей, і чіткої відповіді на них не спроможний надати ніхто. Адже, як такого «плану життя» просто не існує. Проте, які б часи не були, завжди існували можливості, що полягають, перш за все, в розвитку самого себе. Варто відмітити, що сама по собі прокрастинація нічого поганого не несе для здорової психоемоційної людини. Адже, відомо, що й цілком нормальна людина потребує час від часу певного

перепочинку, а також переосмислення власного життя, власної справи, власних інтересів, власних життєвих цілей тощо. Це абсолютно нормальна річ в людському житті.

Потрібно зауважити, що здорова, з точки зору медицини, людина завжди знаходить можливості для власного саморозвитку, не дивлячись на життєві умови та перипетії, що їй випадають. Адже, в сучасному світі все на скільки часто й швидко змінюється, що інколи втрачається пильність за ходом подій.

В загальному, процес діяльності людини можна зобразити наступним чином: 1) звичайна діяльність на роботі (відповідно до отриманої кваліфікації), здійснення певних обов'язків вдома (ремонт житла, покупка продуктів, готування страв, прибирання тощо), присвячення часу для себе (читання книг, малювання картин, спорт, кулінарія тощо); 2) зупинка або деяка «точка перепочинку», що виникла в житті людини однозначно, але лише як певний вид тимчасового перепочинку. Тому, варто пам'ятати, що продовження власного способу життя з деякими внесеними корективами.

Це узагальнені етапи звичайного життя нормальної здорової людини. Але іноді трапляється так, що ця третя складова може довгий час не розпочинатися, тобто «життєвий перепочинок» затягується і, як наслідок, призводить до загальної бездіяльності. Отже, варто зауважити, що прокрастинація повинна бути в житті людини однозначно, але лише як певний вид тимчасового перепочинку. Тому, варто пам'ятати, що якщо вона переростає в довготривалий життєвий етап, що характеризується бездіяльністю та повною втратою власних інтересів, то цю проблему вже необхідно доручити вирішувати фахівцям.

Література:

1. Джейн Б.Б., Ленора М.Ю. Прокрастинація. Чому ви вдаєтеся до неї і що можна зробити із цим вже сьогодні. Перекл. з англ. Ксеніслава Крапки. Львів: Видавництво Старого Лева, 2018. 400 с.

ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ

Tsiomka O.M.,

student of the Oleksandr Dovzhenko Hlukhiv National Pedagogical University

LITERARY WORK OF F. SCOTT FITZGERALD AND IDEOLOGICAL AND AESTHETIC FEATURES OF THE LITERATURE OF 'LOST GENERATION'

The beginning of the twentieth century was marked by the tragedy of incredible magnitude for all mankind. The First World War (1914–1918) took the lives of millions and left even more disabled. It was also a disaster that the souls of an entire generation that participated in this war collapsed without any opportunity to return to normal life even when terrible battle ended. These people later were called «lost generation».

The First World War destroyed not only millions of lives, but also the simplest understanding of what is good and what is bad, moral principles were depreciated. Instead, there was devastation, despair, hopelessness, a vanity of hope. The consequence of this was the emergence of a new generation of «lost generation», and later literature works about it.

The writers of the «lost generation» went through the war and so they reflected in their works: tragic world view of people who lost their high ideals, lost the romantic notion of military virtues and the falsity of propaganda and the futility of war. The works of representatives of «lost generation» literature described the tragic stories of young people who fought for a better life and then failed to find their place in the hypocritical soulless world. These writers were Manuel Joaquim Dos Passos, Ernest Hemingway, Francis Scott Key Fitzgerald, Edward Godfree Aldington, Erich Paul Remark. The new post-war reality strongly influenced the worldview of people. Reality demanded to seek other, alternative forms of reflection, previously unknown, a new understanding of the present life. Frustration, the collapse of hope, the time of the «lost generation» became the topic for many novels of the time.

Prominent and dissimilar writers were united by a new feature of early twentieth-century literature. In their works they rethought the global problems of the century from a philosophical and artistic point of view in an appropriate form. The unifying principle in the novels was a general ideological and aesthetic pathos – exposure and condemnation of the reckless, useless war.

One of these writers was the Francis Scott Key Fitzgerald, who entered the history of world literature with the excellent novel about American life of the 20-30's of the XX th century.

Some literary critics, such as Andrew Turnbull and Arthur Meisner analyzing Fitzgerald's work, acknowledge that the writer was able to portray many aspects of the consequences of the terrible shocks that the «lost generation» experienced – a world war, an economic crisis and as a result the loss of illusions about the «American Dream».

Fitzgerald often «immerses» the romantic hero with reality. T. Denysova and M. Mendelsohn, A. Horbunov, and M. Koreneva and other researchers wrote about it. Fitzgerald, unlike the romantic writers, portrays the loneliness of a man, his alienation from society, based not only on personal, but also on social understanding. In his works Fitzgerald mixed romantic and realistic tendencies of perception and reflection of the reality. His work belongs to a «romantic realism».

He was the first in the US literature to feel and embody the tragic contradictions of the «jazz age» in his work. Historical insight allowed him to be the first to raise the topic of «lost generation» in the US literature. Fitzgerald himself wrote: *«We are a generation without happiness, without a homeland, without forgiveness... our love is cruel, our youth knows no youth... So, we are a generation without God, because we are a generation without preferences, without the past, without recognition...»* [2].

In Fitzgerald's early works dating back to the early 1920s, such as the novel «The Beautiful and Damned» (1922) and «Tales of the Jazz Age» (1922) the critical perception of reality is not so noticeable, it manifests itself more ironically in the stories. The novel «This Side of Paradise» (1920) brought Fitzgerald literary success. It depicts the wild and rich life, spiritual unrest of young people – the writer's contemporaries.

In the novel «The Beautiful and Damned» which was published in 1922, the author continues the cross-cutting theme of the spiritual crisis in America after the First World War. The characters of the novel are representatives of the «lost generation» who, in their dreams, wanted to reach higher positions in society.

The novel «The Great Gatsby» was one of the highest achievements of American literature of the twentieth century. It revealed clearly two features of Fitzgerald's talent – pathos, emotional tension of romance and sharp, even satirical realist view. The writer ruins the «American dream» – one of the most popular at the time the bourgeois social and ethical myths by which even a simple boy can reach the heights of society through honesty and hard work.

In the character of the main hero – Jay Gatsby – the writer managed to achieve an amazing harmony in depicting the impermanence of the dream and its inevitable collapse. The main motives of the work are to counter the enormous material wealth and spiritual devastation of those who own them.

The main idea of Fitzgerald's works is a psychological twist caused by historical, social processes (world war, economic crisis, loss of faith in the «American way of life»), and therefore tragic world view due to the loss of illusions.

Thus, Fitzgerald's work is embedded in the paradigm of «lost generation» literature. In his works, he portrays his world, and his characters have the same world. Like any great writer, he is entitled to it, because what such a creator sees is always a reflection of certain important events in reality. Fitzgerald's works are full of tragedy that overwhelms the world in his lifetime. The atmosphere of despair and helplessness affects consciousness and leads to the presentation of realities on the pages of works.

Fitzgerald is a writer who perfectly reproduces reality, successfully conveying the atmosphere, moods and experiences of his era. His works are still attract the reader's attention to the relevance of their topics and affect the souls of modern people.

REFERENCES

1. Davydenko H. Y. Istorii zarubizhnoi literatury XX stolittia. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 2007. 504 s. [In Ukrainian].
2. Denysova T. N. Istorii amerykanskoj literatury. Kyiv: Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 2012. 487 s. [In Ukrainian].
3. Zasurskiy Ya. N. Amerykanskaia lyteratura XX veka. Moskva.: Yzd-vo MHU, 1984. 503 s. [In Russian].
4. Prykhodko L. I. Spolokhy pivnichnoho siaiva. Vyvchennia tvorchosti F. S. Fitsdzheralda u shkoli. *Zarubizhna literatura v navchalnykh zakladakh Ukrainy*. 2004. №6. S. 17–22. [In Ukrainian].

Лучкевич В.В.,
к.пед.н, доцент кафедри романської філології та компаративістики,
Косовська М.А.,
студентка другого курсу навчально-наукового інституту іноземних мов.

Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І. Франка

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНОРОМАНСЬКОГО ЛЕКСИЧНОГО ФОНДУ

Словниковий склад мови є віддзеркаленням соціального, економічного, культурного розвитку будь-якої країни, а мова, своєю чергою, реагує на різні історичні, культурні, економічні зміни у суспільстві. Відтак поняття мови і народу є тісно пов'язаними і неможливими один без одного. В цьому контексті слід наголосити, що мова є одночасно рухомою та стабільною, оскільки у ній з одного боку відображаються суспільні зрушення, економічний розвиток, культурне піднесення, а з іншого – до її основного лексичного фонду входять слова, які визначаються стійкістю і загальноживваністю впродовж століть.

Відтак, основна частина лексики романських мов є спільною, оскільки вони виникли на базі латини. Про це свідчать різні етимологічні дослідження видатних вчених-романістів різних історичних періодів (Р. Будагов, В. Гак, Ф. Діц, В. Меєр-Любке та ін.). Науковцями встановлено, що кількість слів, успадкованими романськими мовами з латини, досягає 2 000 – 2 500 одиниць без урахування похідних слів та складних утворень вже власне романського походження. Зокрема із 6 700 слів, що зареєстровані в етимологічному словнику В. Меєр-Любке 1300 (18%) – загальнороманські, 3 900 (60%) – збереглися у деяких романських мовах і 1 500 (22%) – тільки в одній окремій романській мові. Загалом латинський елемент в основному словниковому складі кожної романської мови має досить високий рівень, складаючи близько 43% [1; 2].

Слід зауважити, що збереження латинської лексики в романських мовах залежить від її приналежності до певних лексико-граматичних класів. Так, прийменники, сполучники, прислівники романських є, у переважній більшості, латинського походження. Без суттєвих модифікацій збереглися займенники, числівники, прикметники та дієслова. Найбільше ж змін зазнали іменники, утворення яких відбувалося здебільшого за словотвірними законами кожної окремої романської мови або ж за посередництва крайн-сусідів, що проявилось у запозиченні різних лексичних одиниць.

Відмітимо, що до лексичних одиниць, які сформували загальнороманський фонд, ввійшли не тільки слова класичної латини. Здебільшого – це народнолатинські новотвори, які також зазнавали змін на різних історичних етапах. Зміни у словниковому складі народної латини, такі як стилістичний перерозподіл лексики, переосмислення, іншомовні запозичення зумовлені низкою інтра- та екстралінгвістичних факторів.

До інтралінгвістичних факторів належить: усунення архаїчних лексичних одиниць, перехід від абстрактних значень деяких слів до конкретних і навпаки, утворення нових фразеологічних зворотів з дієсловами *facere* і *habere*, широке вживання відіменних дієслів, стилістичний перерозподіл лексики, розширення вживання простонародних слів, семантичні зміни слів: звуження, розширення та переніс значення, збагачення лексики за рахунок власних словотворчих ресурсів.

Екстралінгвістичними факторами є: зумовленість розвитку лексики історичними, соціально-економічними та культурними змінами в Римській державі, диференціація лексики по провінціях, історичні контакти з іншими народами.

Література

1. Алісова Т.Б., Репина Т.А., Таривердиева М.А. Введение в романскую филологию. – М.: Высшая школа, 2007. – 453 с.
2. Зинкевич А. В. Введение в романскую филологию: курс лекций [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://kateosia.by.ru/texty/vvedvromzink2.pdf> (дата звернення: 08.06.2020)

*Маняца Марія Сергіївна,
аспірант,*

*Науковий керівник: Літвіняк Олександра Володимирівна,
канд. філол. наук, доцент кафедри перекладознавства
та контрастивної лінгвістики ім. Григорія Кочура.*

Львівський національний університет ім. І.Франка

TRANSLATION OF UKRAINIAN TOURIST WEBSITES INTO ENGLISH: A MULTIMODAL PERSPECTIVE

The 21st century is considered a digital era and the Internet has become the primary source of information for millions of people. In the situation when millions of people stay at home, the Internet has become a central means of education, work, and a source of leisure activities that form an important part of our life. Such conditions also greatly influence tourism. Nowadays, travelling has shifted into an online mode more than ever before — numerous tourism agencies, resorts, researchers, tour guides, experienced travellers, and bloggers share the information about hundreds of tourist destinations and services, tell interesting stories, and show marvellous places. Taking into account that we are surrounded by mostly multimodal content (information is presented through the combination of verbal, aural, and visual channels), an analysis of translations of Ukrainian tourist websites into English for their multimodality seems especially relevant.

According to Kress & van Leeuwen, multimodality refers to the interplay between different representational modes, for instance, between images and written/spoken word. Some other examples of modes are font choice and colour, video, and even the interactions between them. All these elements are quite obvious in modern websites, not only being a kind of “addition” to please the eyes of readers, but inseparable meaningful constituents of message creating. Kress & van Leeuwen have long ago stated one should not treat different modes as strictly separate elements with their tasks. Instead, the information presented through various modes is combined into a single unity with all the elements contributing to the overall understanding of the message conveyed. This feature of multimodality greatly influences the process of translation

The purpose of our investigation is to analyse a range of Ukrainian tourist websites that present some interesting information about Ukraine and are translated into English. The object of the study was the multimodality of Ukrainian websites for tourists, whereas the rendering of multimodal content in translation is the subject of the research.

Content of 117 web pages within 3 websites (ua.igotoworld.com, ukrainer.net, and discover-uzhhorod.com) was examined and compared with English translations. Figure 1 shows the distribution of web pages between the analyzed websites.

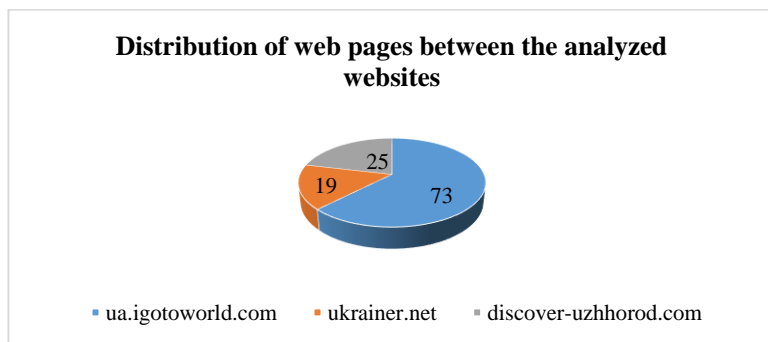


Figure 1

The following modes were used on these web sites: verbal (text), auidial (audio guide), and visual (video and images). IGoToWorld Guide predominantly uses the combination of text and images, the creators of the Ukrainer project creatively combine text, images, and videos, whereas the highlight of Discover Uzhhorod project is an audio guide, that can easily be downloaded and listened whenever comfortable.

Considering the issue of keeping context multimodal, we figured out that multimodality was preserved in 82 cases out of 117 (70%) which proves that the translators involved do understand the importance of careful rendering of all the nuances. Web pages that contain only text and images seem the easiest to translate. However, the analysis has shown that the corresponding website demonstrated most of the failures to keep content multimodal. Namely, all 25 analyzed web pages with the audio guide are characterized by a full correspondence of both Ukrainian and English versions with audio files presented and downloadable in 2 languages. 19 web pages with text, images, and videos were also translated into English with the account of all the elements. Although the videos are not dubbed (as it is a complicated process), English subtitles are provided. At the same time, 38 (52%) out of 73 web pages within the IGoToWorld Guide are multimodal after translation, whereas 35 pages were characterized by the absence of some multimodal elements (either pictures or text).

One of the analyzed web pages draws our special attention by a captivating title of the blog article (“49 reasons you shouldn’t visit Ukraine”), the idea the author seeks to render, and the structure of the article. It is composed in such a way that a piece of text (a reason to reject the idea of visiting Ukraine) is followed by a photo that completely contradicts the text. Each photo corresponds to some specific place in Ukraine. This scheme is repeated 49 times for all the 49 reasons claimed in the title. Following the author’s ideas, the reader understands that “49 reasons you shouldn’t visit Ukraine” turn into “49 reasons you SHOULD visit Ukraine” through text and image interaction. In this case, the translator managed to keep the article multimodal and make the author’s idea understandable for an English-speaking reader. If the pictures were not included in the translated version of the web page, the whole idea would be ruined and the content of the article would make a negative impression on its readers.

We revealed that the verbal element of websites interacts with images, videos, and audio recordings. They constitute an important part to consider during translation. Some of the failures to keep the content multimodal do not significantly influence the readers’ reception. Yet, the described case shows that the successful translation of the article depends on the rendering of all the elements, because in some instances they might convey even more meaning than the text does.

Молчанова І.В.,

*Викладач Центру підготовки іноземних громадян
Запорізького державного медичного університету*

НОВІТНІ МЕТОДИ ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

Питання методики викладання української мови іноземним студентам у вищих навчальних закладах Східної Європи є наразі дуже актуальним питанням, бо має багато невіршених проблем.

Українська мова сьогодні є не просто частиною культури іноземних громадян, які здобувають вищу освіту в українських вищих навчальних закладах, але це і запорука успіху майбутньої кар’єри студентів. Досягнення високого рівня володіння українською мовою не можливе без фундаментальної мовної підготовки у вищій школі. Складна ситуація викладання української мови іноземним громадянам у нашій державі вимальовується досить виразно. Не говорити про неї — означає не помічати нагальної проблеми, яка існуватиме до тих пір, поки у вищих навчальних закладах не буде перебудована методика навчання студентів української мови як іноземної.

Методика викладання української мови як іноземної – це самостійна педагогічна наука, що досліджує теоретичні й практичні закономірності процесу викладання української мови як іноземної в різних умовах. Методика викладання української мови як наука досліджує процес навчання української мови, розкриває закономірності засвоєння різних сторін мови, визначає і вмотивує засоби передачі знань студентам, прагне віднайти шляхи найбільш результативного навчання, зокрема визначити мету

викладання мови, обґрунтувати принципи навчання з урахуванням закономірностей засвоєння фонетики, лексики, граматики, правопису тощо, вмотивувати найекономніші і найефективніші методи й прийоми навчання, вчити виявляти недоліки у викладанні і долати їх [1, с. 53].

Загально дидактичні й методичні вимоги ставляться до заняття з української мови для іноземних громадян як до основної організаційної одиниці навчального процесу. До нього ставляться ті ж загально дидактичні й методичні вимоги, що й до всього навчального процесу. В такому занятті синтезуються закономірності навчання, органічно взаємодіють цілі, зміст і методи.

Розглянемо вимоги до заняття з української мови для іноземних громадян, що випливають з цілей, змісту та технологій навчання цього предмету у вищому навчальному закладі.

1. Мовленнєва спрямованість. Визначення мовленнєвої діяльності як основного об'єкта навчання передбачає формування чотирьох видів цієї діяльності — слухання, говоріння, читання, письмо на занятті з української мови як іноземної.

Для досягнення таких цілей необхідна, по-перше, практична орієнтація заняття, тобто переважання вправ у спілкуванні над повідомленням знань та їх осмисленням. Кожне заняття повинно мати конкретні практичні цілі, спрямовані на формування мовленнєвих навичок та вмінь. По-друге, мовленнєва спрямованість заняття означає комунікативний характер вправ. Такі вправи, як переклад, складання речень за зразком, переказ тексту тощо мають бути підпорядковані комунікативним цілям. Комунікативна направленість — це завжди мовленнєва діяльність у нових ситуаціях з певною метою. Комунікативна атмосфера повинна пронизувати все заняття, починаючи з повідомлення викладачем завдань його і закінчуючи підсумком заняття, коли оцінюється робота студентів, наголошуючи на їх досягненнях саме в оволодінні комунікацією.

2. Українська мова як іноземна — мета і засіб навчання. Мовлення викладача українською мовою виконує дві важливі функції. По-перше, воно використовується для організації викладачем навчання та виховання на занятті. Тому воно повинно бути виразним, переконливим, грамотним, економним. По-друге, мовлення викладача української мови на відміну від викладачів інших предметів є засобом навчання, тобто стимулом, що спонукає до мовлення. Тому воно має бути зразковим, або нормативним; автентичним, тобто саме так сказав би у даній ситуації носій мови; адаптивним, тобто повинно відповідати можливостям та мовленнєвому досвіду студентів-іноземців; різноманітним за засобами вираження думки.

Створення іншомовної атмосфери на занятті має стати одним із завдань викладача. Мовлення викладача не повинно займати більше 10% часу заняття. Решта часу відводиться мовленню студентів.

3. Комплексність. Ця особливість заняття зумовлена природою мовлення: у мовленні всі види діяльності взаємодіють, сприяють формуванню один одного. Отже, всі аспекти мови — фонетичний, лексичний, граматичний — вивчаються у взаємозв'язку. Так, кожна доза мовного матеріалу повинна опрацьовуватись у всіх видах мовленнєвої діяльності. Наприклад, засвоюючи структуру активного граматичного мінімуму, необхідно передбачити вправи у вживанні та розумінні цього явища в усіх видах мовленнєвої діяльності.

4. Висока активність розумово-мовленнєвої діяльності студентів-іноземців. Ефективність заняття визначається ступенем розумово-мовленнєвої активності іноземних студентів. Завдання викладача полягає у залученні їх до активної внутрішньої розумової та зовнішньої мовленнєвої діяльності і підтриманні її протягом заняття. До факторів, що стимулюють розумово-мовленнєву діяльність, відносяться: використання змістовного та інформативного навчального матеріалу, що відповідає інтелектуальному розвитку студентів; постановка цілей, які спонукають студентів до вирішення комунікативних завдань, до висловлювання власних думок; застосування прийомів навчання, що дають можливість кожному студенту брати безпосередню участь у мовленнєвій діяльності та максимально збільшують їх активний час на занятті (самостійна робота, колективні форми навчання тощо).

5. Різноманітність форм роботи студентів. Вимога різноманітності форм роботи є особливо важливою для навчання усного мовлення, адже на відміну від аудіювання і читання, які легко організувати як синхронну діяльність, усне мовлення потребує взаємних контактів, які й повинен забезпечити викладач на занятті української мови як іноземної.

Особливий ефект туг дає поєднання індивідуальних форм роботи з колективними. До індивідуальних форм відносять роботу у фронтальному режимі, опитування окремих студентів тощо. Колективні форми роботи охоплюють колективно-масове тренування в парах без змін або із зміною партнерів.

6. Мотиваційне забезпечення навчальної діяльності. Мотивація, під якою розуміють спонукальні сили до вивчення української мови іноземними студентами, зумовлена об'єктивним світом іноземного громадянина. Вона визначається його власним бажанням, пристрастями, особистісною зацікавленістю у навчанні. На занятті української мови мотивація забезпечується рядом факторів. По-перше, матеріал, що використовується на занятті, має бути цікавим. По-друге, прийоми роботи з навчальним матеріалом повинні приваблювати студентів. Цьому сприяють колективні фактори роботи, де студент відчуває себе суб'єктом спілкування, рольові ігри, що ставлять його у життєву ситуацію, проблемні завдання до вправ, які сприяють інтелектуальному розвитку студента. По-третє, студент повинен усвідомлювати рівень своєї успішності у вивченні української мови, бо це викликає задоволення собою, відчуття прогресу студента. По-четверте, на мотивацію навчання позитивно впливає сприятливий психологічний клімат на занятті. Атмосфера спокійної врівноваженості, взаємної довіри, відчуття рівноправності, партнерства у спілкуванні викликає у студентів-іноземців задоволення від навчального процесу, бажання брати в ньому участь [2, с. 27].

Література:

1. Кочан І. М. Словник-довідник з методики викладання української мови. — Львів: Видав. центр Львівського ун-ту (вид. друге, доповнене і перероблене). — 2005. — 340 с.
2. Кочан І. М. Контрольні завдання з методики викладання української мови. — Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. — 59 с.

Осадців Г.Т.,

студентка кафедри хореографії та мистецтвознавства.

Науковий керівник: Бубела Р.І.,

Викладач кафедри української та іноземних мов.

Львівський державний університет фізичної культури імені І.Боберського

«МОВЛЕННЄВА РОЗМИНКА» ЯК ІНТЕРАКТИВНИЙ МЕТОД У ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Однією з проблем, які ніколи не втрачають своєї актуальності в межах методики викладання іноземних мов, зокрема у вищій школі, є підвищення якості навчання. Шляхи вирішення цієї проблеми варіюються від застосування сучасних методів і підходів, розробки навчально-методичних матеріалів з урахуванням потреб студентів, використання новітніх технологій до створення сприятливого емоційного клімату навчання та стимулювання мотивації тощо. При цьому важливою умовою досягнення високих результатів є активізація розумової та мовленнєвої діяльності тих, хто навчається. Одним з ефективних методів такої активізації є інтерактивне навчання – це такий вид діяльності, що передбачає взаємодію студента з навчальним середовищем, яке слугує джерелом засвоюваного ним досвіду [1, с. 7]. Інтерактивні технології сприяють засвоєнню матеріалу, оскільки впливають на свідомість студента, на його почуття та волю, формують творчу особистість, що здатна доцільно й ефективно застосовувати набуті знання, уміння й навички у практичній діяльності в будь-якій сфері суспільного життя, сприяють взаємодії та партнерству між викладачем і студентами, розширюють пізнавальні можливості студентів. До того ж, серед переваг інтерактивного навчання слід відзначити й залучення до роботи усіх студентів, формування вміння працювати у команді, вироблення доброзичливого ставлення до опонента, можливість висловлювати власну думку, уміння аргументувати свою думку, знаходити альтернативне рішення проблеми.

Метою статті є розглянути мовленнєву розминку як один з дієвих інтерактивних методів стимулювання студентів до заняття з іноземної мови, запропонувати деякі різновиди завдань для мовленнєвої розминки.

Без сумніву, планування заняття не є простим завданням, особливо у тому випадку, коли потрібно представити нову тему. Саме початок заняття надає великі можливості для підвищення його ефективності

в цілому. Ми вважаємо, що заняття найкраще починати з мовленнєвої розминки. Необхідно зосередити увагу студентів на темі розмови, дати їм можливість уважно слухати один одного і одночасно думати про те, як би вони самі відповіли на питання. Така розминка створює мовленнєву атмосферу, сприяє залученню всіх студентів до спілкування, стимулює до особистісно-орієнтованої комунікації.

Для того, щоб забезпечити ефективність такої розминки, завдання, за пропонуються студентам, повинні відповідати таким вимогам:

- короткочасність – з огляду на свою підготовчу природу розминка є відносно обмеженою в часі. Так, на практичному занятті у ВНЗ мовленнєва розминка, на нашу думку, може займати від п'яти до п'ятнадцяти хвилин;

- посильність/доступність – мовленнєва розминка має відповідати рівню сформованості комунікативної компетентності студентів, адже непомірно складне завдання може негативно вплинути на мотивацію, спричинити втрату впевненості в собі та зниження активності на занятті;

- цікавість і оригінальність – як уже було сказано, використання захопливих, нестандартних завдань підвищує ймовірність виникнення в студентів зацікавленості, позитивної мотивації, бажання навчатися;

На думку дослідників, різновид роботи, з якої починають заняття, є дуже важливим і заслуговує значно більше уваги. Мовленнєву розминку слід використовувати з багатьох причин.

- По-перше, мовленнєва розминка задає тон заняттю.
- Мовленнєва розминка змушує студентів почати думати і зосередитися на іноземній мові.
- Активізує мовну діяльність з метою збереження образів в довготривалій пам'яті на основі нових ситуацій;
- Добре продумані мовленнєві розминки допомагають логічно перейти до головної теми заняття.
- До того ж, викладач на основі мовленнєвої розминки на початку заняття може оцінити ситуацію та атмосферу в аудиторії.

- Мовленнєву розминку можна проводити як для активізації комунікативних навичок та вмінь, так і для удосконалення та закріплення граматичних явищ іноземної мови.

Існує безліч способів проведення мовленнєвої розминки, які можна використовувати для студентів різного рівня знань іноземної мови. Нижче наводимо деякі різновиди вправ, які викладач може використовувати як мовленнєву розминку.

- **Brainstorm** (Мозковий штурм). Викладач подає тему заняття. Студенти повинні сказати якомога більше речень, пов'язаних з цією темою. Мета вправи – виявити активний словник, розвинути комунікативні навички.

- **Question of the Day** (Питання дня). Викладач задає кілька запитань. Студенти повинні підготувати на них відповіді.

- **Yesterday** (Учора). Студенти утворюють речення різного типу (розповідні, питальні, заперечні) зі словом *yesterday*. Така вправа тренує Минулий неозначений час англійської мови.

- **Describe the Picture** (Опиши картину чи фото). Викладач демонструє перед групою картину чи фото. Студенти по черзі наводять по одному реченню, не повторюючи один одного, таким чином, щоб утворити логічно побудований текст. Для ускладнення завдання можна цю вправу проводити у парі. Студент А отримує картинку і описує її студенту В. Своєю чергою студент В повинен за описом студента А намалювати картинку, при цьому може задавати питання по картинці. Виграє та команда, картинка якої найбільш схожа на оригінал.

- **Can't Say Yes or No** (Не кажи Так чи Ні). Студенти задають один одному запитання. Єдине правило до проведення цієї вправи – не можна відповідати на запитання словами «Так» чи «Ні». Така вправа змушує думати і відповідати повними реченнями.

- **Broken Telephone** (Зламаний телефон). Ця вправа пов'язана з удосконаленням слухових навичок. Один студент придумує речення і говорить його пошепки сусіду по парті, і так далі. Кожен студент може лише один раз попросити повторити речення. Коли речення доходить до останнього студента, він повинен вимовити його у голос. Часто повідомлення є абсолютно інше, аніж те, яке було задумане на початку гри [3; 4].

- **The Question Game** (Гра-Запитання). Цей різновид мовленнєвої розминки спрямований на удосконалення навичок утворення питальних речень на різні граматичні явища, наприклад, *Have you ever* – запитання, *Do/Does* – запитання, запитання з елементом умовності, запитання у непрякій мові тощо.

• **Describe the Word to a Partner** (Опиши слово партнеру). Студенти по черзі задумують якесь слово до заданої теми і пояснюють його по-англійськи. Інші студенти повинні відгадати його.

• **Word association.** Вправа для того щоб переключитись на англійську мову і зпригадати та попрактикувати лексику. Ви називаєте слово, наприклад, “babysitter”, а задача вашого студента — назвати свою асоціацію з цим словом, и так по черзі. Наприклад: baby – children – crib – childcare – kid-friendly...

• **Taboo** (Табу) – гра на відгадування слів. Студенти описують якесь слово іншим студентам, не вживаючи так звані слова-табу, тобто слова, які безпосередньо пов'язані із задуманим словом. Наприклад, якщо задумане слово “roof”, то не можна при поясненні цього слова вживати слова “swim”, “water”, “bathing”, тощо.

• **Snow avalanche.** Перший студент звучує речення, про те що він робив вчора, наступний – повторює фразу наступного і додає свою фразу або речення. Таким чином, останньому студентіві доводиться розказувати цілу історію. Принцип наростання і накопичення, завдяки цьому принципу зручноповторювати лексику (в результаті запам'ятовують навіть ті хто вдома не вивчив).

• **Name as many as you can.** За допомогою цієї вправи можна пропрацювати швидкість мислення у студентів в стресовій ситуації. Завдання студента — назвати як можна більше слів за хвилину на певну тему і не збитись. Завдання дуже веселе саме через ліміт часу і може добре розворушити студента на все заняття.

• **Mini-Debates** (Міні-дебати). Назва вправи говорить сама за себе. Викладач пропонує якесь суперечливе твердження. Студенти повинні вести між собою дебати, відстоюючи свою точку зору, чому вони погоджуються чи не погоджуються.

• **Correction.** Напишіть на дошці речення, яке містить кілька помилок, і дозвольте студентам знайти та виправити помилки. Ця розминка можна адаптувати до різного рівня складності (збільшивши кількість помилок) і відповідно до вивченої теми.

• **Synonyms / Antonyms** (Синоніми / Антоніми) – вправа на розширення словникового запасу синонімічного та антонімічного класу. Викладач пропонує якесь слово. Студенти повинні назвати якомога більше слів, подібних чи протилежних за значенням [2].

Зважаючи на запропоновані вище різновиди мовленнєвої розминки, можна зробити висновок, що такі вправи без сумніву дають великі можливості для підвищення ефективності та інтересу на заняттях в академічних групах будь-якого рівня знань. Вони зосереджують увагу студентів на темі розмови, дають можливість уважно слухати один одного і одночасно думати про те, як самому відповісти на питання. І йдеться лише про «один» метод інтерактивного навчання студентів – мовленнєву розминку. А таких методів, які сприяють якісному і результативному рівню володіння іноземною мовою, існує чимало, що є темою наших наступних досліджень.

Література:

1. Пометун О., Пироженко Л. Сучасний урок. Інтерактивні технології навчання. – К.: А.С.К., 2005. – С. 192.
2. ESL Warm Up Activities For Adults / Режим доступу: <http://www.businessenglishresources.com/>
3. 11 no-prep warm up activities / Режим доступу: <http://www.eslgamebox.com/no-prep-warm-up-activities/>
4. Warm Up Activities / Режим доступу: www.betterlanguageteaching.com/

Скидан М.С.,

аспірант кафедри української мови

Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди

СПІВІДНЕСЕНІСТЬ ДИСКУРСИВНОГО ТА РЕАЛЬНОГО ХРОНОТОПУ

Питання про взаємодію та співвіднесеність реальних часу і простору з їхнім художнім втіленням неодноразово стало предметом досліджень багатьох науковців.

Про це свого часу зазначав М. Бахтін у роботі «Вопросы литературы и эстетики»: «У літературно-художньому хронотопі має місце злиття просторових і часових прикмет у конкретне ціле. Час тут

«згущується, ущільнюється, стає художньо зрілим» простір інтенсифікується, втягується в рух часу, сюжету, історії» [1:235].

Дослідження М. Бахтіна про час і простір започаткували актуальність цієї теми, і до сьогодні ця тема активно досліджується і вивчається. М. Бахтіну належить термін “хронотоп”, який активно вживають дослідники, аналізуючи художній твір. Під *хронотопом* М. Бахтін розумів взаємозв'язок часових і просторових відношень, які художньо засвоєні в літературі. Цей термін М. Бахтін переніс із теорії відносності Ейнштейна в літературознавство майже як метафору, оскільки вченому важливо було показати нерозривність і взаємовплив категорій часу і простору («час як четвертий вимір простору») [1:234].

Мовні засоби вираження часу не збігаються повністю з відомими в традиційній граматиці. Це ширший граматико-контекстуальний комплекс засобів, направлений на виконання єдиної дискурсивної функції. Дискурсивний (текстовий) час забезпечується функціонуванням засобів, що належать до різних рівнів мови. До них належать, у першу чергу, граматичні форми дієслова, прислівники часу, прийменникові і безприйменикові конструкції іменників із темпоральною семантикою [2:77].

На рівні вислову і на мікрорівні дискурсу ці засоби, з одного боку, діють у рамках граматико-контекстуальних комплексів різнорівневих засобів, що виконують єдину функцію у висловлюванні. На макрорівні ці комплекси співвідносяться один з одним у межах темпоральної структури дискурсу. Послідовність темпоральних комплексів – один із найважливіших засобів забезпечення зв'язності тексту, відношень проспекції і ретроспекції в дискурсі [3].

Більше того, часові форми дієслова поза текстом – лише потенційно співвіднесені з реальним часом. Тільки у дискурсі часові форми утворюють послідовність, співвідносну з реальною послідовністю подій (*я пишу і пишу я вчора лист*).

Дискурсивний час – це позначення часової співвіднесеності реальних подій, сприйнятих через емоційні стани, в тексті або в усному дискурсі. У лінгвістиці часто часові відношення називають *темпоральністю*, щоб показати відмінність від часу реального. *Темпоральність* – це абсолютний час, який показує стан дії, що позначається предикатом на осі дискурсивного часу (питання *КОЛИ?*). Крім цього виділяють відношення *аспектуальності*: внутрішнього часу дієслівної дії, його тимчасового розподілу (питання *ЯК?*). Аспектуальність пов'язана з видом і способом дієслова. Контекстуальні маркери аспектуальності такі: *часто, рідко, двічі, одного разу, ніколи* тощо. Третє відношення – *такис*, або відносний час (питання *ПЕРЕД ЧИМ, ПІСЛЯ ЧОГО?*). Такисні маркери включають синтаксичні засоби (додаткові зі сполучниками *після того як* і тому подібне), форми перфекта, плюсквамперфекта тощо.

Загалом вираження темпоральних, аспектуальних і такисних відношень властиве всім мовам, засоби цього вираження ідіоетнічні.

Якщо реальний час одновимірний (тимчасова вісь, одновимірний часовий континуум, координати, точка відліку), то дискурсивний час може бути *багатовимірним* у художній літературі, в першу чергу. У спогадах, мріях людина може линути вперед і повертатися назад, навіть зупиняти час (*Зупинися, мить!*) – це властивість перцептивного часу. У перцептивному (емотивному, психологічному) плані можливе уповільнення і прискорення перебігу часу. Дискурсивний час також може *сповільнюватися* і *прискорюватися*. Дискурсивний час, таким чином, на відміну від реального, наділений властивістю *зворотності*.

Художній час не лише відбиває реальний, фізичний час, а завжди представлений у творі в чимусь сприйнятті. Психологічна зумовленість художнього часу полягає в тому, що поза суб'єктом, який сприймає, він не існує.

Література:

1. Бахтин М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных литератур / М. Бахтин. – М. : Художественная литература, 1975. – 504 с.
2. Кашкин В. Б. Грамматика поэтического дискурса и перевод / В. Б. Кашкин // *Studia Germanica et Romanica* : Иноземні мови. Зарубіжна література. Методика викладання. – 2004. – Том I. – № 3. – С. 71–81.
3. Кашкин В. Б. Сопоставительные исследования дискурса / В. Б. Кашкин // *Концептуальное пространство языка*. – Тамбов : ТГУ, 2005. – С. 337–353.

Скидан Я.А.,

аспірант кафедри української мови

Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди

МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ СЛОВО В ПОЕЗІЇ В. СЛАПЧУКА

Предметом нашого наукового інтересу стала поезія Василя Слалчука, зокрема вираження концепту *слово* у віршах цього автора. Аналізуючи тексти, не можна не помітити численних образів, пов'язаних із війною. І не випадково, адже В. Слалчук – учасник Афганської війни, солдат, який, захищаючи побратимів, утратив можливість ходити. Страшні картини війни, які довелося пережити поетові, не могли не позначитися на його творах.

Зв'язок творчості із біографією митця досліджувало чимало науковців (Г. Винокур, Ю. Лотман, Г. Сивокін, Є. Пасічник та ін.), однак беззаперечним є те, що середовище й умови існування, життєвий досвід того чи того літератора є невід'ємним чинником ушвиу на формування думок автора і ключем до розуміння його творів. Так, професор Г. М. Сивокін переконаний, що творчість письменника чи поета слід розглядати «у зв'язку з особою творця» [3, с. 29], а на думку літературознавця Є. А. Пасічника, коментар до творів знаходиться в житті й діяльності автора [2, с. 186].

Зовнішні події та внутрішні переживання знайшли відображення в поетичних рядках В. Слалчука, зокрема в концепті *слово*. Поняття «концепт» було предметом вивчення багатьох як зарубіжних (Л. Талмі, Дж. Лакофф, С. Аскольдов, В. Маслова та ін.), так і вітчизняних лінгвістів (А. Загнітко, Л. Лисиченко, О. Селіванова, М. Скаб та ін.). На думку М. В. Скаб, концепт є абстрактною одиницею ментального рівня, яка відбиває зміст результатів людського пізнання [4, с. 5-6], а за твердженням В. В. Жайворонка, «слово-концепт – вмістилице узагальненого культурного смислу (сенсу)» [1, 10].

Концепт *слово* належить до базових і давно привертає увагу вітчизняних науковців, серед яких Н. Мех, Ю. Гладир, І. Фаріон, Н. Касьяненко та ін. Проте малодослідженим у такому руслі залишається творчість В. Слалчука, що й зумовило актуальність цього У поезії В. Слалчука концепт *слово* є віддзеркаленням світогляду митця і відображенням тієї дійсності, яку пережив сам автор, тож не дивно, що в поетичній збірці із промовистою назвою «Як довго ця війна тривала» ліричний герой так само, як і його автор, є учасником бойових дій і виконує роль ретранслятора думок і переживань митця. Так, у циклі віршів «Стежкою війни» поет доходить висновку про те, що на війні краще за всілякі слова – зброя, і, послуговуючись засобом персоніфікації, втілює що думку в такому рядку: *слово взяв мій кулемет...* [6, 97]. Разом із тим ліричного героя не полишає слово ані в бою, ані між боями, воно ніби стає його alter ego. У поезії В. Слалчука *слово* набуває символічного значення єднання, згуртованості, моці: *Ми... // словом сковані одним... // Перемогли* [6, 11-12]. Однак після поранення, перебуваючи на межі життя і смерті, ліричний герой спустошений: *А я без слова на устах, // Я на носилках, я в бинтах...* [6, 29].

Для В. Слалчука, складається враження, життя поділено на два періоди: до поранення і після, що яскраво відбивається в поезії. Пострілом і кулею автор вимірює час, а слово стає для поета мірилом відстані: *Моя любов до людей при'ята // на відстані кинутого слова, // котра значно довша, // аніж відстань польоту кулі...* [5, 94]

У поетичній збірці «Німа зозуля», що побачила світ у післявоєнний період, автор продовжує говорити про слово, вдаючись до антропоморфізації цього образу-символу: *Вклякнули заповіді Божі, // одна в жалобі...* [5, 46] Ніби повторюючи відомий сталий вислів «Усе зі слова почалось...», поет мислить далі: *Щось перед словом ще було...* [5, 16] Однак воїн, що постійно перебуває в межовій ситуації, не має змоги, як і будь-хто інший, осягнути Промислу Божого: *Війна до війна сувора, // Не доживеш, не договориш, // Як всадить кулю тобі в лоб...* [5, 16].

Окрім власне метафори, поет вдається до використання метафоричних епітетів (*коротке металеве слово* [5, 46]) і порівнянь (*Словом кинула із праці, // Наче каменем...* [5, 54]), що допомагає яскравіше змалювати й точніше передати концепт *слово*. Цікавим також видається зображення антитетичної пари СЛОВО-МОВЧАННЯ, як-от: *Оголовив мовчання...* [5, 57]; *Німий осколок фрази...* [5, 76]; Сопе мовчанням автомат... [6, 37] та ін.

Отже, одним із провідних базових концептів у мовотворчості В. Слапчука є концепт слово, мовне вираження якого досягається шляхом метафоризації, епітетизації образу, а також за допомогою порівняння й антитези.

Література:

1. Жайворонок В. Українська етнолінгвістика : Нариси : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.]. – К. : Довіра, 2007. – 262 с.
2. Пасічник Є. А. Методика викладання української літератури в середніх навчальних закладах : навч. посібн. для студ. вищ. закл. освіти. – К. : Ленвіт, 2000. – 384 с.
3. Сивокінь Г. «Самотождність письменника» як методологічна пропозиція // Самотождність письменника. До методології сучасного літературознавства. – К. : Укр. кн., 1999. – С. 29-30.
4. Скаб М. В. Концептуалізація сакральної сфери в українській мові : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». – К., 2009. – 36 с.
5. Слапчук В. Д. Німа зозуля. – Дрогобич: Видавнича фірма «ВІДРОДЖЕННЯ», 1994. – 114 с.
6. Слапчук В. Д. Як довго ця війна тривала. – Луцьк: Редакційно-видавничий відділ Волинського облуправління по пресі, 1991. – 128 с.

ЮРИДИЧНІ НАУКИ

Гринберг О.С.,

*курсант 3-го курсу факультету
підготовки фахівців для органів досудового розслідування
Науковий керівник: Бублик Н.С.,*

*Старший викладач кафедри кримінального процесу факультету
підготовки фахівців для органів досудового розслідування.*

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНСТИТУТУ ЗАТРИМАННЯ ОСОБИ

Відповідно до ч. 2 ст.176 Кримінального процесуального кодексу (далі – КПК) України, затримання визначається законодавцем як тимчасовий запобіжний захід [1, ст.176]. Однак, таке визначення поняття є занадто вузьким для розуміння його сутності. Тому, надання дефініції «затримання» покладається на вчених.

Враховуючи думки різних вчених та позицію Конституційного Суду України щодо визначення досліджуваного поняття, можна зробити висновок, що в кримінальному процесуальному законодавстві термін «затримання особи» позначає тимчасовий запобіжний кримінально-процесуальний захід, при провадженні якого обмежується право на свободу та особисту недоторканність особи [2], що застосовується на підставах та в порядку, встановлених кримінальним процесуальним законодавством; провадиться уповноваженими на те особами задля доставлення підозрюваної особи органам влади, забезпечення виконання покладених на затриману особу процесуальних обов'язків, та запобігання спробам переховуватися від органів, які здійснюють досудове розслідування або суду, сховати, спотворити або знищити об'єкти матеріального світу, які мають істотне значення для з'ясування обставин кримінального правопорушення, незаконно впливати на інших учасників кримінального процесу, перешкоджати кримінальному провадженню в інший спосіб; вчинити інше кримінальне правопорушення, чи продовжити кримінальне правопорушення, у якому підозрюється, обвинувачується особа.

Дежкі науковці досі ведуть дискусію щодо того, кримінальне процесуальне затримання є одним із видів запобіжного заходу чи самостійною слідчою дією. Однак зміст затримання, який складають запобігання ухиленню підозрюваного, обвинуваченого від слідства і суду, припинення його злочинної діяльності,

запобігання фальсифікації ним доказів, підтверджує те, що затримання є заходом забезпечення кримінального провадження. Таку думку підтримує більшість вчених, які досліджували дане питання. [3, 167].

На думку Гончаренка В.Г., кримінальне процесуальне законодавство України встановлює п'ять видів затримання осіб, які мають однаковий процесуальний статус, однак відрізняються між собою за підставами, умовами, суб'єктами, строками та порядком [4, с.146]:

- затримання підозрюваного, обвинуваченого, іншого учасника кримінального провадження задля забезпечення приводу їх для участі у процесуальних діях під час досудового розслідування або судового розгляду, якщо їх участь у проведенні цих дій є обов'язковою і вони не з'явилися без поважних причин на виклик слідчого або суду (ст. ст. 139, 140 та 187–191КПК України);

- затримання підозрюваного, обвинуваченого за ухвалою слідчого судді, суду, задля забезпечення прибуття особи для розгляду клопотання про застосування запобіжного заходу (ст. ст. 187, 204 КПК України);

- законне затримання (кожним кожного) в точно встановлених законом випадках без ухвали слідчого судді, суду (ст. 207 КПК України);

- затримання без ухвали слідчого судді, суду уповноваженою службовою особою в точно встановлених законом випадках (ст. 208 КПК України);

- затримання народних депутатів, суддів та інших осіб, визначених ст. 480 КПК України [5, с.12].

Однак, чинний КПК України не надає нам повного визначення поняття «уповноважена службова особа» як суб'єкта, який здійснює затримання, на відміну від КПК 1960 року.

В теорії публічного права службовою вважається та особа, наділена певними владними повноваженнями. У відповідності до ч.6 ст.191 та ч.3 ст.207 КПК України уповноваженою службовою особою в контексті затримання визначається особа, якій законом надано право провадити затримання [1]. Однак, таке визначення є занадто вузьким і потребує більш детального тлумачення.

Водночас, відсутність врегулювання досліджуваного питання, спровокувала в науці появу різноманітних підходів щодо визначення осіб, які вправі здійснювати затримання. До того ж деякі науковці дотримуються думки, що слідчий та прокурор за КПК України не відносяться до кола зазначених осіб та не мають права безпосередньо здійснювати затримання, оскільки у правових нормах, які закріплюють процесуальний статус слідчого та прокурора, не зазначається їх право на проведення затримання. Проте вони можуть звертатися до суду з клопотанням щодо необхідності затримати певну особу, тобто вони виступають в ролі ініціатора затримання [4, с.84].

Більшість вчених підтримують підхід, за яким уповноваженою службовою особою, яка може провадити затримання підозрюваного або обвинуваченого, є працівник будь-якого правоохоронного органу України (співробітники органів внутрішніх справ, співробітники органів прокуратури, співробітники Державної фіскальної служби, співробітники Служби безпеки України, співробітники органів Державної пенітенціарної служби, співробітники органів Державної митної служби, співробітники органів Державної прикордонної служби, співробітники Національного антикорупційного бюро України), за умови, що право на затримання йому надане відповідним законом. Слідчі та прокурори також можуть провадити затримання, якщо вони здійснюють затримання згідно з ч.1 ст. 208 КПК [4, с.89].

Враховуючи положення ст. 519 КПК України, за певних умов уповноваженими службовими особами можуть виступати керівники дипломатичного представництва чи консульської установи, капітан судна України. Однак, якщо перераховані особи виступають в ролі потерпілого, то роль уповноваженої на затримання службової особи переходить до іншої службової особи.

Отже, процесуальне затримання, не зважаючи на все ще існуючі наукові дискусії щодо його правової природи, визначається тимчасовим заходом забезпечення кримінального провадження, яке пов'язане з обмеженням свободи пересування та недоторканості особи. Науковці виділяють декілька видів затримання, які застосовуються за різних умов, на різних підставах та різними суб'єктами.

Так, ст. 207 КПК України надає можливість будь-якому очевидцю затримати особу, яка на його очах вчинила кримінальне правопорушення. Однак, законодавець виокремлює затримання особи вчинене без відповідної ухвали суду уповноваженою службовою особою.

Таким чином, відповідно до правової доктрини, уповноваженою службовою особою визнається співробітник правоохоронного органу, право на затримання особи якому надано законом, керівники дипломатичних, консульських установ, капітани суден України та інші уповноважені на те особи.

Список використаної літератури:

1. Кримінальний процесуальний кодекс України : закон України від 13.04.2012 р. № 4651-VI. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4651-17#n3854> (дата звернення: 03.06.2020).
2. Рішення Конституційного Суду України від 26.06.2003 р. № 12-рп/2003. URL : <http://www.ccu.gov.ua/docs/479> (дата звернення: 03.06.2020).
3. Лобойко Л. М. Кримінальний процес : підручник. К. : Істина, 2014. 432 с.
4. Никоненко М. Я. Уповноважена службова особа, яка вправі здійснити затримання у кримінальному процесі. Юридична наука. 2014. №9. С. 83-90. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/jnn_2014_9_13 (дата звернення: 03.06.2020).
5. Гончаренко В. Г. Правові питання затримання особи в кримінальному провадженні . Часопис Академії адвокатури України. 2014. №2(23). С.11-14. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chaau_2014_7_2_3 (дата звернення: 03.06.2020).

Гудіна Я.І.,

слухач магістратури юридичного факультету,

Науковий керівник: Снок О.С.,

к.ю.н., доцент кафедри кримінально-правових дисциплін.

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КРИМІНАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА
ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО**

Конституція України, в статті 3, проголошує, що «...Людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю» [1].

Законом України «Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України з метою реалізації положень Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами» від 06 грудня 2017 року КК України було доповнено ст. 126¹ «Домашнє насильство», яким є умисне систематичне вчинення фізичного, психологічного або економічного насильства щодо подружжя чи колишнього подружжя або іншої особи, з якою винний перебуває (перебував) у сімейних або близьких відносинах, що призводить до фізичних або психологічних страждань, розладів здоров'я, втрати працездатності, емоційної залежності або погіршення якості життя потерпілої особи [2].

Необхідність прийняття даного Закону України законодавець вбачав у тому, що упродовж останніх тридцяти років домашнє насильство стало привертати все більше уваги з боку міжнародної спільноти, що в свою чергу позначилося прийняттям міжнародних нормативно-правових актів щодо запобігання насильству відносно жінок, та домашньому насильству в цілому. Таким чином, відбулося ухвалення Конвенції ООН про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок в 1979 р.; Декларації ООН про викорінення насильства щодо жінок в 1993 р.; Міжамериканської конвенції про запобігання, покарання і викорінення насильства щодо жінок в 1994 р.; Пекінської декларації в 1995 р.; Протоколу про права жінок в Африці до Африканської хартії прав людини і народів в 2003 р.; Плану дій від 1995 р., Рекомендації Res (2002) Комітету державам-членам Ради Європи про захист жінок від насильства від 2002 р.; Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами (далі - Конвенція) [3].

Відповідно до ст. 3 (b) Конвенції «домашнє насильство» означає всі акти фізичного, сексуального, психологічного або економічного насильства, які відбуваються в лоні сім'ї чи в межах місця проживання або між колишніми чи теперішніми подружжями або партнерами, незалежно від того, чи проживає правопорушник у тому самому місці, що й жертва, чи ні або незалежно від того, чи проживав правопорушник у тому самому місці, що й жертва, чи ні [4]. В пояснювальній доповіді до Конвенції

визначено, що «... домашнє насильство з боку інтимних партнерів охоплює фізичне, сексуальне, психологічне чи економічне насильство з боку теперішніх чи колишніх чоловіка чи дружини, теперішніх чи колишніх партнерів. Домашнє насильство між поколіннями охоплює фізичне, сексуальне, психологічне й економічне насильство з боку особи до своєї дитини, батька чи матері (жорстоке поводження з особами похилого віку) або насильство в стосунках між будь-якими іншими двома чи декількома членами сім'ї різних поколінь...» [5].

Відповідно до положень ст. 1 Закону України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» «економічне насильство» - форма домашнього насильства, що включає умисне позбавлення житла, їжі, одягу, іншого майна, коштів чи документів або можливості користуватися ними, залишення без догляду чи піклування, перешкоджання в отриманні необхідних послуг з лікування чи реабілітації, заборону працювати, примушування до праці, заборону навчатися та інші правопорушення економічного характеру; «психологічне насильство» - форма домашнього насильства, що включає словесні образи, погрози, у тому числі щодо третіх осіб, приниження, переслідування, залякування, інші діяння, спрямовані на обмеження волевиявлення особи, контроль у репродуктивній сфері, якщо такі дії або бездіяльність викликали у постраждалої особи побоювання за свою безпеку чи безпеку третіх осіб, спричинили емоційну невпевненість, нездатність захистити себе або завдали шкоди психічному здоров'ю особи; «сексуальне насильство» - форма домашнього насильства, що включає будь-які діяння сексуального характеру, вчинені стосовно повнолітньої особи без її згоди або стосовно дитини незалежно від її згоди, або в присутності дитини, примушування до акту сексуального характеру з третьою особою, а також інші правопорушення проти статевої свободи чи статевої недоторканості особи, у тому числі вчинені стосовно дитини або в її присутності; «фізичне насильство» - форма домашнього насильства, що включає ляпаси, стусани, штовхання, щипання, шмагання, кусання, а також незаконне позбавлення волі, нанесення побоев, мордування, заподіяння тілесних ушкоджень різного ступеня тяжкості, залишення в небезпеці, ненадання допомоги особі, яка перебуває в небезпечному для життя стані, заподіяння смерті, вчинення інших правопорушень насильницького характеру [6].

Дудоров О. О. та Хавронюк М. І. звертають увагу, що заподіяння удару, побоев, мордування, тілесних ушкоджень різного ступеня тяжкості, залишення в небезпеці, ненадання допомоги особі, яка перебуває в небезпечному для життя стані, незаконне позбавлення волі, заподіяння смерті, жорстоке поводження, інші подібні діяння насильницького характеру, якщо їх вчинено систематично, також є фізичним насильством в розумінні ст. 126¹, але вони, зокрема і тоді, коли їх вчинено не систематично, потребують додаткової кваліфікації за статтями 121, 122, 125, 126, 135, 136, 146, 115, 120 або іншими КК України; примушування до аборту чи стерилізації вимагає додаткової кваліфікації за частинами 2 або 4 ст. 134 КК України; економічне насильство, в деяких випадках, також потребує додаткової кваліфікації за статтями 150, 150¹, 164, 165, 166, 167, 304 КК України [7].

Санкція ст. 126¹ КК України визначає альтернативний перелік покарань, які можуть бути застосовані судом до особи, яка вчинила домашнє насильство. Зокрема, це громадські роботи на строк від ста п'ятдесяти до двохсот сорока годин, або арешт на строк до шести місяців, або обмеження волі на строк до п'яти років, або позбавлення волі на строк до двох років.

Слід також зазначити, що КПК України, по ст. 126¹ КК України, передбачає кримінальне провадження у формі приватного обвинувачення, яке може бути розпочате слідчим, прокурором лише на підставі заяви потерпілого. Таким чином, відповідно до Глави 36 КПК України, потерпілий має право подати до слідчого, прокурора, іншої службової особи органу, уповноваженого на початок досудового розслідування, заяву про вчинення кримінального правопорушення протягом строку давності притягнення до кримінальної відповідальності за вчинення певного кримінального правопорушення. При цьому, відшкодування шкоди потерпілому у кримінальному провадженні у формі приватного обвинувачення може відбуватися на підставі угоди про примирення або без неї.

Отже, відповідальність за домашнє насильство, встановлена чинним законом про кримінальну відповідальність, заснована на положеннях міжнародних нормативно-правових актів, основну роль з яких відіграє Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами. Прояви домашнього насильства можуть бути різними та торкатися фактично

будь-якої сфери життя потерпілої особи. Процедура захисту прав і свобод потерпілого від домашнього насильства визначена КПК України та ЗУ «Про запобігання та протидію домашньому насильству».

Література:

1. Конституція України : Закон України від 28.06.1996 р., № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/254k/96-вр> (дата звернення: 01.06.2020).
2. Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України з метою реалізації положень Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами : Закон України від 06.12.2017 р., № 2227-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2227-19#n41> (дата звернення: 02.06.2020).
3. Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України з метою реалізації положень Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами : Пояснювальна записка до проекту Закону України від 02.11.2016 р. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=59648 (дата звернення: 02.06.2020).
4. Про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами : Конвенція Ради Європи від 18.12.1979 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_207 (дата звернення: 03.06.2020).
5. Про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами : Пояснювальна доповідь до Конвенції Ради Європи від 11.05.2011 р. URL: <https://tm.coe.int/1680093d9e> (дата звернення: 04.06.2020).
6. Про запобігання та протидію домашньому насильству : Закон України від 07.12.2017 р., № 2229-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2229-19> (дата звернення: 02.06.2020).
7. Дудоров О.О., Хавронюк М.І. Відповідальність за домашнє насильство і насильство за ознакою статі : науково-практичний коментар новел Кримінального кодексу України / за ред. М. І. Хавронюка. К.: Ваіте, 2019. 288 с.

*Лазарева Я.А.,
курсант КР-931 факультету підготовки
фахівців для підрозділів кримінальної поліції,
Науковий керівник: Мислива Оксана Олегівна,
к.ю. н., доцент кафедри тактико-спеціальної підготовки
факультету підготовки фахівців для підрозділів превентивної діяльності.
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ*

АВТОФІКСАЦІЯ ДОРОЖНЬО-ТРАНСПОРТНИХ ПРИГОД В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

З кожним роком в Україні фіксується приріст випадків вчинення дорожньо-транспортної пригоди. В більшості вони закінчуються значними травмами, проте відсотків двадцять із загальної суми відводяться до летальних випадків. Недотримання правил дорожнього руху призводить до порушення основних прав людини на охорону державою її життя та здоров'я. Це пов'язано з багатьма чинниками, проте всіх їх поєднує недотримання законодавчо закріплених норм і стандартів у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху.

Задля запобігання порушенням правил дорожнього руху та належної фіксації доказів їх порушення для подальшого ефективного притягнення до адміністративної чи кримінальної відповідальності водія відповідного транспортного засобу в Україні з 2018 року активно запроваджується система їх автофіксації, а в червні 2020 року – ця подія отримала новий рівень вирішення [1].

Безперечно, автоматична фіксація порушень правил дорожнього руху є прогресивним засобом виявлення правопорушень і також ефективна з точки зору надання належних доказів у суді під час

розгляду справи про відповідальність водія, при цьому дає можливість значно знизити корупційні ризики під час накладення штрафів працівниками поліції.

У Києві та по всій Київській області було встановлено перші камери, згодом вони почали з'являтися й по всій території України. Окрім цього, на разі погоджено 41 місце для 58 камер автоматичної фіксації, котрі будуть встановлені у 12 областях. Про це повідомляє міністр інфраструктури Владислав Криклій на своїй сторінці у Facebook 4 червня 2020 року [2].

В свою чергу, Міністр внутрішніх справ Арсен Аваков повідомив, що до кінця року по всіх територіях України буде налаштовано та приведено в дію до 700 камер автоматичної фіксації [3]. Тобто, немає жодного сумніву, що камери будуть розташовані на всіх необхідних ділянках, у яких підвищений та зафіксований найбільший ризик вчинення правопорушень.

Заступник міністра внутрішніх справ Антон Геращенко повідомив, що основним завданням автоматичної фіксації порушень ПДР є істотне зменшення загибелі і травмування українців на дорогах [1]. Аргументуючи це тим, що 40% дорожньо-транспортних пригод ґрунтуються саме на перевищенні швидкості і цей захід є необхідним у вирішенні даної проблеми.

Важливо звернути увагу, що система налаштована лише на фіксацію випадків збільшення швидкості, але поступово в автоматичному режимі вводитимуть фіксацію й на низку інших правил дорожнього руху, наприклад: проїзд на заборонний сигнал регулювання дорожнього руху, порушення правил зупинки, стоянки, а також встановленої для транспортних засобів заборони рухатися по смузі для маршрутних транспортних засобів, по тротуарах або пішохідних доріжках, виїзд на смугу зустрічного руху [4].

Сама ж система, як було вже сказано, працює в автоматичному режимі, тому має доступ до бази даних і притягуватиме правопорушників до відповідальності завдяки ідентифікації номерного знаку транспортного засобу.

Оформлена постанова буде надана в електронному режимі (офіційні сайти МВС та Національної поліції), а також через пошту, яка буде доставлено за реєстрованим адресом правопорушника. Спосіб оплати штрафу досить легкий, адже це можна зробити і в онлайн – режимі – у електронному кабінеті водіїв, і в відповідних розроблених програмах, а також у банку.

Безумовно, це є позитивним чинником та фактором у роботі працівників поліції та забезпеченні дотримання всіх законодавчих вимог водіями. Водночас і ця система не позбавлена недоліків і після активізації роботи системи автофіксації порушень правил дорожнього руху значна кількість водіїв транспортних засобів зіткнулись із низкою нагальних проблем, пов'язаних із специфікою роботи відеокамер автоматичної фіксації.

Нажаль в Україні є однією з нагальних проблем, яка є приводом для поспішного вчинення дорожньо-транспортних пригоди є незадовільний стан доріг, а в деяких випадках, їх «повна відсутність», як таких, що можна визнати дорогами. У більшості випадків це є не лише причиною порушення правил дорожнього руху, а ще й чинником значного травматизму учасників дорожнього руху. Специфіка роботи автоматичної фіксації наразі не враховує проблем із автомобільними дорогами.

Наступним, що вартує уваги, це те, що за кермом автомобіля може знаходитися не його власник. Проте, в разі порушення правил дорожнього руху, штраф буде накладено саме на власника, якому в онлайн – режимі прийде повідомлення про обов'язковість виплати або після спливу терміну в 30–ть днів буде відкрито виконавче провадження не лише на транспортний засіб, а ще й на інше майно «правопорушника», який буде не в змозі ним користуватися та змушений оплатити штраф в двічі більший за попередній.

Враховуючи зазначене, ми вважаємо за доцільне підтримати наступні пропозиції щодо вдосконалення розглядуваних проблем. Необхідно:

- 1) доопрацювати систему автофіксації та врахувати наведені нами проблеми, з якими стикаються водії транспортних засобів та інші учасники дорожнього руху;
- 2) звернути увагу відповідних органів центральної та виконавчої влади на проведенні огляду та обстеження вулично-шляхової мережі з метою виявлення пошкодженого та негативного стану доріг і прийняття відповідних заходів задля виправлення всіх недоліків;
- 3) забезпечити безпечний стан експлуатації усіх ділянок дороги (вулиці).

Література:

1. Новини України та світу. Стаття «В Україні почала діяти система автофіксації порушень правил дорожнього руху: як працюють та кого будуть штрафувати» URL: <https://112.ua/glavnye-novosti/avtofiksaciya-pdd-v-ukraine-kogda-zarabotaet-i-kogo-budut-shtrafovat-537633.html> (дата звернення 10.06.2020)
2. Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України. В Україні уже погодили місця для 58 комплексів автофіксації порушень ПДР – Криклій. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3039164-v-ukraini-uze-pogodili-misca-dla-58-kompleksiv-avtofiksacii-porusen-pdr-krikljij.html> (дата звернення 10.06.2020)
3. BBC новини. Автофіксація порушень на дорогах та інші зміни у червні. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-52850458> (дата звернення 10.06.2020)
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про правила дорожнього руху», 1306-2001-п, від 20.05.2020, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1306-2001-%D0%BF> (дата звернення 10.06.2020)

Мешій М.С.,

*студент 2 курсу 1 групи фінансово-правового факультету
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого*

ЩОДО ОКРЕМИХ ПИТАНЬ ОХОРОНИ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ПІД ЧАС КАРАНТИНУ

Однією з причин недосконалого стану охорони праці в Україні під час карантину є відсутність нормативно-правового регулювання, що стосується вимог забезпечення працівників засобами індивідуального захисту (далі – ЗІЗ). На сьогодні уряд поступово послаблює або скасовує суворі обмеження щодо карантинних заходів, проте проблема своєчасного забезпечення працівників ЗІЗ досі є та буде актуальною.

З метою запобігання поширенню на території України хвороби COVID-19 затверджено Постанову КМУ від 11 березня 2020 р. № 211 «Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2» [1]. Протягом двох останніх місяців до вказаної постанови було внесено чимало змін, проте ми звернемося саме до її редакції від 25 березня 2020 року № 239. Зокрема, у пп. 3 п. 2 встановлено заборону на роботу суб'єктів господарювання. Водночас у Постанові йшлося про те, що окремі суб'єкти господарювання можуть проводити свою діяльність за умови, що відповідний персонал забезпечено ЗІЗ, а також дотримано відповідних санітарних і протиепідемічних заходів [2].

Дійсно, уряд зобов'язав забезпечувати персонал ЗІЗ, але не вказав, чий саме це обов'язок – самих працівників або роботодавця. У ч. 2 ст. 153 КЗпП України зазначено, що забезпечення безпечних і нешкідливих умов праці покладається на власника або уповноважений ним орган. Про заходи щодо охорони праці на підприємстві йдеться у ст. 161 КЗпП України, згідно з якою власник або уповноважений ним орган розробляє за участю професійних спілок і реалізує комплексні заходи щодо охорони праці відповідно до Закону України «Про охорону праці». Цей закон передбачає, що згідно з колективним договором роботодавця може додатково, понад установлені норми, видавати працівникам певні засоби індивідуального захисту, якщо фактичні умови праці цього працівника вимагають їх застосування [3]. Також ст. 163 КЗпП України покладає обов'язок так само на власника чи уповноважений ним орган організувати комплектування та утримання ЗІЗ відповідно до нормативних актів про охорону праці [4]. Отже, проаналізувавши нормативно-правові акти, можемо зазначити, що обов'язок видавати працівникам певні засоби індивідуального захисту покладається на власника або уповноваженого ним органу.

Окрім цього, звернімося до Наказу Мінсоцполітики від 29 листопада 2018 р. №1804 «Про затвердження Мінімальних вимог безпеки і охорони здоров'я при використанні працівниками засобів індивідуального захисту на робочому місці», який визначає ЗІЗ як усі засоби, що призначені для носіння й використання працівником із метою індивідуального захисту від одного або більше ризиків, які могли б становити загрозу безпеці й здоров'ю на роботі, а також будь-які пристосування, аксесуари чи змінні компоненти, призначені для цієї мети. У п. 1 розділу 2 вказано: для забезпечення безпеки та захисту здоров'я працівників роботодавць зобов'язаний забезпечити за свій рахунок придбання,

комплектування, видачу та утримання (забезпечення працездатності та належного гігієнічного стану). П. 14 наказу покладає на роботодавця обов'язок завчасно інформувати працівників про всі заходи, що треба вжити, щоб унеможливити працівників під час використання ЗІЗ на робочих місцях [5]. Таким чином, наказ вирішує низку питань щодо організації охорони праці на підприємстві шляхом видачі ЗІЗ працівникам.

Інша проблема, якої не вирішила Постанова КМУ № 211, полягає в тому, що вона не визначала чіткого обсягу ЗІЗ для працівників під час карантину. Для того, щоб дотримуватися правил карантину, потрібно мати чітке розуміння того, що мається на увазі під належним (достатнім) забезпеченням працівників ЗІЗ. Слід наголосити, що мова йде саме про працівників тих суб'єктів господарювання, чієї діяльності Постанова не забороняла. Наприклад, законодавство містить чіткі вимоги до ЗІЗ працівників, які виконують певні роботи із шкідливими й небезпечними умовами праці, а також роботи, що пов'язані із забрудненням, або ті, що здійснюються в несприятливих метеорологічних умовах. Цю сферу належним чином регулює «Положення про порядок забезпечення працівників спеціальним одягом, спеціальним взуттям та іншими засобами індивідуального захисту», затверджене Наказом від 24 березня 2008 №53 [6].

З огляду на це МОЗ України розробило Інформаційну довідку, у якій з метою інформування медичної спільноти та суб'єктів господарювання та населення України надає узагальнену інформацію щодо Державних стандартів України, нормативно-правових документів, які регулюють вимоги до засобів індивідуального захисту. [7]. Проте це лише узагальнена інформація. Тому, навіть попри такий перелік, незрозуміло, яким саме ЗІЗ має бути забезпечений працівник, яким вимогам вони повинні відповідати, як і хто повинен здійснювати контроль щодо зміни інших ЗІЗ? На ці та багато інших питань відповідь у законодавстві відсутня.

Насамкінець зазначимо, що події, які пов'язані з установами карантину, показали неготовність українського законодавства до появи такої небезпеки як COVID-19. Це призвело до чималих зловживань владою, непорозуміння і невизначеностей. Уникнути проблем, які виникли з відсутністю ЗІЗ під час карантину навіть у медичних працівників, може лише законодавець. На нашу думку, правовий механізм видачі ЗІЗ під час карантину для працівників, які продовжують виконувати свої трудові обов'язки на підприємстві, потребує перегляду і доповнення. У подальшому це сприятиме збереженню здоров'я як працівників підприємства, так і їхнього оточення.

Література:

1. Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, від 11.03.2020 р. № 211: Постанова Кабінету Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/211-2020-%D0%BF> (Дата звернення: 10.06.2020)
2. Про внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України від 25.03.2020 р. № 239: Постанова Кабінету Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/239-2020-%D0%BF#n9> (Дата звернення: 10.06.2020)
3. Про охорону праці: Закон України від 14.10.1992 р. № 2694-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2694-12>. (Дата звернення: 10.06.2020)
4. Кодекс законів про працю : Закон УРСР від 10 грудня 1971 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08> (Дата звернення: 10.06.2020)
5. Про затвердження Мінімальних вимог безпеки і охорони здоров'я при використанні працівниками засобів індивідуального захисту на робочому місці Наказ Міністерства соціальної політики від 29.11.2018 № 1804 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1494-18>
6. Положення про порядок забезпечення працівників спеціальним одягом, спеціальним взуттям та іншими засобами індивідуального захисту: Наказ Державного комітету України з промислової безпеки, охорони праці та гірничого нагляду від 24.03.2008 №53. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0446-08>
7. Інформаційна довідка щодо Державних стандартів України, які регулюють вимоги до засобів індивідуального захисту. URL: <https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/%D0%97%D0%86%D0%97%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8.pdf>

*Слєпова К.,
здобувач вищої освіти
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ
Шило І.В.,
викладач кафедри кримінально-правових дисциплін*

ВІДМЕЖУВАННЯ ЗАМАХУ НА ЗЛОЧИН ВІД ІНШИХ СТАДІЙ ВЧИНЕННЯ ЗЛОЧИНУ

Слово «стадія», за тлумачним словником української мови, означає певний момент, етап у розвитку - кого-, або чого-небудь, який має свої якісні особливості[1].

Стадіям злочину та кримінальній відповідальності за них присвячено більшість статей Розділу III чинного Кримінального Кодексу України. Поняття «стадій злочину» також зустрічається в ч. 4 ст. 29, ст. 31, ч. 1 ст. 68 КК України, таким чином закріплюючись як окремий інститут кримінального права.

Самі стадії вчинення злочину є певними етапами його здійснення, які мають істотні відмінності між собою за ступенем реалізації умислу, а саме характером діяння (дії або бездіяльності) та відповідним моментом його припинення.

Згідно з приписами КК України, існує вичерпна кількість стадій вчинення злочину, яка налічує три таких стадій: 1) стадія готування до злочину (ст. 14 ККУ); 2) стадія замаху на злочин (ст. 15 ККУ) та відповідно 3) закінчений злочин (ч. 1 ст. 13 ККУ). За своєю суттю стадії вчинення злочину умовно можна поділити на закінчений та незакінчений злочини. Усі ознаки «незакінченості» в такому випадку притаманні як замаху, так і готуванню до вчинення злочину. Диспозиції ж статей Особливої частини КК України закріплено склади саме закінчених злочинів.

Із закінченим злочином все доволі просто та зрозуміло: він є завершальною стадією вчинення злочину та поглинає усі попередні стадії вчинення злочину (замаху та готування), внаслідок чого вони не мають жодного значення для кваліфікації суспільно-небезпечного діяння. Виключенням є лише такі випадки, за яких стадія готування або замаху можуть створювати склад іншого злочину, передбаченого Особливою частиною КК України. У випадку із закінченим злочином винний повною мірою реалізував свій злочинний умисел та виконав усі діяння (дії чи бездіяльність), які утворюють об'єктивну сторону складу злочину.

Дефініцію «замаху на злочин» зазначено в ч.1 ст.15 Кримінального Кодексу України та визначає її як вчинення особою з прямим умислом діяння (дії або бездіяльності), безпосередньо спрямованого на вчинення злочину, передбаченого відповідною статтею Особливої частини Кримінального Кодексу України, якщо при цьому злочин не було доведено до кінця з причин, що не залежали від її волі[2]. Законодавець також виділяє поняття закінченого та незакінченого замаху на вчинення злочину, дефініцію яких прописує відповідно у ч.2 та ч.3 статті 15 чинного КК України, які відрізняються за тим критерієм, чи встигла особа вчинити усі дії, які вважала за необхідні для вчинення злочину, або ж, навпаки, не встигла.

Питання щодо відмежування стадій вчинення злочину одна від одної присвячено не один десяток наукових праць. Розроблена велика кількість певних доктринальних тлумачень та поглядів вчених на цю проблематику, але досить чітко з цього приводу висловився ще О. А. Герцензон, який наголосив що «найбільші складнощі в розмежуванні стадій злочину містяться у визначенні замаху»[3].

Спільною рисою, як для готування до злочину, так і для замаху на його вчинення, є те, що вищезгадані діяння спрямовані на вчинення закінченого суспільно-небезпечного діяння, яке має усі ознаки злочину. Розглядаючи об'єктивну сторону замаху на злочин і готування до його вчинення, можна сказати, що під час готування до вчинення злочину особа створює умови для вчинення злочину, а під час замаху на злочин вже безпосередньо вчиняє діяння, яке спрямоване на виконання злочинного умислу.

Відповідно до ч.1 ст. 14 Кримінального Кодексу України готування до злочину може мати свій прояв у таких формах, як: підшукування або пристосування засобів чи знарядь, підшукування співучасників або змова на вчинення злочину, усунення перешкод, а також інше умисне створення умов для вчинення злочину.

В той час як замах на вчинення злочину відрізняється від готування за суб'єктивними ознаками: особа вважає, що досягла найближчої безпосередньої мети, та спрямовує свої дії на виконання кінцевої мети.

Об'єктивно особа виконує хоча б одну з дій, які безпосередньо спрямовані на досягнення кінцевої мети. Прикладом може слугувати злочинний умисел на вбивство певної особи. Найближчою метою для злочинця буде створити умови, за яких можна буде здійснити свій кінцевий злочинний умисел (вбивство). Виконання мети щодо створення умов у даному випадку і буде мати ознаки готування до вчинення злочину, тоді як вчинення безпосередніх дій на виконання кінцевої мети (вбивства) – замахом на вчинення злочину.

Підсумовуючи усе вищезазначене, можна зазначити, що замах на злочин, незважаючи на сильну схожість з готуванням до його вчинення, все ж має ті ознаки, які дозволяють його ідентифікувати та відрізнити з-поміж інших стадій вчинення таких суспільно-небезпечних діянь як злочини. Основною з відмінностей між готуванням і замахом є те, що замах на злочин є початком виконання об'єктивної сторони «задуманого» злочину. Початком виконання об'єктивної сторони злочину в такому випадку необхідно вважати першу дію особи, спрямовану на досягнення кінцевої мети (уявного результату) вчинення самого злочину.

Список використаних джерел:

1. Бусел В.Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з додатками і доповненнями). – Київ, 2005. – 1328 с.;
2. Кримінальний кодекс України. Редакція від 28.04.2020. № 2341-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>;
3. Герцензон О. А. Кримінальне право: Загальна частина. Навчальний посібник для слухачів ВЮА. Москва, 1948. 352 с.

Шевченко Т.В.,
курсант 3-го курсу факультету підготовки фахівців для органів досудового розслідування,
Науковий керівник: Бублик Н.С.,
старший викладач кафедри кримінального процесу факультету підготовки фахівців для органів досудового розслідування.
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

ЕКСПЕРТИЗА, ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕТАП РОЗКРИТТЯ ЗЛОЧИНУ НА СТАДІЇ ДОСУДОВОГО РОЗСЛІДУВАННЯ

Серед причин низького рівня розкриття злочинів сьогодні можна відзначити недостатньо ефективне використання в доведенні результатів експертиз, неналежну їх оцінку. Одним з факторів, що породжують ці явища є прогалини законодавчого врегулювання проблем, пов'язаних з призначенням і проведенням експертиз, оцінкою результатів експертного дослідження. Недостатня розробленість основних теоретичних понять в кримінальному процесі накладає негативний відбиток на практичне застосування знань експерта в ході досудового розслідування. Ситуація, що склалася вимагає пошуку і застосування нових, досконаліших форм застосування спеціальних знань при призначенні експертизи, використанні її результатів при розкритті та розслідуванні кримінальних правопорушень.

Вчинення протиправних дій ще з давніх часів зумовило потребу у використанні спеціальних знань, які згодом стали називати експертизою, експертними дослідженнями, судовою експертизою, для розкриття та розслідування злочинів. За роки незалежності України експертиза стала одним із основних засобів і способів захисту прав та законних інтересів громадян у зв'язку з тим, що розкриття окремих злочинів взагалі неможливе без проведення експертних досліджень. А їх результати видавни використовують як засіб доказування у кримінальному провадженні.

Тож, судова експертиза – це дослідження на основі спеціальних знань у галузі науки, техніки, мистецтва, ремесла тощо об'єктів, явищ і процесів з метою надання висновку з питань, що є або будуть

предметом судового розгляд [1]. А також, можна сказати, що вона є найбільш кваліфікованою формою використання спеціальних знань у кримінальному судочинстві, за допомогою якої органи досудового розслідування, суду встановлюють фактичні дані, які неможливо встановити іншим шляхом та які мають істотне значення для з'ясування обставин кримінального провадження.

Також, слід зазначити, що кожне кримінальне провадження є індивідуальним, тому потребує використання різних галузей спеціальних знань. У зв'язку з цим, багато наукових діячів працювали над розширенням можливостей експертизи при розслідуванні кримінальних правопорушень та над доповненням переліку сфер та галузей, в яких можливе здійснення експертних досліджень, новими.

Однак, не дивлячись на шлях розвитку, який пройшов інститут проведення та призначення експертизи від давніх часів до тепер та рівень розвитку, якого він за цей час досяг, процесуальне забезпечення проведення експертиз досі залишається досить проблемним питанням та звертає на себе увагу багатьох науковців.

Також варто зазначити, що кримінальний процесуальний кодекс України передбачив перелік обов'язкових експертиз, без одержання результатів яких у певних випадках будь-яке кримінальне провадження як пізнавально-доказовий процес не може вважатися завершеним і виключає можливість прийняття підсумкового юридичного рішення. І не дивлячись на це, порядок призначення таких експертиз є ідентичним до порядку призначення інших експертиз та здійснюється за ухвалою слідчого судді. [2]

У багатьох європейських та інших країнах світу прослідковується тенденція щодо забезпечення принципу незалежності експерта шляхом запровадження приватної експертизи. Завдяки такому впровадженню, в повній мірі реалізується принцип змагальності у кримінальному провадженні. В цей час судово-експертна діяльність, пов'язана з проведенням криміналістичних, судово-медичних і судово-психіатричних експертиз в Україні здійснюється виключно державними спеціалізованими установами, що вказує на існування монополії держави на проведення судових експертиз. У зв'язку з цим, вважається за доцільне використати міжнародний досвід та запровадити в Україні інститут приватної експертизи. У свою чергу, це зменшить державні витрати, пов'язані з утриманням державних експертних установ, а також забезпечить можливість отримання результатів експертизи у менш короткі строки, що також є проблемним питанням у кримінальному провадженні у зв'язку з неможливістю забезпечити виконання принципу оперативності та швидкості розслідування слідчим кримінального провадження та потребує швидкого вирішення.

Отже, можна зробити висновок, що на сучасному етапі розвитку правничих наук, інститут призначення та проведення експертизи досяг певного успіху, однак науковцям ще слід докласти великих зусиль задля створення ідеального механізму дії даного інституту.

Література:

1. Про судову експертизу: Закон України від 25.02.1992 р. № 4038-XII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4038-12#Text> (дата звернення: 03.06.2020).

2. Кримінальний процесуальний кодекс України : закон України від 13.04.2012 р. № 4651-VI. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4651-17#n3854> (дата звернення: 03.06.2020).