

**ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»
СТУДЕНТСЬКЕ НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО
ВСЕУКРАЇНСЬКА ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ
СТУДЕНТІВ-ІНВАЛІДІВ «ГАУДЕАМУС»**

МОЛОДЬ: ОСВІТА, НАУКА, ДУХОВНІСТЬ

Тези доповідей

Третя Всеукраїнська студентська
наукова конференція

Київ 2007



*Рекомендовано до друку
Методичною радою Відкритого міжнародного університету
розвитку людини «Україна»
(Протокол 12 від 19 грудня 2006 р.)*

Організаційний комітет конференції:

Таланчук Петро Михайлович, Президент Університету «Україна», д.т.н.; **Кольченко Катерина Олегівна**, проректор з наукової роботи, к.т.н., Голова організаційного комітету; **Нікуліна Ганна Федорівна**, начальник управління науково-дослідної роботи, к.т.н., заступник Голови організаційного комітету; **Романенко Лариса Федорівна**, перший проректор, проректор з навчально-виховної роботи, д.е.н.; **Бебик Валерій Михайлович**, проректор з інформаційно-аналітичної роботи д.політ.н.; **Колосов Володимир Миколайович**, проректор з навчально-педагогічної роботи, к.т.н.; **Лучкань Валерій Олександрович**, проректор з розвитку та експлуатації матеріально-технічної бази; **Тюптя Лідія Тимофіївна**, начальник управління з навчально-виховної роботи, к.пед.н.; **Коляда Оксана Петрівна**, начальник управління стратегії економічного розвитку; **Барна Наталія Віталіївна**, декан факультету філології та масових комунікацій; **Білоусов Віктор Дмитрович**, декан факультету інженерних технологій, к.т.н.; **Коротєєва Антоніна Вікторівна**, декан факультету економіки і менеджменту, к.е.н.; **Сердюк Людмила Захарівна**, декан факультету соціальних технологій, к.психол.н.; **Черненко Оксана Дмитрівна**, декан факультету біомедичних технологій, к.б.н.; **Дика Вікторія Андріївна**, начальник відділу виховної роботи; **Мурза Віталій Петрович**, завідувач кафедри реабілітації, д.б.н.; **Павленко Віра Борисівна**, завідувач кафедри гуманітарних дисциплін, к.і.н.; **Ломачинська Ірина Миколаївна**, завідувач кафедри документознавства та інформаційної діяльності, к.філос.н.; **Карпенко Віталій Опанасович**, завідувач кафедри журналістики, к.філол.н.; **Сергійчук Зінаїда Олександрівна**, завідувач кафедри української мови та літератури, к.пед.н.; **Сидоренко Василь Павлович**, завідувач кафедри автомобільного транспорту, к.т.н.; **Адирхаєв Сослан Георгійович**, завідувач кафедри фізичного виховання, к.пед.н.; **Коляда Анастасія Костянтинівна**, президент студентського самоврядування; **Базяк Олена Володимирівна**, голова студентського наукового товариства Університету «Україна».

Молодь: освіта, наука: Тези доповідей.— К., Вид-во Університет «Україна», 2007.— 834 с.

У збірнику вміщено тези доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми навчання та виховання людей з особливими потребами», в яких відображено широке коло нагальних питань, пов'язаних з освітою, правовим статусом, адаптацією в суспільстві, професійною та фізичною реабілітацією людей з особливими потребами.

Розрахований на науковців, співробітників служб соціальної допомоги, а також на всіх, хто причетний до надання послуг людям з особливими потребами.

СЕКЦІЯ 1

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ПІДСЕКЦІЯ 1.1. ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ДОСЯГНЕННЯ

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗАКОНОДАВЧОЇ СИСТЕМИ

В. М. Курята

Рівненський інститут, економічний факультет,

II курс, група Ф-2, спеціальність «Фінанси»

Науковий керівник: М. Г. Олієвська, викладач

Поточні витрати громадян у середньому є меншими, ніж величина їхніх доходів, оскільки певні частку отриманих доходів населення заощаджує.

Найпоширенішими формами заощаджень є нагромадження у вигляді готівки, внески в банки, придбання нерухомості або цінних паперів.

Вважаємо, що особливу увагу заслуговують вкладення грошових активів у цінні папери, тому що це забезпечує відповідні майнові і немайнові права власника і є джерелом регулярного або одноразового доходу.

Регулювання ринку цінних паперів має на меті впорядкування всіх видів діяльності на фондовому ринку з метою узгодження інтересів його учасників.

Відповідно, державно-правове регулювання передбачає регулювання ринкових відносин щодо цінних паперів, яке здійснюється уповноваженими державними органами країни шляхом створення нормативно-правових актів, їх використання, встановлення контролю за дотриманням цих актів всіма суб'єктами ринку. Основні законодавчі акти: Закон України «Про цінні папери та фондову біржу» (1991 р.), Закон України «Про приватизаційні папери» (1992 р.), Закон України «Про банки і банківську діяльність» (1991 р.), Постанова Верховної Ради України «Концепція функціонування і розвитку фондового ринку України» (1995 р.), Закон України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні» (1996 р.), Закон України «Про національну депозитарну систему та особливості електронного обігу цінних паперів в Україні» (1997 р.).

Законодавча робота в першу чергу повинна бути спрямована на вирішення цілого кола проблем, що сьогодні існують у сфері правового забезпечення функціонування українського фондового ринку, які можна окреслити таким чином:

1. Законодавчі акти в цілому не мають необхідного ступеня деталізації, вони суперечливі, на їх змісті позначалась боротьба між собою різних державних органів і концепцій розвитку ринку цінних паперів.

2. Нормативна база, що спрямована на регулювання загального обігу цінних паперів, має великі прогалини, не охоплює найважливіші і найбільш делікатні області ринку цінних паперів (приблизно 50 відсотків нормативних актів пов'язані з державними цінними паперами та приватизацією).

3. Нормативна база у сфері фондового ринку не систематизована, не ведеться її облік, немає офіційних видань по цінних паперах.

4. Українське законодавство має ухил у напрямку регулювання формальної (реєстрації, ліцензування, атестації), а не змістової (достатність капіталів, попередження банкрутств) сторони діяльності суб'єктів фондового ринку.

5. Немає повноцінного забезпечення контрольного державних органів за застосуванням чинного законодавства у сфері фондового ринку, не нарощуються ресурси такого капіталу.

6. Безсистемне використання при розробці законодавчих актів різних іноземних та міжнародних правових стандартів і моделей, пов'язаних з ринком цінних паперів, загрожує в подальшому призвести до створення суперечливої і недосконалої системи правового регулювання фондового ринку.

7. Українська юридична термінологія у сфері цінних паперів часто не співпадає з міжнародною, що може спричинити колізії між вітчизняним та іноземним законодавством.

Таким чином, поступово в Україні створюється достатнє правове поле фінансової діяльності, яке базується на законодавчій базі та раціональному державному регулюванні, контролю в цій галузі економіки.

ДЕРЖАВНІ ФІНАНСИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

І. А. Гольонко

*Рівненський інститут, економічний факультет,
III курс, група О-3, спеціальність «Облік і аудит»
Науковий керівник: Н. М. Андрієнко, викладач*

Державні фінанси є основою економічного життя держави, розвитку її економіки, зростання матеріального добробуту населення. Наявність державних фінансів об'єктивно необхідністю розподілу і перерозподілу ВВП між верствами населення, підприємницькими структурами і окремими територіями.

В умовах демократії державні фінанси є основою економічної стабільності в державі і рівня життя громадян.

Фінанси виникли і тривалий час розвивалися як система мобілізації коштів, матеріальних і фінансових ресурсів для потреб правлячої еліти різних форм державних утворень і оборони певної території.

Фінанси — це продукт наявності держави і товарно-грошових відносин. Вони досягли свого найвищого розвитку в XIX ст., коли функції держави значно розширилися і удосконалились, а товарно-грошові відносини зайняли панівне становище ще в економічних системах.

Мобілізація і використання фінансових ресурсів дістають правовий ґрунт, стають об'єктом контролю з боку законодавчих структур. Дані про державні фінанси оприлюднюються.

Згодом розширюються межі державних фінансів. Держава стає власником великої кількості майна, цілих галузей економіки, землі, природних багатств. Вона бере на себе забезпечення ряду соціальних потреб населення. З державними фінансами практично стає пов'язаним кожний громадянин.

Фінансовий досвід є досить потужним знаряддям в руках державної влади.

Сьогодні фінанси слід розглядати насамперед як економічну категорію, що відображає сукупність відносин, пов'язаних зі створенням, розподілом і використання фондів фінансових ресурсів.

Державні фінанси — це сукупність розподільно-перерозподільних відносин, що виникають у процесі формування і використання фінансових ресурсів держави, призначених для забезпечення виконання державою покладених на неї функцій.

В Україні державні фінанси як провідна сфера фінансової системи держави опосередковують майже 80% всіх фінансових ресурсів і охоплюють різноманітні фінансові інституції, за допомогою яких держава здійснює свою фінансову діяльність.

До складу державних фінансів включають: сукупність усіх бюджетів держави; централізовані та децентралізовані фонди цільового призначення; фінанси підприємств; організації державної та комунальної форми власності; державний кредит; державне особисте і майнове страхування.

Функції держави і державних фінансів в умовах ринкової економіки було сформульовано Р. А. Масгрейвом у роботі «Теорія і практика державних фінансів» (1978 р.). Таких функцій три:

1. Надання суспільних товарів і послуг або регулювання процесу (алокаційна функція).
2. Корегування розподілу доходів і майна (дистрибутивна функція).
3. Підтримання високого рівня зайнятості при достатній стабільності цін (стабілізаційна функція).

Держава може впливати на розподіл обмежених народногосподарських ресурсів за допомогою таких засобів:

- Обґрунтування і здійснення права власності;
- Прямі адміністративні розпорядження з відповідними штрафними санкціями і їх порушення;
- Пряме надання державою певних благ, які фінансуються з бюджету за рахунок загальних податків або спеціальних зборів;
- Використання податків і зборів як інструменту управління виробництвом або споживанням;
- Формування податкової системи з урахуванням економічної структурної політики, пільги для певних форм одержання і використання доходу;
- Державні субсидії підприємствам;
- Часткове перебирання державою підприємницького ризику шляхом складання щодо тих видів діяльності, які становлять інтерес з погляду економічного зростання і структурної

політики, при проведенні заходів щодо надання державної допомоги незахищеним верствам населення, можуть бути використані такі інструменти:

- податки як інструмент перерозподілу;
- пряме надання суспільних благ без участі користувача у витратах;
- надання різних видів грошової допомоги, стипендій студентам, субсидій на оплату житла і комунальних послуг;
- непрямі трансферти системі соціального страхування;
- субсидії виробника певних благ для підтримання низького рівня цін;
- адміністративне регулювання мінімальної заробітної плати, введення обов'язкового соціального страхування.

Держава також проводить заходи, спрямовані ні краще використання виробничих ресурсів, забезпечення рівня зайнятості та стабільності цін. Інструментами забезпечення стабілізаційної політики є:

- зміна обсягу та структури державних витрат;
- зміна видів і ставок податків і зборів, тарифів;
- заходи у сфері державної заборгованості, зміни структури державного боргу і джерел його фінансування;
- проведення певної політики заробітної плати і зайнятості, розв'язання проблем державного сектору як роботодавцю;
- пряме і непряме субсидування підприємств.

Література

1. В. П. Кудряшов. Фінанси: навчальний посібник.— Херсон, 2002.
2. Василик О. Д. Теорія фінансів.— К.: НІОС, 2000.
3. Опарін В. М. Фінанси (загальна теорія): навчальний посібник.— К.: КНЕУ, 1999.
4. О. Р. Ромаленко. Фінанси: підручник.— К., 2004.
5. О. Д. Василик, К. В. Павлюк. Державні фінанси України.— К., 2004.

ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Я. О. Денисенко

Факультет економіки і менеджменту,

II курс, група Фн-41, спеціальність «Фінанси»

Науковий керівник: Л. В. Рудюк, ст. викладач.

Іноземні інвестиції відіграють велику роль в економічному розвитку будь-якої держави незалежно від рівня її економічного розвитку — чи то промислово високорозвинута чи найменш розвинута країна.

У сучасних умовах модель «зростання виробництва — збільшення інвестицій — економічне зростання» показує, що іноземні інвестиції виступають важливою умовою здійснення структурної перебудови національної економіки, забезпечення технічного прогресу, підвищення показників господарської діяльності на макро- та мікрорівнях.

У 2005 році Україна увійшла до трійки найпривабливіших для інвестування країн світу, поступившись лише Індії та Росії. Ще рік тому наша держава посідала лише одинадцяту сходинку у цьому рейтингу. Такий стрибок пояснюється значними темпами росту ВВП та специфікою українського ринку — позбавленням роздрібною торгівлі, відносною стабільністю економіки та близькістю до Європейського союзу.

У січні-вересні 2005 р. в економіку України іноземними інвесторами вкладено 1326,6 млн. дол. прямих інвестицій.

Основними формами залучення капіталу залишаються грошові внески, які становили 755,5 млн. дол. (56,9% вкладеного обсягу), та внески у формі рухомого і нерухомого майна 439,4 млн. дол. (33,1%).

Приріст іноземного капіталу у січні-вересні 2005 р. склав 932,2 млн. дол., що становить 10,8% до обсягів на початок року.

Найбільше зріс капітал нерезидентів з Кіпру АН 355,2 млн. дол., Віргінських островів, Британських — на 145,8 млн.дол., Сполученого Королівства — на 105,8 млн.дол., Сполучених Штатів Америки, Російської Федерації — на 57,2 млн. дол., Гібралтару — на 36,0 млн. дол., Белізу — на 33,5 млн. дол., Нідерландів — на 24,5 млн. дол., Польщі — на 20,2 млн.дол., Данії — на 17,2 млн. дол. та Угорщини — на 14,6 млн. дол.

Загальний обсяг прямих інвестицій, внесених в економіку України, на 1 жовтня 2005 р. становив 9532,2 млн. дол., що становить 202 дол. на одну особу.

Характерним для прямого іноземного інвестування є вкладення коштів у швидкоокупні галузі. Майже 30% загального обсягу інвестицій зосереджено на підприємствах оптової торгівлі та посередництва в торгівлі (1662,1 млн. дол.) і харчової промисловості та перероблення сільськогосподарських продуктів (1158,8 млн. дол.). Також значні обсяги інвестицій внесено нерезидентами в організації, що здійснюють операції з нерухомістю, здавання під найм та послуги юридичним особам 837,3 млн. дол.(8,8%), фінансову діяльність — 725,6 млн. дол. (7,6%), У підприємствах транспорту і зв'язку — 697,5 млн. дол. (7,3%), хімічної та нафтохімічної

промисловості — 502,7 млн. дол (5,3%), металургії та оброблення металу 482,4 млн. дол. (5,1%).

Іноземні інвестиції вкладено у 11219 підприємств України. Серед регіонів провідні місця за обсягами інвестицій продовжують утримувати м. Київ — 3055,4 млн. дол. (3961 підприємство та 32,1% обсягу іноземного капіталу), Дніпропетровська — 968,2 млн. дол. (712 та 10,2%), Київська — 573,0 млн. дол. (326 та 6,0%), Одеська — 558,8 млн. дол. (697 та 5,9%), Донецька — 542,0 млн. дол. (350 та 5,7%), Запорізька — 518,7 млн. дол. (267 та 5,4%), Харківська — 488,1 млн. дол. (474 та 5,1%), Львівська — 371,3 млн. дол. (1127 та 3,9%) області та автономна Республіка Крим — 4436 млн. дол. (246, та 4,6%).

Іноземні інвестиції сприяють економічному зростанню приймаючої економіки на основі ефективнішого використання національних ресурсів.

Дослідження впливу іноземних інвестицій на економічний розвиток приймаючої країни встановили, що:

- Прямі іноземні інвестиції можуть збільшити обсяг сукупного капіталу, а відтак, сприяти економічному росту. Однак необхідно, щоб іноземні інвестиції не витісняли відповідні суми національних капіталів унаслідок зростання конкуренції на ринках.
- Прямі іноземні інвестиції сприяють економічному зростанню, якщо вони більш рентабельні у порівнянні з національними капіталовкладеннями.
- Внесок прямих іноземних інвестицій у посилення економічного росту можливий тільки за наявності зв'язку між прямими іноземними інвестиціями і рівнем кваліфікації трудових ресурсів.

ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ДОСЯГНЕННЯ

М. М. Мандзюк

Рівненський РЦДН

Дубенський ЛЦДН

II курс, група Ф-1 спеціальність «Фінанси»

Науковий керівник: Ю. О. Цикалюк, канд. техн. наук

За умов ринкової трансформації України проблеми фінансової стабільності є ключовими і набувають особливої важливості.

Фінансова діяльність держави зумовлена необхідністю розподілу та перерозподілу національного доходу, а також задоволення

потреб громадян та суспільства в цілому. Розподіл ВВП є необхідною передумовою забезпечення безперервності виробництва. Саме ж формування ВВП відбувається на основі безперервного руху капіталів, учасниками якого є суб'єкти фінансових відносин: домогосподарства і підприємства. В результаті цього руху суб'єкти фінансових відносин створюють додаткову вартість, за рахунок якої формується НД, та здійснюється задоволення їх потреб, домашні господарства за рахунок доходу кінцевого використання, а підприємства — за рахунок доходу від реалізації новоствореної продукції.

Запорукою фінансової стабільності держави є покриття понесених витрат суб'єктами господарювання (фінансових відносин) за рахунок доходів, отриманих в результаті розподілу ВВП, нагромадження і ефективного використання вільних грошових коштів.

Отже, бюджетно-фінансова політика має важливе значення для забезпечення фінансової стабільності, оскільки, по-перше, через державний бюджет перерозподіляється 30-50% від обсягів ВВП країни, а по-друге, дана політика спроможна регулювати як сукупний попит так і сукупну пропозицію, отже і грошовий обіг.

Адам Сміт стверджував: «Єдиним хорошим бюджетом є збалансований бюджет» (1776 р.) Таким чином при формуванні державного бюджету основною задачею є його збалансованість — це покриття витрат за рахунок доходів й утворення залишку коштів, тобто перевищення доходів над витратами.

За Вагнером, у майбутньому держава більше братиме на себе завдання, зумовлені цілями культури і добробуту, — збільшення видатків на освіту, охорону здоров'я, соціальне забезпечення. Згідно із законом Вагнера зростання державних витрат випереджує номінальне зростання суспільного продукту. В сучасній термінології це означає, що коефіцієнт еластичності попиту на суспільні блага перевищує 1. Це пов'язано з тим, що із збільшенням реальних доходів змінюється структура потреб домогосподарств. Потрібно переглянути структуру витрат і намагатися зменшити їх, особливо тих, які не підкріплені надходженнями (збільшення пенсій повинне відбуватися після зростання заробітної плати). Крім того, держава повинна вплинути на проблему інфляції механізмом «попит-пропозиція». Важливу роль в забезпеченні фінансової стабільності України відіграє державне регулювання цін та виявлення зростання вартості життя для визначення індексу щорічного мінімального підвищення заробітної плати, впливу зростання цін на витрати виробництва та конкурентноздатність продукції національного

товаровиробника. заробітної Оскільки заробітна плата складає найбільшу частину витрат виробництва, то й справляє значний вплив на формування ціни. Ціна із свого боку впливає на доходи суб'єктів фінансових відносин: як робітників, так і підприємств. Тому її регулювання, а також постійний контроль за її динамікою, покликані забезпечити оптимальні доходи підприємств з одного боку та високу купівельну спроможність населення.

Ринкові відносини, на основі яких формує свій господарський механізм Україна, сприяють встановленню оптимальних пропорцій між доходами домашніх господарств і прибутком підприємств. З одного боку, кожний суб'єкт зацікавлений у збільшенні своєї частки. Але разом з тим, у кожного з них виникає зацікавленість у доходах іншого.

Ріст виробництва ВВП створює стабільні фінансові передумови для розвитку держави. А основними стабілізаторами виступають прогресивна система оподаткування, система державних трансфертів (у тому числі страхування безробіття) та система участі у прибутках.

Для робітника дана можливість відкриється тоді, коли він свої заощадження використовує для придбання цінних паперів (акцій, облігацій), відкриття депозитних рахунків у банках. Для підприємства — у процесі покращення власного виробництва, шляхом введення інноваційних технологій, збільшення капітальних видатків на розширення виробництва, а також проведенням широкої інвестиційної політики. Ось тут велика увага приділяється банкам і аналізуючи ситуацію у країні, зауважимо про високу активність кредитних відносин між банком і клієнтом — підприємством і порівняно ще низький рівень відносин з фізичними особами, що є значним джерелом забезпечення фінансової стабільності.

Серед факторів, які сприяють економічному зростанню, слід виділити удосконалення розподілу національного доходу засобами фіскальної політики та визначальну роль інвестицій в економіці. Саме через діяльність держави регулюються ціни на вироблену продукцію, ставки податків, рівень інфляції та інше. Провідну роль у формуванні доходів суб'єктів фінансових відносин та перерозподілі ВВП відіграють податки. За допомогою податків держава проводить свою фіскальну, регулюючу та стимулюючу політику. Це означає, що держава за рахунок стягнення податків не лише наповнює свій бюджет, впливає на розміри доходів суб'єктів фінансових відносин, а й сприяє поживленню інвестиційної діяльності та інноваційного оновлення засобів виробництва. Саме невідповідна податкова політика є причиною спаду виробництва, зменшення ВВП, економічного

росту, значної «тінізації» економіки. На мою думку, потрібно зменшити податковий тиск, збільшити вагу регулятивної та стимулюючої їх функції. Також важливим етапом є перегляд механізму сплати та відшкодування ПДВ, які є недосконалими і слугують основним джерелом «відмивання» грошей. Важливим питанням є також зменшення розміру податку на прибуток та ПДВ, які у перспективі можна замінити іншими податками, щоб зменшити податковий тягар підприємств.

На сучасному рівні розв'язання проблеми фінансової стабільності держави доречно нагадати висловлювання Адама Сміта, «усяке збільшення чи зменшення капіталу природно веде до збільшення чи зменшення промислової діяльності, кількості продуктивних робіт, а отже і мінової вартості річного продукту землі і праці країни, реального багатства і духовності усіх її мешканців»

ІПОТЕЧНЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ МОЛОДІЖНОГО КРЕДИТУВАННЯ

К. В. Пазукас

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра фінансів, група ФН-21, IV курс,

Науковий керівник: Л. В. Рудюк, ст. викладач

Іпотечний кредит — це позика під заставу нерухомості. За кредитним договором банк або інша фінансова установа зобов'язується надати грошові кошти (кредит) позичальнику в розмірі і на умовах встановлених договором, а позичальник, у свою чергу, зобов'язується повернути кредит зі сплатою відсотків.

Іпотека визначає забезпечення виконання зобов'язання нерухомим майном, що залишається у володінні іпотекодавця, згідно з яким іпотекодержатель має право в разі не виконання боржником забезпеченого іпотекою забезпеченого зобов'язання одержати задоволення своїх вимог за рахунок предмета іпотеки переважно перед іншими кредиторами цього боржника у порядку встановленому Законом України «Про іпотеку».

У випадку не можливості погашення кредиту позичальник відповідає за свої зобов'язання перед банком квартирою (яку він бере у кредит).

Без згоди банку ви не маєте права продати, подарувати, здати в аренду або користування квартиру, окрім заповіту. Квартирою ви можете лише володіти і користуватися.

Умови договору іпотечного кредитування і самі іпотечні договори розробляє кредитор (тобто банк). До моменту заключення договору щодо іпотечного кредиту банк має розкрити основні економічні та правові вимоги надання кредиту. Ця інформація повинна бути надана у письмовій формі.

Молодіжний кредит можна отримати лише один раз. Такий кредит надається для будівництва (реконструкції) та купівлі житла строком до 30 років. Кредит надається молодим сім'ям, до досягнення старшим із молодят пенсійного віку (55 років для жінок, 60 — у чоловіків). Строк надання кредиту розраховується від дати заключення кредитного договору. Перший внесок має становити не менше 6% від зазначеної суми вартості житла. Ця сума вноситься позичальником на свій особистий рахунок, який відкриває регіональне управління Фонду допомоги молодіжному житловому будівництву у банку-агенті.

Розмір кредиту визначається регіональним відділенням Фонду, виходячи з норми 21 м² площі на кожного члена сім'ї та додатково 20 м² на сім'ю. Кредит розраховується у відповідності із цінами, котрі діють а момент укладання договору.

На думку експертів «ринку нерухомості» вже з квітня цього року почне спостерігатися зростання ризиків в сегменті іпотечного кредитування. Тиск ризиків пов'язаний з не ідеальністю у механізмі фінансування будівництва нових будинків приватними інвесторами.

Близько 80% житла сьогодні купується у кредит. Посередники на ринку нерухомості очікують зростання попиту та зростання рівня цін. Тому на сьогоднішній час банкіри не радять поспішати з купівлею житла. Оскільки, зачекавши 1–2 місяці, люди мають змогу зекономити на іпотечних кредитах, котрі, в свою чергу, до літа можуть подешевшати на 0,5–1% річних.

Першими, як очікується, зменшувати ціни на позики почнуть банки з іноземним капіталом.

ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ, ШЛЯХИ ДОСЯГНЕННЯ

А. В. Фурман

*Придніпровський РЦДН, I курс, група Ф-05-1,
спеціальність «Фінанси»*

Науковий керівник: Н. О. Олійник, викладач

Фінансова стабільність — це основний важіль розвитку економіки України за сучасних умов. Оскільки лише від розвинутої економіки, яка працює на ринкових засадах та приносить прибуток державі, залежить життєдайність та стабільність кожного громадянина. Зараз головною проблемою в Україні є недосконала законодавча база в області оподаткування, нестабільна банківська, бюджетна та судово-законодавча системи.

Перехід нашої економіки на ринкові відносини різко підвищив значення фінансів. Проблеми фінансового господарства стають основними і в практичних заходах з реконструкції народного господарства, і в теоретичних дослідженнях. Тому незважаючи на жваве обговорення зазначених питань, актуальність їх не зменшується.

Висока вартість аналізу інфляційних процесів, велике число діючих чинників ускладнюють вироблення правильної грошової політики. Як показує досвід нашої, а також інших країн, перехід на ринкові відносини супроводжується швидким зростанням цін, підсиленням дії інфляційних чинників. Дуже важливо належно оцінити, чи є самий перехід на ринкові відносини причиною поглиблення інфляції, чи при цих відносинах, накопичених раніше, інфляційний потенціал одержує своє реальне вираження.

Очевидно, що в умовах ринкових відносин можливість штучного стимулювання інфляції рідко скорочується. Разом з тим, непослідовність в прийнятті рішень під час переходу до ринку, непродуманість деяких кроків поглиблюють існуючі труднощі, підсилюють інфляційні процеси.

Основним засобом, регулюючим економічні взаємовідносини товаровиробників з державою, є податкова система, яка повинна сприяти діловій активності підприємництва, виходу країни з кризи. Податки є основною формою додаткового продукту, та доходів в сучасному суспільстві. Вони не тільки зберігають капітали, спільно, але й формують джерела для їх накопичення.

Таким чином, сучасна податкова система України повинна відповідати перехідному стану економіки, відобразити і формувати

відносини між суб'єктами та їх інтересами і, насамперед, перед державою, зацікавленою в отриманні фінансових ресурсів, трудовими колективами, зацікавленими в підвищенні власних прибутків. Важливим моментом є також те, що більша частина грошової маси припадає на готівку, що призводить до здійснення неофіційних операцій, несплату податків (тіньовий обіг грошей). Також слід відзначити доларизацію економіки.

Отже, основною причиною фінансової нестабільності в Україні є дефіцит бюджету і його нераціональний розподіл, ненадходження податків, зростання масштабів тіньової економіки. Україна має реальний шанс вийти з цього становища завдяки регулюванню законодавчої бази на всіх рівнях, тобто корегування Конституції України.

ЗАВДАННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ

А. Чекаліна

Луцький інститут розвитку людини,

II курс, група Мр-2.1, спеціальність «Маркетинг»

Науковий керівник: С. Є. Корзик, викладач

В сучасних умовах господарювання особливого значення набуває об'єктивний аналіз фінансового стану підприємства. Метою аналізу є пошук резервів підвищення рентабельності виробництва і зміцнення комерційного розрахунку як основи стабільної роботи підприємства і виконання ним зобов'язань перед бюджетом, банком та іншими установами.

Головною проблемою ефективного управління підприємством, на нашу думку, є оптимальне розміщення капіталу підприємства. Від того, які асигнування вкладені в основні та обігові кошти, скільки їх перебуває у сфері виробництва і в сфері обігу, в грошовій та матеріальній формі, значною мірою залежать результати виробничо-фінансової діяльності й, відповідно, вся фінансова стійкість підприємства.

Метою оцінки фінансового стану підприємства є пошук резервів підвищення рентабельності виробництва і зміцнення комерційного розрахунку як основи стабільної роботи підприємства і виконання ним зобов'язань перед бюджетом, банком та іншими установами.

Фінансова діяльність підприємства становить систему грошових відносин у процесі утворення, розподілу та використання різних фондів

коштів. Фінанси підприємства насамперед мають забезпечити грошовими ресурсами безперервний виробничий процес через своєчасну і повну сплату необхідних для підприємства засобів виробництва.

Стійкий фінансовий стан підприємства формується в процесі всієї його виробничо-господарської діяльності. Тому оцінку фінансового стану можна об'єктивно здійснити не через один, нехай найважливіший, показник, а тільки за допомогою комплексу, системи показників, що детально і усебічно характеризують господарське становище підприємства.

Показники оцінки фінансового стану підприємства мають бути такими, щоб усі ті, хто пов'язаний із підприємством економічними відносинами, могли одержати відповідь на запитання, наскільки надійне підприємство як партнер у фінансовому відношенні, а отже, прийняти рішення про економічну доцільність продовження або встановлення таких відносин з підприємством. У кожного з партнерів підприємства — акціонерів, банків, податкових адміністрацій — свій критерій економічної доцільності. До основних показників, що характеризують фінансовий стан підприємства належать: платоспроможність підприємства; ліквідність підприємства; фінансова стійкість підприємства; рентабельність; аналіз майна та джерел його утворення; ліквідність балансу; аналіз майна підприємства.

У ринковій економіці, коли можлива ліквідація підприємства внаслідок його банкрутства, одним з найважливіших показників фінансового стану є ліквідність. Ліквідність підприємства — це його здатність швидко продати активи й одержати гроші для оплати своїх зобов'язань. Фінансова стійкість підприємства формується насамперед під впливом рентабельності його діяльності. Співвідношення прибутку з авансовою вартістю або поточними витратами характеризує таке поняття, як рентабельність. У найширшому, найзагальнішому понятті рентабельність означає прибутковість або дохідність виробництва і реалізації всієї продукції (робіт, послуг) чи окремих видів її.

Отже, платоспроможність і ліквідність, фінансова стійкість і рентабельність є основними показниками фінансового стану підприємства. Чим вищими будуть ці показники, тим краще і стабільніше працюватиме підприємство, матиме змогу вдосконалювати технології виробництва, купувати цінні папери, покращувати умови праці працівників, вчасно сплачувати заробітну плату, що є дуже важливими в сучасних умовах.

Література

1. Бандурка О. Фінансова діяльність підприємства: Навч. посіб. — К., 2002. — 384 с.
2. Фінанси підприємств: Підручник / За ред А. М. Поддєрьогіна. — К.: КНЕУ, 2000. — 460 с.

ПІДСЕКЦІЯ 1.2. ГРОШОВО-КРЕДИТНА СИСТЕМА УКРАЇНИ В ПЕРІОД ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЇЇ ЕКОНОМІКИ

СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ

Л. П. Бікус

*Рівненський інститут, економічний факультет,
III курс, група О-3, спеціальність «Облік і аудит»
Науковий керівник: Н. М. Андрієнко, викладач*

Нині в економіці України намітилися позиції тенденції економічного зростання, темпи та стійкість якого залежать від здатності банківської системи забезпечувати потреби суб'єктів господарювання необхідними кредитними ресурсами. Разом з тим, загальні тенденції сучасного розвитку кредитних операцій вітчизняних банків про суттєве послаблення ролі банківського кредиту в забезпеченні кредитного сектору додатковими грошовими коштами.

Надання кредитів і проведення кредитної політики є найпростішою операцією банківських установ. Кредитні операції приносять банківським установам основну частину доходу. Однак аналіз ситуації, що склалася в банківських установах свідчить, що більшість банків зазнає фінансового краху внаслідок надзвичайно ризикової політики.

У зв'язку з цим дуже актуальним вирішення проблеми вдосконалення кредитної діяльності банківських установ. Банківські установи мають організувати кредитні операції таким чином, щоб отримати максимально можливий прибуток, але при цьому максимально зменшити ризик, безпосередньо пов'язаний з механізмом надання і погашення банківських кредитів.

Актуальною є розробка теоретичних позицій з удосконалення банківського кредитування, широке практичне використання

яких дасть банківській системі України підвищити ефективність діяльності всіх кредитних інститутів в процесі кредитування позичальників.

У зв'язку з цим основну увагу необхідно зосередити на виявленні тих тенденцій, що нині переважають у кредитних тенденціях банків з клієнтами, на пошуку шляхів удосконалення сучасних форм кредитування, оскільки останніми роками у розвитку кредитної діяльності банківських установ України кредитного процесу, а саме:

- з кожним роком обсяги наданих кредитів зростають;
- позитивним явищем у сфері кредитування суб'єктів господарювання є наявність стійкої тенденції до зростання довготермінового кредитування. Збільшення довготермінового кредитування сприяло послідовне зниження облікової ставки, темпів інфляції. Чим вищими є темпи інфляції в країні, тим меншою є частка довготермінових кредитів у кредитному портфелі банків;
- в Україні більшість кредитів (86,8%) банківські установи надають суб'єктам господарювання. Однак позитивним є те, що банки продовжують нарощувати обсяги кредитування фізичних осіб.

Для банківського кредитування характерні такі принципи як: принцип забезпеченості кредиту, принцип поверненості, строковості, принцип платності, принцип цільової спрямованості, принцип банківського кредитування та комплексності.

У цих принципах відображається стійкі й перевірені практикою банківські орієнтири, закономірні зв'язки та закономірності організації кредитного процесу. Вони стимулюють економічну зацікавленість суб'єктів кредитних відносин у найкращих результатах своєї діяльності.

Банк до укладання кредитного договору здійснює попередній аналіз фінансового стану позичальника і вивчає його кредитоспроможність. Метою аналізу кредитоспроможності є оцінка результатів фінансової діяльності позичальника, на підставі якої банк приймає рішення щодо можливості надання кредиту або припинення кредитних відносин з даним клієнтом.

В Україні НБУ рекомендує для комерційних банків рекомендації щодо визначення фінансового стану і кредитоспроможності позичальників.

Позичальник має мати фінансові передумови для отримання позики і бути спроможним своєчасно повернути наданий йому кредит

відповідно до умов кредитного договору. В кожному окремому випадку банк повинен визначити ступінь ризику, який він готовий взяти на себе.

Комерційний банк повинен щоквартально проводити оцінку фінансового стану позичальника. Сам факт визначення кредитоспроможності має стимулювати підприємство позичальника до підвищення ефективності своєї фінансово-господарської діяльності. Оцінюючі кредитоспроможність позичальників, банки західних країн приділяють значну увагу кваліфікації та здібностям керівників, дотриманню ділової етики, договірної і платної дисципліни.

Під час оцінки кредитоспроможності позичальникам — фізичної особи НБУ рекомендує комерційним банкам врахувати; соціальну стабільність клієнта, тобто наявність власної нерухомості тощо; сімейний стан; наявність реальної застави; загальний матеріальний стан клієнта, його доходи і витрати; користування банківськими позиками у минулому і своєчасність погашення їх і % за ними, а також користування іншими банківськими послугами; зв'язки клієнта з діловим світом.

Реальні висновки та пропозиції за результатами оцінки кредитоспроможності позичальників дозволяють уникнути в процесі банківської діяльності невиправданих ризиків при здійсненні кредитних операцій.

Тенденції розвитку банківського кредитування

До тенденцій, що відображають якісну сторону розвитку системи кредитування можна віднести такі:

1. Головна сфера банківської діяльності — кредитування — в Україні фактично не має спеціального законодавчого забезпечення. Нині правовідносини у сфері кредитування регулюються в основному нормами Цивільного кодексу України, який регламентує основи і порядок звернення стягнення на закладене майно, способи забезпечення зобов'язань.

Суттєвими проблемами, які безпосередньо впливають на стан системи банківського кредитування є: відсутність законодавчого забезпечення і невідповідність норм чинного законодавства щодо кредитування вимогам сьогодення.

Нормативне регулювання кредитних відносин НБУ не має системного характеру й не забезпечує сталого функціонування і розвитку системи банківського кредитування в Україні.

2. При встановленні процентної ставки за кредит банківські установи враховують цілу низку чинників. На розмір позичкового

процента впливає значна кількість чинників, що потребує зваженого підходу до управління кредитними вкладеннями. Водночас деякі моменти враховуються недостатньо і незважаючи на зменшення облікової ставки НБУ і зниження темпів інфляції, процентні ставки за кредитами залишаються ще на порівняно високому рівні, між процентними ставками за кредитами і депозитами є значний розрив — понад 10%.

На сьогодні характерним є високий ризик втрати ліквідності, слабкий рівень менеджменту більшості підприємств. Це свідчить про один з важливих недоліків кредитної політики українських банків і при надійному забезпеченні кредиту неплатоспроможне підприємство може бути визнане кредитоспроможним.

Отже, необхідна державна програма удосконалення системи банківського кредитування позичальників, яка охоплювала б нормативно-правові та економічні напрямки функціонування кредиту в економіці.

У нормативно-правовому сенсі доцільно забезпечити таке:

1. Покращити регулятивну базу, в тому числі закони, які захищали права кредиторів. Зокрема приміняти закон України «Про банківське кредитування», який має:

- охоплювати всі види банківських кредитів;
- передбачати інфляційні моменти;
- розкривати проблеми страхування кредитних ризиків та інші важливі питання.

Прийняття цього закону дасть змогу збільшити обсяги банківського кредитування, зменшити ризики у сфері активних кредитних операцій. У підсумку виграють не лише банки, а й позичальники, котрі матимуть змогу розширити свою діяльність за рахунок кредитних коштів. У виграші буде й держава, оскільки з поживленням банківського кредитування зросте обсяг надходжень бюджету у вигляді податків.

В економічному сенсі було б важливо здійснити такі заходи:

1. Знизити ціну кредиту та розширити його доступ до широкого кола клієнтів. Процентні ставки банків за кредитами можна зменшити, якщо клієнт приносить банку значні доходи за валютними операціями тощо. Процентна ставка банків за кредитами може бути зменшена, якщо позика диверсифікує кредитний портфель банку.

Потребується при укладанні кредитних договорів передбачати постійне коригування процентної ставки у випадку зміни облікової ставки НБУ.

2. На сучасному етапі для стимулювання надання банкам довготермінових позик на інвестиційну діяльність потрібно вирішити питання надання пільг щодо створення обов'язкових резервів, створити умови для акумуляції у банках значних вкладів щоб забезпечити необхідний обсяг кредитів, котрі мають надавати банки.

3. Українським банківським установам в сучасних економічних умовах основний акцент під час вибору рішення про надання кредиту позичальникам, необхідно робити на якість менеджменту.

4. Здійснити адаптацію міжнародного досвіду кредитування до української банківської практики.

Література

1. Чайковський Я. Сучасний стан та перспективи розвитку банківського кредитування // Банківська справа.— К., 2005.— №2.
2. В. Д. Лагутін. Кредитування.— К., 2002.
3. Основи банківської справи / під. ред. М. І. Савлука.— К., 1997.
4. Грищенко О. Гроші та грошово-кредитна політика: Навч. посібник.— К.: Основа, 1996.
5. Алексеев І. В. Колісник М. К. та ін. Гроші та кредит: Навч. посібник.— К.: 2004.

ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ

В. В. Данканич

*Карпатський інститут підприємництва, факультет менеджменту,
IV курс, група МЗД-41,
спеціальність «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: Ю. І. Ревть, асистент-викладач*

Проведені мною дослідження щодо виникнення ринку цінних паперів в Україні дали такий результат. Ринок цінних паперів почав розвиватися в період виходу України з Радянського Союзу, що припадає на 1991 рік. В цей час створюються приватні акціонерні та фінансові компанії, які займалися залученням коштів населення під випуск власних ЦП. В період 1997 року було приватизовано багато підприємств. Наприклад, до середини 1998 року було приватизовано 9500 середніх великих підприємств із глибиною приватизації 70% , не менш як 4750 із глибиною продажу 100% . Саме масова приватизація була тим чинником, що дав поштовх і став реальною базою створення фондового ринку (ринку цінних паперів) та його інфраструктури в Україні.

Проводячи дослідження з початку виникнення ринку цінних паперів — з 1991 року до 2003 року, я вирішила провести рейтинг бірж, а також з'ясувати, які саме цінні папери користувалися найбільшим попитом на ринку.

На схемі 1 зображено обсяг та кількість виконаних угод з різними видами цінних паперів.

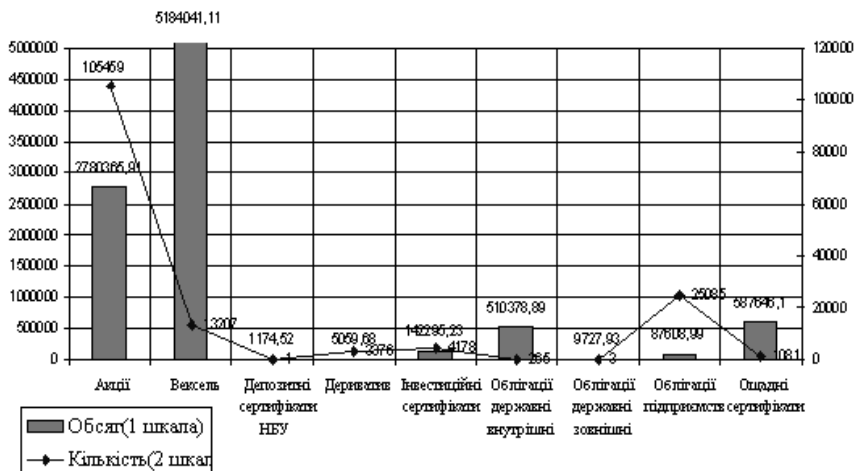


Схема 1. Обсяг та кількість виконаних угод з різними цінними паперами

З схеми 1 видно, що друге місце на фондовому ринку займають акції. Обсяг виконаних угод по акціях за III квартал 2000 року 2 780,4 млн. грн. що складає 29,7% від загальної кількості виконаних угод.

На схемі 2 відображено кількість угод за місцем здійснення.

Операції з акціями на організованому ринку займають друге місце, їх обсяг складає 226,2 млн. грн., 5,05 млн. грн. операції з деривативами і лише 3,9 млн. грн. становлять операції з векселями. Найбільші обсяги виконаних угод на організаційно оформленому ринку з акціями здійснено та зареєстровано на ПФТС, що становить 200,99 млн. грн. або 99,9% від загального обсягу здійснених та зареєстрованих усіх угод на ПФТС.

Протягом досліджуваних 1995–2002 років фондовий ринок став значним внеском у реформування економіки України. За статистикою у 2002 році наявні доходи населення зросли на 21,3% за перше півріччя.

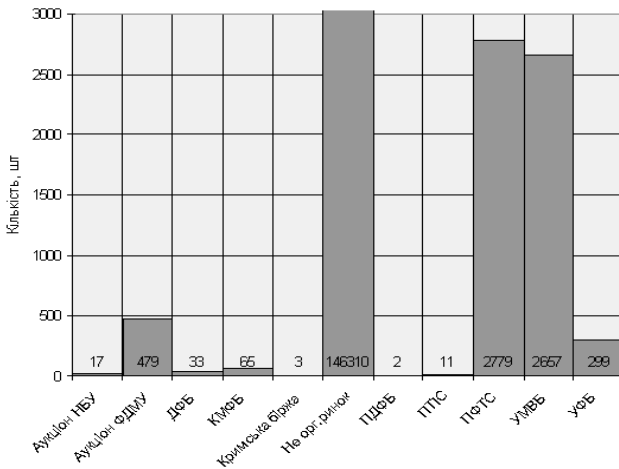


Схема 2. Співставлення в розрізі місяця укладанні кі... угод.

Отже на початок 2003 року український фондовий ринок сформувався як молодий та перспективний, про це свідчать наступні дані.

Станом на 1 січня 2003 р. загальний обсяг випусків цінних паперів, зареєстрованих Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку, становить 86,79 млрд. грн. У 2002 році Комісією зареєстровано випусків акцій на суму близько 12,8 млрд. грн., а у 2001 році на загальну суму 21,9 млрд. грн.

Процес формування ринку цінних паперів був штучно створеним і не врахувалися форс-мажорні обставини. Тому на кінець 1997 року спостерігається кризове явище, що негативно вплинуло на економіку країни. Ми повинні постійно проводити дослідження, що стосується економічного стану країни, щоб на майбутнє не допустити кризи в економіці і врахувати всі форс-мажорні обставини, що стоять на шляху розвитку економіки.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КАРТКОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

І. В. Захарія

Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини вищого навчального закладу ВМУРоЛ «Україна»

III курс, група ВС-31, спеціальність Банківська справа

Науковий керівник: Л. В. Домбровська, ст. викладач

Сучасна банківська система України в умовах ринкової економіки переживає значні зміни і набуває всіх ознак динамічного розвитку. Це явище спричинене сучасним станом економіки країни в цілому. Але він має здебільшого односторонній характер, а саме розвиток класичних банківських послуг. Основною проблемою введення інноваційних продуктів є те, що банки не чітко простежують пропорцію між вкладеними інвестиціями і кінцевим результатом. Свідченням даного факту є картковий бізнес.

Розглянувши більш детально проблематику даного поля діяльності банків, можливо зробити аналітичну оцінку питань в аспекті їх важливості, від першочергових до менш суттєвих.

Основною проблемою розвитку даної сфери послуг, є відсутність чіткого простеження перспективи кінцевого результату вкладень в даний бізнес (картковий). Для розгляду цього питання необхідна побудова економічної моделі одного із видів: балансової або інвестиційної. Балансова модель застосовується в основному для оцінки результативності минулих періодів і планування майбутніх (як для бізнесу в цілому для бізнесу так і для окремих бізнес-проектів). Інвестиційна модель застосовується для оцінки цілеспрямованості запланованих проектів.

Не менш важливим питанням у розвитку даної сфери послуг є формування тарифної політики, та стратегії продажу карткових продуктів. Сучасний огляд систем експлуатації показує, що тарифні системи, які застосовують банки, мають малий процент ефективності. Причиною цього є те, що не існує прямих механізмів впливу на інтенсивність залучення грошових коштів. Процентні ставки на залишок, введення всіляких неспалимих залишків діють дуже слабо. Карта розрахунковий інструмент, а не засіб заощадження. Раціоналізація тарифів може призвести до фактично відчутних зрушень.

Суттєвою проблемою формування карткових підрозділів у банках є «дебетне» становище справ. Деякі банки активно просувають на

ринок депозитно-карткові конструкції, де карта виступає або засобом отримання інформації по депозитному рахунку, або засобом доступу до нарахованих процентів, або те і інше разом. Така конструкція чесно кажучи, являє собою скоріше розвинений депозит, ніж нормальний карт рахунок.

Вирішення цієї проблеми можливо за наступними напрямками:

- а) збалансованість в середині карткового бізнесу між активами і пасивами, по принципу спеціалізованих карткових банків;
- б) залучення іноземного досвіду з перерахунком на специфіку національної економіки;
- в) підвищення кваліфікації кадрів з даного питання;
- г) детальна організація системи першого огляду документів при випуску карти.

Наступною проблемою організаційного характеру яка суттєво відчувається користувачами даних послуг є технічне та професійне обслуговування, а саме відсутність пропорційного розвитку між випуском розрахункових карт і підприємств які приймають їх до оплати а також терміналів до обслуговування(банкомати та пункти видачі готівкових коштів).

Структурних перетворень потребує не лише організація ведення та обслуговування карткових послуг, а й введення нового типу карток.

Також не слід забувати і про програми соціального характеру, а точніше про систему заробітних карток та молодіжного напрямку нарахування стипендій на розрахункові картки. Цей напрямок є найбільш перспективним завдяки самій специфіці карток як персонального розрахункового документа. Так безперечний і той факт, що прибуток привілейованих карт значно більший, але дана сфера обмежена за кількістю учасників

Якщо розпочати модернізацію програмно-апаратної платформи карткового бізнесу, це приведе до наступних позитивних наслідків:

- 1) банки швидше будуть реагувати на потреби ринку;
- 2) спрямовуватися на конкретного клієнта та пропонувати найбільш оптимальний вид продукту;
- 3) тісніше співпрацювати з міжнародними спеціалізованими картковими банками, та переймати їх досвід у даній сфері;
- 4) впровадити якісне програмне забезпечення яке дозволить зменшити втрати як банків так і самих клієнтів.

СТАН ЧИННОЇ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

З. О. Зубрицька

Факультет економіки і менеджменту,

II курс, Фн-41, спеціальність «Фінанси»

Науковий керівник: Л. В. Рудюк, ст. викладач

В умовах ринкових відносин та насамперед в перехідній до ринку період податкова система є одним з найважливіших економічних регуляторів, основою фінансово-кредитного механізму державно-регулювання економіки.

В країнах з розвинутою економікою бюджет є головним державним фінансовим документом, обов'язковим до виконання, а податкова система — є головним наповнювачем бюджету. Оподаткування є основою державного бюджету, оскільки жоден уряд не в змозі проводити фінансову політику без необхідних коштів. Податкова політика України як складова фінансової політики на сучасному етапі має формуватися з огляду на стосунки з іншими країнами. Так, на сьогодні позиція України в міжнародних стосунках має характер багатовекторності, оскільки проголошується можливість інтеграції до Європейського Союзу, а в той самий час підписано угоду про вступ країни до Єдиного економічного простору. Тому розгляд митного оподаткування, яке є важливим економічним регулятором зовнішньоекономічної діяльності, набуває особливої гостроти.

Податкова система, що діє в нашій державі, продовжує стояти на заваді ефективному розвитку українського суспільства. Вона була і є високим частоколом між владою і народом. Вона використовується як засіб пригнічення платників податків. Вона є несправедливою щодо оподаткування абсолютної більшості громадян України. Вона гальмує економічне і соціальне відродження нації.

Головні ознаки згубності діючої системи оподаткування для потреб держави і суспільства наступні:

1. Система відзначається надзвичайно високим податковим навантаженням.

2. Недопустимо низьким є рівень сплачуваності податків порівняно із законними податковими вимогами.

3. До вад чинної податкової системи треба віднести й надзвичайну нерівномірність і несправедливість розподілу податкового навантаження на різних платників податків.

4. Несправедливість системи оподаткування полягає й у неотриманні послуг, пенсій й допомог від держави тими громадянами і членами їх сімей, які сплачують відповідні податки.

5. Згубність діючої системи оподаткування полягає й у її переважанні непрямими податками, які у сукупності складають з всіх податкових платежів громадян України.

6. Характерними рисами податкової системи є непрозорість, суперечливість та незрозумілість норм, що застосовуються.

7. Система збору податків відзначається надвисокою централізацією.

8. Згубність діючої податкової системи полягає також у нестабільності норм податкового законодавства.

9. Низьку ефективність фіскальної функції податкової системи обумовлює також практично ворожий характер відносин між платниками податків і податківцями.

10. На заваді ефективності дії податкової системи стоять також ускладнена організація і непомірно дороге утримання податкової служби.

За останні три роки частина ВВП, яка перерозподіляється через податкову складову дохідної частини зведеного бюджету України, не перевищує 21%, тоді як зазначений показник у Данії становить 46,4%; Швеції — 36,9%; Фінляндії — 34,9%; Великій Британії — 30,7%; Італії — 29,9%; Франції — 28,2%.

Чинна податкова система в цілому сформувалась ще на старті трансформаційного процесу. Вона багато в чому копіювала системи оподаткування країн з розвинутою економікою, належно не враховувала особливості перехідного етапу національної економіки, необхідність здійснення системних заходів щодо створення умов для сталого економічного зростання. Відсутність комплексного наукового аналізу та обґрунтованих підходів до її послідовного реформування, зволікання з внесенням давно назрілих змін до податкового законодавства зумовило загострення суперечностей між фіскальними функціями податкової системи і потребами стимулювання економічної активності суб'єктів господарювання.

ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

Т. Г. Рева

Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини

ВНЗ ВМУРОЛ «Україна»

*Факультет економіки і підприємництва, II курс, група БС-21,
спеціальність «Банківська справа»*

Науковий керівник: Л. А. Козаченко, викладач

З отриманням незалежності, в Україні виникла необхідність реформування бухгалтерського обліку відповідно до МСБО.

З метою реформування бухгалтерського обліку 16 липня 1999 р. було прийнято Закон «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Але закон пройшов нелегкий і тернистий шлях. Це було пов'язано з залишеним «спадком» — системою введення бухгалтерського обліку від колишнього Радянського Союзу.

Автор виділяє такі специфічні фактори системи бухгалтерського обліку і звітності в СРСР [1]:

1. Ціни на товари встановлюються централізовано;
2. Бухгалтерські звітні документи набагато частіше передаються до спеціальних наглядових органів держави, ніж з'являються в друку.
3. Підприємства займаються широким колом питань соціальних питань життя своїх працівників;
4. Роль бухгалтерів все більше й більше ставала другорядною, технічною.

Тому, потрібно було кардинально змінити системи бухгалтерського обліку, ще й в зв'язку з переходом держави до ринкової системи економіки.

Та знайшлися «світлі голови», котрі на досить високому професійному рівні розробили закон «Про бухгалтерський облік». Але закон має деякі недоліки.

Автор робить аналіз окремих статей закону України про бухгалтерський облік [2].

Давайте порівняємо визначення бухгалтерського обліку ст. 1 Закону України «Про бухгалтерський облік» з визначеннями бухгалтерського обліку в деяких державах СНД (табл. 1).

З цього, можливо зробити висновок, що поняття бухгалтерського обліку не досить розкриває економічну сутність цього процесу.

Доречно процитувати професора О.Додонова: «Облік — це не проста техніка рахівництва, не зведення в звітні таблиці «кінців з кінцями». А ретельний щоденний контроль за господарською діяльністю у всіх її частинах і розгалуженнях з метою найбільш вдалого виконання виробничих планів...»

Розглянемо також принципи бухгалтерського обліку і фінансової звітності, оскільки вони є основними правилами ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності.

З табл. 2 видно, що не розкриті, такі принципи як «нейтральність» і «своєчасність».

Недоліки в організаційному плані на рівні підприємства наводить автор [2].

Недоліки в організаційному плані на державному рівні, дає автор [3].

Тому, саме, ми, майбутні економісти — науковці повинні вирішити ці питання і багато інших, вдосконалити існуючі закони і розробити нові.

Література

1. Блей, Джон, Амант, Ореол Европейский бухгалтерский учет.— М.: ИИД «Филинь», 1997.— 396 с.
2. Охрамович О. Реформування бухгалтерського обліку країн СНД в нових умовах господарювання // Бухгалтерський облік і аудит.— 2004.— №9.— С. 47.
3. Моссаковський В. Про перспективи подальшого розвитку бухгалтерського обліку в Україні // Бухгалтерський облік і аудит.— 2003.— №6.— С. 10.

ПІДСЕКЦІЯ 1.3. МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ: СТАНОВЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

СТРАХУВАННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

В. І. Бойко

Луцький інститут розвитку людини,

II курс, група Мр-2.1, спеціальність «Маркетинг»

Науковий керівник: К. Є. Михалевська, ст. викладач

Як переконає світовий досвід, одним із головних індикаторів стану економіки будь-якої країни з ринковою орієнтацією є розвиток страхування, яке забезпечує надійні гарантії відновлення порушених майнових прав та інтересів у випадках втрат, заподіяних стихійними лихами, техногенними аваріями, вогнем, транспортними пригодами та іншими непередбачуваними обставинами. Водночас, страхування не лише звільняє державу від витрат на відшкодування збитків у разі настання страхових подій, а й суттєво впливає на зміцнення фінансів держави, є ефективною формою нагромадження коштів громадян і значним стабільним джерелом довгострокових інвестицій.

22 липня 2004 р. Президент України підписав Закон «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів», котрий набув чинності з 1 січня 2005 р.

Страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів є обов'язковим у всіх цивілізованих країнах і покликане забезпечити компенсацію збитку, заподіяного життю, здоров'ю і майну потерпілих в ДТП, а також захист самих власників автомобілів від майнових претензій третіх осіб.

Специфіка цього виду страхування полягає в тім, що він спрямований на захист матеріальних інтересів не тільки водіїв, а, насамперед, жертв дорожніх аварій, швидку компенсацію шкоди, заподіяної життю і здоров'ю потерпілих осіб, а також завданих їм моральних та матеріальних збитків.

Розробники Закону України «Про обов'язкове страхування...» пішли значно далі в просуванні соціальних пріоритетів, аніж росіяни, білоруси чи навіть поляки. Причому, не зважаючи на інтереси страховиків. Зокрема, стаття 13 Закону передбачає звільнення від сплати страховки окремим категоріям громадян у разі укладення

договорів обов'язкового страхування цивільної відповідальності. А джерелом компенсації витрат є спеціальний фонд захисту потерпілих Моторного (транспортного) страхового бюро України.

Кажучи про привабливість ОСЦВ, варто зауважити, що за кордоном страхові компанії виплачують клієнтам близько 90% одержаних від них грошей, живучи на відсотки від їх розміщення, а у нас страхові компанії виплачують клієнтам в середньому близько 6%, тобто живуть за чужий рахунок, залазячи в кишеню клієнта (дані за 2003 р.).

При спробах підтягти тарифи за ОСЦВ до рівня закордонних, наші страхові компанії лукаво не помічають існуючої там якості страхових послуг, безлічі пільг і знижок в комплексі з автосервісом та дієвим технічним контролем автотранспорту, який в Україні геть відсутній.

В ході дослідження було опитано понад 50 експертів найбільших страхових компаній та організацій, що надають послуги незалежної експертизи та технічного асистансу, проведені інтерв'ю з 15 топ-менеджерами страховиків та асистанс-компаній, зібрана статистична та аналітична інформація як щодо українського ринку страхування та супроводу страхових випадків, так і щодо досвіду впровадження і розвитку ОСЦВ та технічного асистансу у країнах СНД, Східної Європи та США.

Ефективність ОСВЦ залежить від багатьох складових. Маємо надію, що держава все ж буде стимулювати розвиток реального страхування, страхові компанії навчатися працювати на рівні 80–90% збитковості та заробляти на реальному страхуванні. І лише тоді весь механізм ОСЦВ буде містити все необхідні компоненти та працювати ефективно, процес отримання відшкодування буде простим, а страхова сума буде необмежена, оскільки останнім часом простежується тенденція стійкого руху в цьому напрямку усіх учасників страхового ринку.

Література

1. Любашенко І. Обов'язкове страхування цивільної відповідальності автовласників в Україні та Росії. Міфи та реальність / Страхова справа.— 2004.— №1 (13).— С. 20–21.
2. Наумець І. Авто цивільна відповідальність не знайшла масового покупця, ставши заручником чергових передвиборчих баталій / Контракти.— 2005.
3. Ратна В. Водіння по муках / Контракти.— 2005.— №10.

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ

О. М. Волкова

Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини

ВНЗ «Україна»

Факультет економіки і підприємництва, I курс, група ОКСМ-11-05

Спеціальність «Обслуговування комп'ютерних систем та мереж»

Науковий керівник: А. М. Шлепньов, в. о. доц.

За останні десятиріччя інформаційні технології зазнали такого глобального поширення, що зараз уже важко уявити життя сучасної людини без них. На сучасному етапі можна без особливих труднощів навести приклади використання інформаційних технологій у всіх галузях: від освіти і до менеджменту. Сьогодні успіх буде мати та фірма, той заклад, який володіє найсучаснішими комп'ютерними технологіями. Значного прогресу можна досягти і в галузі освіти з впровадженням відповідних інформаційних комп'ютерних технологій, які зможуть зробити процес здобуття освіти більш гнучким, індивідуалізованим і одночасно нададуть змогу студентам використовувати глобальні ресурси для навчання, спілкуватись та обмінюватись досвідом із студентами інших міст, країн тощо.

Відповідно до визначення, прийнятого ЮНЕСКО, інформаційна технологія — це комплекс взаємозалежних, наукових, технологічних, інженерних дисциплін, що вивчають методи ефективної організації праці людей, зайнятих опрацюванням і збереженням інформації. Вони об'єднують новітні розробки в обчислювальній техніці і методи організації та взаємодії з людьми і виробничим устаткуванням, а також пов'язані з усім цим соціальні, економічні і культурні проблеми. Самі інформаційні технології вимагають складної підготовки, великих початкових витрат і наукомісткої техніки. Їхнє введення повинно починатися зі створення математичного забезпечення, формування інформаційних потоків у системах підготовки спеціалістів.

Маркетинг — комплекс заходів в галузі досліджень торгівельно-збутової діяльності підприємства по вивченню усіх чинників, які здійснюють вплив на процес виробництва та просування товарів та послуг від виробника до споживача.

Зараз широко залучають інформаційні технології до процесу прийняття рішень на сучасних підприємствах: інформаційні системи

для керівного персоналу, використання та розподіл бюджету та його проектування, різноманітні види ілюстративних підсумкових повідомлень про показники продаж та виробництва, виготовлення різноманітних розрахунків: наприклад, розрахунки прибутку чи рентабельності, спеціальні системи, які підтримують процес прийняття рішень. А особливо в маркетингу: редагування тексту, розрахунки в таблицях, бази даних, файли з проіндексованими даними, графіка, видавнича справа та телекомунікації.

Зараз в більшості магазинів можна сплачувати за допомогою магнітних карток — Єврочеків чи кредитних карток. Також з'явилась можливість отримання готівки у грошовому автоматі, сплата за рахунками в автоматичних касах цілодобово, можливість надання банківських послуг по телекомунікаційних мережах, можливість зв'язку з банком з дому чи іншого комп'ютеру. Широкого розповсюдження набули гроші на чіпкартках.

В наш час нові інформаційні технології посідають дуже важливе місце не лише в спеціалізованих, але й в повсякденних сферах життя. Комп'ютери застосовуються в бізнесі, менеджменті, торгівлі, навчанні та багатьох інших сферах діяльності людини. Комп'ютерні технології дуже зручні для виконання різноманітних операцій, але в різних сферах застосування ці операції різні. Тому, кожна окрема галузь, яка використовує специфічні технічні засоби, потребує своїх власних програм, які забезпечують роботу комп'ютерів.

З розвитком мережі Інтернет зросла активність покупців. За допомогою інформаційних технологій ведеться клієнтська база та здійснюється оперативне поповнення товарів.

Таким чином, нові інформаційні технології дуже актуальні в наш час і потребують багато уваги для подальшої розробки та вдосконалення. А для цього потрібні висококваліфіковані спеціалісти. Через те, що раніше ІТ знаходились лише на рівні зародження, на даний момент існує гострий дефіцит таких спеціалістів. Тому майбутнє розвитку інформаційних технологій залежить, в першу чергу, саме від нас, молодих спеціалістів.

МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ: СТАНОВЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Т. М. Гота

*Карпатський інститут підприємництва, факультет менеджменту,
II курс, група МЗД-21,
спеціальність «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: Ю. І. Ревть, асистент-викладач*

Маркетингове мислення все більше проникає в різні сфери діяльності сучасного підприємства і становиться домінуючим під час прийняття управлінських рішень в галузі розробки нової продукції, визначення структури виробництва, оптимізації витрат і досягнення високої якості товарів і послуг.

Як ринкова концепція управління маркетинг виник у 1902 р. у США. Термін «маркетинг» тлумачиться по-різному. Проте сутність маркетингу полягає в наступному: з одного боку, це ретельне і всебічне вивчення ринку, попиту, смаків і потреб, з другого — активний вплив на ринок та існуючий попит, на формування потреб і запитів покупців.

Наприкінці 60-х років маркетинг стає відомий в Європі, а в 80-х років у колишньому СРСР.

Становлення ринкових відносин в Україні та формування основних інститутів сучасної економіки, серед яких вирішальне значення має маркетинг. В основу концепції маркетингу покладено ідею задоволення потреб потенційних споживачів. Вона сформувалась як відповідь на вдосконалення збутової діяльності в умовах нарощування обсягів виробництва продукції. Це означає, що на зміну «ринку продавця» прийшов «ринок покупця», тобто відтепер виробляються саме ті товари, які бажає купувати споживач.

В основу розвитку виробництва закладають дані, які одержують у результаті, вивчення (дослідження) різних ринкових сегментів, окремих груп населення, підприємств, яким буде адресовану нову продукцію. Виробництво та збут в умовах «ринку покупця» і становлять зміст маркетингової діяльності.

Ефективне використання маркетингу на українських підприємствах потребує насамперед правильного розуміння його суті. Основне завдання — дослідження ринку, тобто рівня попиту і пропозиції, поведінки покупця та динаміки його запитів і потреб, наявність конкурентних товарів і можливість закріплення новинки на ринку.

На основі проведеного дослідження щодо закріплення нових товарів на внутрішньому ринку, можна зробити висновок, що 84% випадків комерційного провалу товарів зумовлений недостатками в маркетинговій діяльності, в неправильних результатах вивчення попиту споживачів на основі сегментації ринку.

Незважаючи на кризовий стан, в Україні вдалося зберегти розгалужену мережу наукових організацій та потужний потенціал, який істотно впливає на розвиток виробництва з використанням менеджменту і маркетингу. На сьогодні маркетингові послуги в Україні надають близько 20 фірм. Великі українські маркетингові компанії є членами європейської асоціації маркетологів ESOMAR і мають власні опитувальні мережі, що охоплюють всю територію України.

Найбільшим попитом в Україні користуються дослідження ринку споживчих товарів продовольчої групи, непродовольчі товари повсякденного попиту, офісна техніка, побутова техніка, меблі. Якщо ж проводити аналіз галузевої належності замовників, то виявиться, що не менше 75% замовників — виробники товарів (послуг) і власники мас-медіа; інша частина — імпортери, торгові і посередницькі організації.

В Україні сьогодні існує дефіцит професійних кадрів маркетологів промислового ринку та навчальної літератури з питань промислового маркетингу.

Маркетинг необхідний, як для торговельно-економічних відносин у середині країни, так і для виходу на міжнародний ринок.

В Україні проходить етап становлення, але є всі перспективи його розвитку на вітчизняних підприємства. Ефективне та прибуткове функціонування маркетингу можливе в ринковій економіці. На українському ринку маркетинг має задовольнити не лише виробників, а й права та потреби споживачів та встановити рівновагу попиту і пропозиції. «Виробляти не те, що продається, а те, що споживається» — основне гасло маркетингу.

Важливою державною задачею є підготовка висококваліфікованих фахівців, здатних забезпечити конкурентоспроможність як окремого підприємства, так і країни в цілому.

СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ

А. Куракова

Луцький інститут розвитку людини,

II курс, група Мр-2.1, спеціальність «Маркетинг»

Науковий керівник: В. О. Морохова

Трансформація вітчизняної економіки від командно-адміністративної до ринкової спричинила зміни у всіх сферах діяльності. Елементи знання ринку в Україні почали зароджуватися лише на рубежі 80 і 90 рр. ХХ ст. спочатку у виробничо-збутовій діяльності, зокрема промисловості і надання різноманітних послуг, а згодом — у інших галузях народного господарства. Поняття «ринкова діяльність» передбачає застосування принципів, способів і методів продажу товарів і послуг покупцям з метою успішного задоволення їх потреб. Воно ототожнюється з поняттям «маркетинг» або ринкознавство. Науковці виділяють класичний і сучасний погляди на «маркетинг». В класичному розумінні «маркетинг» — це підприємницька діяльність, яка здійснює управління рухом товарів і послуг від виробника до споживача або користувача. В сучасному розумінні «маркетинг» — це процес планування, втілення задуму, ціноутворення, товаропросування і реалізації ідей, товарів і послуг шляхом обміну, задоволення мети осіб і організації.

Основними принципами, завдяки яким маркетинг виконує відповідні функції, є: вільний вибір мети і стратегії функціонування та розвитку; концентрація зусиль на досягненні кінцевих результатів виробничо-збутової діяльності та оволодіння часткою ринку; відкритість до споживачів, їх потреб і побажань; комплексний підхід до вирішення проблем відповідно до наявних ресурсів і можливостей фірми; науковий підхід до вирішення маркетингових проблем; гнучкість у досягненні поставленої мети через реакцію на постійні зміни у макросередовищі ринку. Завдяки перерахованим принципам підприємства та фірми мають можливість обирати цілі своєї діяльності. В загальному цілі маркетингу Ф.Котлер зводить до таких чотирьох напрямів: досягнення максимально можливого високого споживання; досягнення максимальної споживчої задоволеності; надання максимально широкого вибору; максимальне підвищення рівня життя. Функції маркетингу, які виконують окремі суб'єкти (підприємства та особи), взаємопов'язують їх у процесі ринкових і комунікативних зв'язків.

Суб'єктами маркетингу виступають: споживачі (користувачі), товаровиробники і обслуговуючі організації, підприємства гуртової і роздрібною торгівлі, організації-споживачі та служби маркетингу. Наведені принципи, цілі і функції є своєрідним джерелом розуміння суті і внутрішнього змісту маркетингу, а концепція і основні поняття «маркетингу» виходять за рамки розгляду внутрішніх сторін цієї науки.

Світова практика маркетингової діяльності засвідчила п'ять основних концепцій розвитку маркетингу:

1. Концепція вдосконалення виробництва, суть якої полягає у зосередженні зусиль і спрямуванні усіх ресурсів на вдосконалення виробництва товарів та підвищення ефективності їх розподілу.

2. Концепція вдосконалення товарів, суть якої полягає у зосередженні зусиль на вдосконаленні товарів, їх параметрів та повному використанні якісних характеристик, розробці значної кількості модифікацій товару.

3. Концепція інтенсифікації комерційних зусиль (концепція збуту) орієнтована на покращення роботи із стимулювання збуту, рекламування, персонального продажу і пропаганди товарів і послуг.

4. Концепція маркетингу передбачає визначення і детальний аналіз ринку, пошук цільових сегментів, застосування комплексу дослідження ринкового середовища і конкуренції.

5. Концепція соціально-етичного маркетингу пов'язана із скрупульозним вивченням потреб, запитів і вимог споживачів, забезпеченням задоволення більш ефективними, порівняно з конкурентами, способами використання, збереження і сприяння оздоровленню громадян суспільства.

Література

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг. Підручник. — К.: Лібра, 2002. — 712 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1992.
3. В. В. Липчук, А. П. Дудяк, С. Я. Бугіль. Маркетинг: основи теорії та практики. Навчальний посібник / За загальною редакцією В. В. Липучка. — Львів: «Новий світ — 2000»; «Магнолія плюс». — 2003. — 288 с.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

А. О. Слободенко

*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини «Україна»
Факультет менеджменту та маркетингу*

ІУ курс, група М-4, спеціальність «Маркетинг»

Науковий керівник: О. С. Шевчук, канд. пед. наук, доцент

Україна була та залишається одним із найбільших промислових регіонів світу. І хоча нині багато підприємств, які колись були зростаючими, занепадають і закриваються, в останні роки намітилась тенденція до поступового відродження української економіки.

З'являється все більше українських підприємств, які є конкурентоспроможними, опанували засади діяльності в умовах ринку і зараз процвітають. Їх успіх обумовлений здатністю до змін та реструктуризації діяльності підприємства, що в свою чергу вимагає ретельного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища організації, стратегічного планування, високої якості менеджменту, розробки ефективних управлінських рішень та втілення цих рішень адекватними засобами. Досягнення міцних конкурентних позицій сьогодні навряд чи можливе без релевантної маркетингової інформації, яка може бути отримана лише завдяки систематичним маркетинговим дослідженням.

Після майже десяти років падіння виробництва, збільшення заборгованості по зарплаті та зростаючої залежності від бартеру в Україні зараз є загальне розуміння того, що підприємства не зможуть вижити, не змінивши методів своєї діяльності. Більшість керівників організацій свідомі того, що для поліпшення справ вони мають покладатися лише на себе. Саме усвідомлення цієї проблеми є першим кроком на шляху до економічного оновлення.

Нажаль нині ще багато українських підприємств перебувають нижче зони конкурентоспроможності. І хоча відбуваються позитивні зміни, їх нинішні темпи не дають змоги увійти до цієї зони. Аналіз сучасної практики українського бізнесу показує, що підприємства, де ще не налагоджена система збору та постійного аналізу маркетингової інформації, не можуть достовірно оцінити власні конкурентні позиції, сильні й слабкі сторони конкурентів, вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на економічну діяльність організації,

а відтак, не мають змоги виробити правильну стратегію й тактику в мінливому соціально-економічному середовищі.

Попереднє вивчення наявного стану практичної діяльності щодо використання маркетингових досліджень у підвищенні конкурентоспроможності українських підприємств дає підстави стверджувати про наявну проблемну ситуацію, що характеризується розбіжністю між нагальною потребою підприємств у своєчасній, достовірній та якісній маркетинговій інформації, з одного боку, та відсутністю достатнього рівня знань методології та методики збору й аналізу маркетингової інформації, впровадження результатів маркетингових досліджень в діяльність по підвищенню конкурентоспроможності організації, — з іншого.

Маркетингові дослідження та їх практичне використання є складним процесом, який потребує глибоких знань, правильної організації збору та аналізу ринкової інформації, певних зусиль, часу та матеріальних ресурсів, але досвід свідчить, що вони можливі й того варті.

Отже необхідність вивчення теоретичного підґрунтя, практичного досвіду та розробки шляхів і методів маркетингових досліджень, впровадження яких сприяє вдосконаленню конкурентоспроможності організації є надзвичайно актуальною і має велике практичне значення.

У зв'язку з цим, основною метою дослідження є обґрунтування різновидів етапів та методів маркетингових досліджень та механізму їх застосування щодо ідентифікації, аналізу та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

АВТОМАТИЗОВАНЕ РОБОЧЕ МІСЦЕ МЕНЕДЖЕРА ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О. С. Бурдіна

*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини
ВНЗ ВМУРОЛ «Україна»,
факультет менеджменту та маркетингу, VI курс, група МО-6,
спеціальність «Менеджер організацій»*

Науковий керівник: О. С. Шевчук, канд. пед. наук, доцент

В сучасних умовах переходу України до ринкової економіки в кожній галузі відбувається пошук нових шляхів і методів виробництва, здійснюється аналіз сучасного стану, розглядаються перспективи на майбутнє.

Ці процеси характерні також для туристичної галузі, яка спрямована на отримання прибутку через задоволення туристичних потреб населення, надання йому різноманітних туристичних послуг у вигляді житла, харчування, транспортного та екскурсійного обслуговування, іншого сервісу.

Розвиток туризму в Україні особливо актуальний, оскільки саме завдяки йому Україна може поліпшити соціально-економічну ситуацію. Сфера туризму підтримує майже 50 суміжних галузей та створює додаткові робочі місця. Один турист дає роботу 10 особам. Створення одного робочого місця в туризмі в 20 разів дешевше, а ніж у промисловості. Туризм в Україні може і мусить стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевого бюджетів. Звісно однією з найважливіших професій у туристичній галузі є менеджер, саме від його роботи залежить успіх організації (туристичного оператора або туристичного агента), тобто прибуток.

Професія менеджера вимагає наявності у людини відповідних особистісних якостей, таких як гнучкість мислення, уміння знаходити спільну мову з людьми і розуміти їх проблеми, працездатність, мобільність, наполегливість, ініціативність, стресовитривалість. Робота менеджера — один з рідкісних прикладів, коли особисті риси характеру одночасно є і професійними.

Отже для досягнення найбільшого прибутку потрібно удосконалити роботу менеджера. При цьому виникають певні проблеми, практичне вирішення яких дуже ускладнено через відсутність відповідних теоретичних розробок. Однією з таких актуальних на сучасному етапі проблем, є проблема організації робочого місця менеджера туристичної діяльності.

Проблемою організації та автоматизації робочого місця менеджера займалися провідні вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти Л. В. Балабанова, В. М. Антонов, Г. Є. Мошок, В. С. Пономаренко, Ш.Т. Махнамов, А.Ю. Тривайло тощо.

Завдання раціональної організації робочих місць керівників включає в себе не тільки устаткування його усім необхідним відповідно до змісту та характеру роботи, яка виконується, але й раціональне його розміщення, створення комфортних умов праці. Робоче місце менеджера повинно виключати витрати часу, пов'язані з недоцільним переміщенням, забезпечувати умови для раціонального виконання менеджером своїх функцій і економне використання площі службового приміщення.

Найкращий варіант організації робочого місця, як і в інших сферах діяльності, може бути визначений лише за умови детального аналізу тієї роботи, яка виконується менеджером.

Правильна організація робочого місця дає змогу менеджеру: раціонально, з найменшими витратами праці виконувати свої функції; ефективно спілкуватися з підлеглими та іншими працівниками; підтримувати високу працездатність і робочий настрій.

Одна з найважливіших можливостей інтенсифікації праці менеджера в сучасних умовах полягає у створенні автоматизованого робочого місця.

Автоматизовані робочі місця створенні на основі сучасної обчислювальної техніки з доданням відповідного програмного забезпечення, є важливим елементом новітніх інформаційних технологій. Завдяки автоматизації багатьох функцій і безпосередньому доступу до інформаційних ресурсів забезпечуються ефективна організація праці спеціалістів.

Особливо важливим є створення відкритого інформаційного простору для співпраці з іншими регіонами та країнами, так як кожна організація прагне досягти найбільшого прибутку, а це можливо при досягненні якомога більших об'ємів праці, в даному випадку, кількості туристів.

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

О. П. Лукашевич

*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини «Україна»
Факультет менеджменту та маркетингу*

III курс, група М-3, спеціальність «Маркетинг»

Науковий керівник: О. С. Шевчук, канд. пед. наук, доцент

Аналіз розвитку економічної ситуації в Україні в період переходу від переважно адміністративних методів управління економікою до ринкових показує, що всупереч очікуванням, промислове виробництво не тільки не стало ефективнішим, але й знадобились дуже серйозні зусилля для зупинення спаду його обсягів.

З'ясування усіх можливих причин того, що сталося вимагає більш глибокого, детального та тривалого дослідження. Однак безперечним є той факт, що падіння обсягів виробництва і криза багатьох підприємств значною мірою зумовлені неготовністю керівництва

до діяльності в ринкових умовах, а точніше до ефективної маркетингової діяльності. Слід зазначити, що в останні роки спостерігається позитивна тенденція до відродження й розвитку певних галузей української економіки.

Серед успішних українських підприємств відрізняються саме ті, які досягли конкурентоспроможності завдяки здатністю до ефективної маркетингової діяльності, ретельних маркетингових досліджень, розробки адекватних маркетингових стратегій та їх реалізації. Усе більше керівників розуміють, що виробити продукцію — це лише половина справи. Головною метою є успішна реалізація товару, що виробляє підприємство.

Однак продаж виробленого являє собою вершину айсберга, який називається маркетингом. Справа не лише в тому, щоб створити маркетинговий відділ. Як свідчить досвід, не має особливого значення, як організоване підприємство і хто формально входить у відділ маркетингу, тому що маркетингова діяльність потребує вирішення задач, пов'язаних із розробкою ринкової концепції, сегментуванням ринку, задоволенням потреб споживачів тощо. На підприємстві, дійсно орієнтованому на маркетинг, неможливо зробити просте розмежування, виділивши тих, хто працює в області маркетингу, тому що кожний приймає своє рішення, думає про результати впливу на покупців і ринки. Слід зазначити, що досягнення міцних конкурентних позицій сьогодні навряд чи можливе без добре налагодженої системи маркетингу та маркетингових досліджень на підприємстві.

Однак нині ще багато українських підприємств поки що не налагодили якісну маркетингову діяльність, а тому не можуть конкурувати з фірмами-суперниками в галузі, втрачають свої ринкові позиції, опиняються у кризовому стані й згодом банкрутують.

Попередній аналіз маркетингової діяльності українських підприємств показує, що дотепер склалася проблемна ситуація, що полягає у розбіжності між нагальною потребою підприємств у налагодженні ефективної маркетингової діяльності як запоруки економічного успіху, з одного боку, та недостатнім рівнем знань теорії маркетингу та практики впровадження системи маркетингових принципів та методів у діяльність підприємства, — з іншого.

Існує багато прикладів, коли підприємства намагаючись іти в ногу із сучасністю лише перейменовують відділи збуту у відділи маркетингу не змінюючи по суті свою ринкову діяльність. Слід зазначити, що маркетингова діяльність є складним процесом, який потребує глибоких знань, правильної організації та координації

дій усіх підрозділів підприємства, заснованої на систематичних маркетингових дослідженнях.

Отже проблема теоретичного обґрунтування та вивчення практичного досвіду маркетингової діяльності підприємства є безперечно актуальною і вимагає ретельного дослідження з урахуванням специфіки галузі.

ПІДСЕКЦІЯ 1.4. УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ГОСПОДАРЮВАННЯ В РИНКОВИХ УМОВАХ

ПРОБЛЕМИ УКРАЇНИ В ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНІЙ ПОЛІТИЦІ

І. Кауза

*Луцький інститут розвитку людини,
III курс, група Мр-3.1, спеціальність «Маркетинг»
Науковий керівник: А. В. Завірюха, ст. викладач*

Після здобуття незалежності Україна веде активну зовнішньоторговельну політику. Вже в 1993 р. вона провадила торговельні операції більш ніж з 180 країнами світу. Зовнішня торгівля має для України велике значення.

Різні типи зовнішньоторговельної політики часто мають протилежні орієнтири. Лібералізація, наприклад, передбачає скорочення обмежень зовнішньоторговельної торгівлі й використання механізму цін, а стратегічна (протекціоністська) зовнішньоторговельна політика — зміцнення позицій вітчизняних підприємств порівняно з іноземними і надання та можливості отримання більшої частки прибутку, що створюється.

В аграрних відносинах зі світовим товариством, як і загалом у зовнішньоекономічній діяльності України, чітко простежуються два періоди: перший — 1991–1994 рр., другий, що розпочався в кінці 1994 р. триває і нині. На першому етапі зовнішні аграрні відносини зазнавали значного впливу процесів, зумовлених розпадом Радянського Союзу, а також зовнішньоекономічних заходів Росії, яка різко підвищила ціни на свої енергоносії. Негативно позначились на економіці країни прорахунки у сфері макроекономіки, що зумовили високий рівень інфляції і значне регулювання цін на

внутрішньому ринку: торговельна діяльність АПК у цілому була обмежена, а в окремих випадках і мало керована. Торгівля спрямовувалася головним чином на нейтралізацію збитків, спричинених різницею між внутрішніми і зовнішніми цінами. Експортна торгівля сільськогосподарськими товарами обмежувалася. Неефективна система платежів ще більше погіршила ситуацію і стала однією з причин виникнення зовнішнього боргу.

Розглядаючи природно-сировинну базу України потрібно пам'ятати, що за земельною територією вона є найбільшою (після європейської частини Росії) країною Європи, а за природною родючістю ґрунтів та їх якісним складом — однією з провідних держав світу. Як стверджує Ю. Бернський, за економічним і науковим потенціалом Україна входить до першої п'ятірки країн Європи, а за ефективністю використання замикає першу сотню країн світу. Це пояснюється низькою конкурентно спроможністю експортного виробництва, важким періодом депресії в економіці, пов'язаної зі структурними перетвореннями і переходом до ринкових відносин. Модернізація аграрного сектора, запровадження сучасних господарських форм спроможні підвищити продуктивність сільського господарства України в еквіваленті, що забезпечує продуктами харчування 140–145 млн. чоловік.

Тому доцільно було б використати методологію планування (індикативного і директивного) по визначенню обсягів виробництва, основою яких повинні стати принципи контрактної системи договорів між державою і господарськими суб'єктами по виробництву сільськогосподарської продукції, які можуть мати дві форми: перша — підписання контрактів щодо обмеження посівів певної культури і виведення земельних ресурсів з обороту з відповідною компенсацією; друга — введення прямого квотування обсягів виробництва. Даний тип відносин пройшов певну апробацію у країнах розвинутої економіки (США і Західна Європа). Незважаючи на те, що головним завданням регулювання сільськогосподарського виробництва в Україні на даний період є нарощування обсягів виробництва, на часі уже стоїть проблема розробки правового підґрунтя вищезазначених питань.

Отже, економіка України окрім впровадження методологій планування, потребує залучення іноземних інвестицій, ефективних технологій, а відтак — розширення збуту продукції за кордон. Потрібно підвищити роль зовнішньоекономічної орієнтації аграрного комплексу країни, оскільки інтеграція економіки України у світове господарство є фактором економічного зростання, і наближення до європейських стандартів якості життя.

Література

1. Козик В. В. Міжнародні економічні відносини: Навч. посіб. для вузів.— К.: Знання-Прес, 2002.— 406 с.
2. Лазерник Л. Л. Зовнішньоторговельні чинники розвитку України // Міжнародні економічні зв'язки, 2003.— №6.
3. Нірван Л. А. Проблеми і перспективи України у міжнародній торгівлі // Фінансовий механізм, 2003.— №5.

**РОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОГО РЫНКА
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

А. А. Опарин

*Николаевский межрегиональный институт развития человека
ВНЗ «ВМУРОЛ» «Украина»,
факультет экономики и предпринимательства,
II курс, группа БС-2, специальность «Банковское дело»
Научный руководитель: Е. Г. Юрин, канд. экон. наук*

В Украине развитие инвестиционного рынка происходит противоречиво.

На протяжении последних лет увеличивается доля инвестиций в экономику Украины. На протяжении 1998–2002 годов капитальные вложения выросли больше, чем в 2 раза — с 14 млрд грн в 1998 до 37 млрд грн в 2002 году. Одновременно инвестиционная сфера украинской экономики имеет ряд недостатков:

- неэффективная экономическая политика государства;
- неэффективная амортизационная политика, которая имеет налоговое обоснование;
- невысокая привлекательность инвестиционного климата, вызванная правовой нестабильностью, низкой эффективностью хозяйствования, коррупцией, неадекватным налоговым давлением на товаропроизводителя;
- невысокая культура сопровождения инвестиционного процесса;
- отсутствие цивилизованного рынка земли;
- отсутствие программы налаживания сотрудничества с стратегическим иностранным инвестором.

Одновременно в Украине существуют показатели, которые привлекают инвесторов: вместительный рынок, низкая стоимость рабочей силы, выгодное географическое положение, благоприятные погодные условия.

Успешное решение финансовых проблем реформирования деятельности предприятия, применение современных систем управления и реструктуризации и обеспечения платёжеспособности предприятия возможно при условии изобретения рыночных источников финансирования, которые привлекаются вместо бюджетного финансирования [1].

Нынешняя финансово-кредитная система Украины не заинтересована в финансировании производственной сферы. Ставка по кредитам, которые предоставляют комбанки в три раза больше учётной ставки НБУ. Поэтому большая часть предоставленных кредитов направляются не на финансирование инвестиционных проектов, а на обеспечение «потребительских» расходов (погашение долгов, выплата зарплаты и т. д.) [3].

Одним из элементов развития инвестиционного рынка есть активизация деятельности Фондового рынка. Украинский Фондовый рынок ещё не стал надёжным инструментом инвестирования национальной экономики. Фактически Фондовый рынок используется как приватизационный, а не инвестиционный.

Миллионы украинцев сохраняют дома свои сбережения, потому что не доверяют банкам и совсем незнакомы с деятельностью Фондового рынка. Главная из причин — недостаточная прозрачность информации [2].

Для инвестора, прежде чем вложить свои средства в ценные бумаги придётся столкнуться с рядом особенностей:

1. Дорогостоящие операционные затраты;
2. Рекламной активностью банков;
3. Сложность анализа доходности ценных бумаг;
4. Бесприбыльностью большинства акций [4].

Для улучшения инвестиционного климата необходимо законодательное закрепление имущественного статуса долгов, соответствующая защита интересов инвестора, т.е. правовых гарантий возврата кредита. Всестороннего развития требует конкурентная система лизинга машин и оборудования. Стабилизация политической и правовой обстановки в стране. Стимулирование мотивации прозрачной хозяйственной деятельности предприятий и организаций. Разработка экономически обоснованной финансово-кредитной политики государства.

Литература

1. Алексеенко Л. М. «Финансовая стратегия выхода предприятия на рынок ценных бумаг» // «Финансы Украины», 1'2001.— С. 131
2. Блага Н. В. «Информационная прозрачность Фондового рынка Украины» // «Финансы Украины», 3'2005.— С. 90.
3. Захарин С. В. «Регулирование развития инвестиционного рынка» // «Финансы Украины», 7'2005.— С. 98.
4. Паславский О. Я. «Индивидуальный инвестор на Финансовом рынке Украины» // «Финансы Украины» 11'2004.— С. 47.

**ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА
РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ**

О. А. Семенчук

*Рівненський інститут Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»,
економічний факультет, III курс, група ЕП-3,
спеціальність «Економіка підприємства»
Науковий керівник: А. Д. Комісарова*

На сьогоднішній день у вітчизняній і зарубіжній економічній літературі існує два погляди на необхідність державного втручання в сферу зайнятості: кейнсіанський і неокласичний.

Перший, кейнсіанський погляд, відстоює необхідність державного регулювання ринкової економіки взагалі і ринку праці зокрема.

Друга точка зору, що належала споконвічно класикам і успадкована її сучасними послідовниками — неокласиками в особі монетаристської школи, полягає в тому, що ринкова економіка має вбудовані важелі саморегуляції, а державне втручання, навпаки, розглядається ними як елемент, що штучно впливає на цілісний організм ринку і шкодить йому.

Недоліки державного регулювання економіки традиційно виділяють неокласики.

В радянській суспільній науці панував класовий підхід до визначення держави, відповідно до якого держава є «організація політичної влади економічно пануючого в суспільстві класу; основним знаряддям політичної влади в класовому суспільстві. Виникло внаслідок суспільного поділу праці, появи приватної власності і розколу суспільства на класи».

Сучасний підхід до проблеми держави визначає як «основний інститут політичної системи суспільства, що організує, направляє і контролює спільну діяльність і відносини людей, суспільних груп, класів і асоціацій».

Подолання змушеного безробіття і досягнення повної зайнятості виступає цілком очевидною метою суспільного розвитку, однак неприйнятно для ринкової економіки, в рамках якої діє пріоритет приватного над суспільним. Таким чином, у наявності протиріччя між необхідністю соціальної ефективності і реалізацією ефективності економічного характеру. Тільки держава в силах розв'язати сформоване протиріччя. За допомогою програми зайнятості вона покликана зробити економічну політику на макро- і мікрорівні адекватною цілям соціального розвитку людського співтовариства.

Слід визнати ряд негативних моментів у процесі державного регулювання сфери зайнятості.

У результаті все це дає підстави думати, що головним недоліком державного регулювання зайнятості може стати проведення його в інтересах капіталу, а отже, в інтересах асоціального характеру ринкової економіки.

Таким чином, усвідомлення необхідності державного втручання вимагає від економістів усвідомлення негативних сторін цього явища, свідченням якого в теорії стане формування соціально орієнтованої моделі сучасного ринку праці, а на практиці — вироблення об'єктивної раціональної програми в сфері зайнятості і соціальної підтримки населення.

Крім того, в умовах ринку домінує принцип розподілу доходів «кожному за його капіталом». Тенденція в розподілі і русі власності за законом елітарності високої концентрації багатства збільшує цей факт, оскільки не тільки сприяє подоланню соціальної нерівності, але і відтворює його в усе більших масштабах.

Так, у підприємців — дістати максимальний прибуток, а в найманих робітників — високу заробітну плату. Однак обидві сторони втягнені в єдиний процес — процес виробництва і повинні запобігати появі конфліктів.

Література

1. Таршина О. С. Економіка та держава: міжнародний науковий практичний журнал. — К., 2006.
2. Шолудько О. Праця і зарплата. — К., 2006.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

В. О. Боровець

*Рівненський інститут Відкритого міжнародного університету
розвитку людини «Україна»,*

*соціально-психологічний факультет, II курс, група Пс-2
спеціальність «Психологія»*

Науковий керівник: А. Д. Комісарова

Прийняття Міжнародною конференцією праці рекомендації МОП з питань регулювання трудових відносин має стати важливим кроком, спрямованим на реалізацію концепції гідної праці МОП Декларації МОП щодо основоположних прав та принципів у світі праці.

Національне трудове законодавство має сприяти збільшенню та підвищенню якості зайнятості, появи нових форм гідної праці та екологічному зростанню. З метою вдосконалення, забезпечення чіткішого формування та посилення захисної функції національного трудового законодавства необхідно:

- а) доповнити проект Трудового кодексу України (реєстр №1038-1), прийнятий Верховною Радою України у першому читанні, визначеннями термінів «трудові відносини»;
- б) забезпечити внесення до чинного законодавства з метою уніфікації термінологічних визначень сторін трудових відносин, законодавче визначення статусу зайнятості особи;
- в) опрацювати питання щодо підготовки до ратифікації Україною Конвенцій МОП № 81 (1947 р.) «Про інспекцію праці», №150 (1978 р.) «Про регулювання питань праці: роль функцій та організація» та №181 (1997) «Про приватні агентства зайнятості».

З метою забезпечення належного розгляду ситуацій, коли трудові відносини не мають чіткого характеру, помилково визначаються сторонами як цивільні чи комерційні відносини або приховуються в будь-якій іншій спосіб, доцільним є запровадження до національної юридичної практики принципів верховенства фактів, за якого встановлення наявності трудових відносин не повинно залежати від домовленості між сторонами, що досягнуті на основі контракту, або інших заходів та презумпції статусу найманого працівника, коли людина вважається найманим працівником за наявності однієї або кількох установлених ознак.

Національні органи регулювання праці мають виконувати роботу щодо збирання статистичних даних, виявлення секторів і професійних груп із високими рівнями прихованої зайнятості, зокрема серед жінок, розробляти заходи щодо її запобігання, рекомендації для працівників та роботодавців з питань регулювання трудових відносин та визначення статусу зайнятості.

Реалізація наведених вище напрямів удосконалення правового регулювання трудових відносин дасть змогу сформувати сучасне правове поле в цій сфері, що є дуже важливим завданням у контексті розбудови України як демократичної соціальної держави з ринковою економікою, створити передумови для інтеграції країни до світового економічного процесу.

Література

1. Адамчук В. В., Ромашов О. В., Сорокіна М. Е., Економіка и социология труда. Учебник для вузов.— М.: ЮНИТИ, 1999.— 407 с.
2. Богиня Д.П., Грیشнова О.А. Основи економіки праці. Навч. посіб.— К.: Знання-Прес, 2000.— 313 с.
3. Петюх В.М., Риннок праці. Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.— К., 2000.
4. Кодекс законів про працю України / Кодекс України: у 2 т.— К.: Ін Юре, 1997.— Т. 1.
5. Экономика труда и социально-трудовые отношения / Под ред. Мелькьяна.— М., 1996.
6. Ж. Україна: аспекти праці, №6.— К., 2005.

ДИПЛОМОВАНИЙ БЕЗРОБІТНИЙ

О. І. Жолобович

*Рівненський інститут Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»,
економічний факультет, III курс, група ЕП-З,
спеціальність «Економіка підприємства»
Науковий керівник: А. Д. Комісарова*

Так склалося, що через недостатній практичний досвід, відсутність професійних знань, моральну невідповідність до конкуренції багатьом молодим людям реалізувати своє право на працю досить проблематично. За порогом вищого навчального закладу вчорашніх студентів не чекають гарячі обійми працедавців, оскільки вони віддають перевагу спеціалістам з досвідом. А без досвіду запропонують мізерну заробітну плату або вакансію, дуже далеку

від набутого фаху. Такі умови здебільшого не можуть задовольнити очікувань і райдужних надій молоді.

Зазвичай більшість дипломованих спеціалістів у пошуках роботи покладається на особисті зв'язки й рекламні оголошення. Проте чимало випускників ВНЗ звертається за допомогою до центрів зайнятості.

Молоді люди з новенькими дипломами не завжди підготовлені до реалій на ринку праці і не мають практичних навиків.

Окрім того, проблема працевлаштування молоді нині набула чіткого фахового розмежування.

Статистика свідчить: серед осіб, котрі цього року закінчили навчання у вищих навчальних закладах і звернулися до служби зайнятості в пошуках місця праці, переважали бухгалтери, економісти, менеджери, вчителі початкової школи, банкіри, правознавці, фахівці сфери торгівлі та медицини (зокрема, медсестри, акушери).

Надзвичайно гострою стала проблема підготовки юристів. Нині споживачі юридичної інформації — фізичні і юридичні особи, міжнародні організації, спільні підприємства тощо. Професія «правознавство» охоплює не лише традиційні напрями: прокуратуру, адвокатуру, суд, слідчу діяльність, господарське право, — її доповнено вивченням конституційного, фінансового, цивільного, трудового, земельного та екологічного права.

Як не крути, а в області робітників нині легше працевлаштуватися, ніж дипломованому спеціалістові. Обласна служба зайнятості враховує цю обставину і надає фахівцям з освітою можливість перенавчитися, тобто (за бажання) освоїти одну з потрібних на ринку праці професій, а пропонується їх близько 70.

Державний центр зайнятості для безробітних з вищою освітою рекомендує розширювати профіль (підвищувати кваліфікацію) або змінювати спеціалізацію, за наявності замовлень працедавців на фахівців цього напрямку.

Торік Верховна Рада України затвердила важливе рішення щодо проблеми працевлаштування молоді, ухваливши Закон «Про забезпечення молоді, яка отримала вищу або професійно-технічну освіту, першим робочим місцем з наданням дотації роботодавцю». Завдяки цьому молоді люди за сприяння державної служби зайнятості зможуть набути досвід роботи за фахом упродовж двох років. Щоправда, хотілося, аби таке місце праці гарантувало пристойну зарплату. Поки що цей Закон не працює ефективно.

Література

1. Шолудько О. Праця і зарплата: для фахівців народного господарства.— К., 2006.— №3.
2. Чижова Л. С. Занятость и рынок труда: новые реалии, национальные приоритеты, перспективы.— М., 1998.
3. Петюх В. М. Ринок праці та зайнятість.— К., 1997.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В. В. Химишинець

*Карпатський інститут підприємництва, факультет менеджменту,
III курс, група МО-31, спеціальність «Менеджмент організації»
Науковий керівник: М. Ю. Шевря, викладач каф. менеджменту*

Існують стандартні проблеми формування ефективного мотиваційного механізму, що характерні для багатьох організацій. Проблема мотивації має різні аспекти: біологічний, психофізіологічний, гуманістичний, економічний, організаційно-технічний та інші.

Оплата праці є найважливішим мотиваційним стимулом до праці. До показників оплати праці відносяться: великий оклад (тарифна ставка), винагорода за кінцевий результат, премії за підсумками кварталу і року, премії за вислугу років, за віком і суто соціологічний показник.

В даний час на підприємствах застосовують головним чином лише один інструмент мотивації персоналу — заробітну плату та інші економічні важелі. Але фіксований посадовий оклад не є ефективним способом мотивації. Якщо людина, незалежно від того скільки вона працюватиме, буде одержувати однакову суму грошей, то це призведе до зниження продуктивності її праці. Елементи суб'єктивного преміювання, не працюють так добре, як хотілося б. Системи штрафів, що є присутніми у деяких організаціях, скоріше демотивують співробітника, спонукаючи його лише формально виконувати деякі доручення. Але якщо поглянути на проблему з практичного боку, то на підприємствах Хустщини досить часто застосовують системи штрафів і це в достатній мірі дисциплінує і мотивує працівників.

Проведене нами опитування показало, що середній дохід в сім'ях становить близько 800–1000 грн. Але, багато хто з респондентів зазначили, що цих грошей їм не вистачає навіть на продукти

харчування. Це пояснюється високими темпами інфляції на Україні, рівень якої в за січень-лютий поточного року зріс більше ніж на 3%. Що змушує людей працювати за невелику заробітну плату.

Говорячи про моральне стимулювання, то на більшості підприємств воно взагалі відсутнє. Але там де керівництво турбується цією проблемою, то це приносить свої плоди. Працівники таких підприємств відчувають себе у безпеці, впевнені у собі і довіряють керівникам. В таких організаціях часто панує відвертість і взаємоповага.

На нашу думку, головна задача керівника колективу полягає в постійному вивченні колективу, визначенні індивідуальних особливостей співробітників при плануванні, підтримці правильної мотивації до праці та створенні сприятливого психологічного клімату.

Якість трудового життя є на сучасному етапі найважливішим стимулом зростання продуктивності праці на підприємствах. Вона визначається станом трудового колективу, досконалою системою оплати праці, ефективним робочим місцем, ставленням керівництва підприємства до співробітників, можливістю службової кар'єри й об'єктивною атестацією кадрів, забезпеченням соціальних гарантій і додаткових благ співробітникам.

Ми пропонуємо наступні методи заохочень в організаціях.

По-перше, заохочення має стимулювати поведінку так, щоб цілі працівників співпадали з цілями організації.

По-друге, потрібно з'ясувати, яку поведінку необхідно стимулювати, і розробити певну систему заохочення і визначити правила, які будуть чіткими та зрозумілими для всіх працівників.

По-третє, необхідно обговорити нову програму заохочень з колективом, впроваджувати програму заохочень безпосередньо за участю працівників.

І останнє, ми пропонуємо перевіряти наслідки системи заохочень. Майже всі успішні програми заохочень з часом втрачають свою ефективність, оскільки працівники починають сприймати її як гарантоване і невід'ємне. Треба постійно оновлювати програму відміною заохочень, які втратили свою привабливість, і періодично додавати нові (але іноді відміна заохочувальної доплати або виплата тільки якоїсь її частини сприймається як покарання).

ПІДСЕКЦІЯ 1.5. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

ЖИТТЯ І ТВОРЧІСТЬ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО

В. М. Болотова

*Миколаївський Міжрегіональний інститут розвитку людини
ВНЗ ВМУРОЛ «Україна»,
факультет менеджменту та маркетингу,
I курс, група МО-11, спеціальність «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: В. В. Ляшенко, канд. техн. наук, доцент*

Серед синів українського народу однією з наймасштабніших постатей є вчений-енциклопедист, природознавець, мислитель світового рівня Володимир Іванович Вернадський. Він здобув визнання як основоположник наукових напрямів і нових наук про Землю, творець революційного вчення про біосферу, організатор і перший президент Української академії наук, геніальний теоретик, який визначив магістральний шлях пізнання Всесвіту і законів розвитку цивілізації.

Володимир Вернадський добре усвідомлював свою місію на Землі: «Мені судилося сказати людству нове у тому вченні про живу речовину, яке я створюю... Це є мій поклик, мій обов'язок, покладений на мене, який я повинен проводити в життя — як пророк, що відчуває всередині себе голос, котрий закликає його до діяльності... Зараз я усвідомлюю, що це вчення може справити такий вплив, як і книга Дарвіна». Заради досягнення цієї мети, вчений готовий був піти на компроміс із більшовицькою владою. І він зробив це, бо, як справжній патріот, прагнув втілити головну ідею свого життя у себе вдома. З поверненням до Петрограда для В. Вернадського почався тривалий і плідний період наукової та науково-організаційної діяльності. Невеликою перервою у цій інтенсивній праці стало відрядження до Франції для читання лекцій у знаменитій Сорбонні, що їх охоче слухали не лише студенти-геохіміки, а й зрілі вчені Франції. Тож видається цілком закономірним, що саме у цій країні з'явилися такі відомі послідовники вчення В. Вернадського, як С. Леруа, П. Тейяр де Шарден та інші.

Повернувшись із Парижа, Вернадський опубліковує чи не найголовнішу книгу свого життя — «Біосфера», в якій уперше теоретично

визначає це поняття як шар активного органічного життя Землі, що використовує енергію Сонця та перебуває у тісних прямих і зворотних зв'язках з геологічними оболонками й атмосферою. Основи вчення Вернадського про біосферу впродовж останніх трьох чвертей століття практично не зазнали змін, бо до нього важко додати щось принципово нове.

Вчення Вернадського про біосферу має величезне науково-практичне значення. Воно є основою пізнання законів розвитку природи, зокрема «колиски людської цивілізації — Землі, розробки заходів, необхідних для її охорони від негативних природно-техногенних змін, і передбачення цих змін.

Багатогранна науково творчість Володимира Івановича спиралася на унікальну ерудицію, зумовлену широтою його інтересів. Він вивчав класиків світової літератури, філософії, науки, глибоко аналізуючи зміст їхніх творів (Достоевський, Данте, Бальзак, Тургенєв, Дідро, Мальбранше, Спіноза, Кант, Берклі, Шопенгауер, Гегель, Флоренський, Гюго, давньоіндійські і китайські мудреці).

В історії науки важко знайти вченого, який зробив би так багато для людства, як В. Вернадський. Він був «хрещеним батьком» багатьох, видатних вчених сучасності, створив десятки нових науково-дослідних інститутів, музеїв, наукових шкіл. Завдяки його проникливості і могутньому інтелекту сформульовано нові погляди на природу, він розробив учення про біосферу, створив концепцію ноосфери як важливої фази її еволюції. Геніальні ідеї Вернадського — про геологічну вічність життя, про планетарну роль людини і людства, про розширення наукової свідомості у світі — вражають сучасні, точні з великим пророчим потенціалом.

Праці вченого мають неоціненне світоглядне значення, оскільки спонукають нас заглиблюватись у проблему місця та ролі людини у природі й суспільстві, замислитись над одвічним питанням: хто ми є і чого хочемо досягти для себе та своїх дітей? Він — один із геніальних мислителів людства, які, за словами Льва Толстого, «здатні бачити через голови інших людей і століть» та вести їх за собою.

ПЕРСПЕКТИВИ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

О. В. Захарченко

Горлівська філія, факультет економіки та підприємництва,

III курс, група ОА-03,

спеціальність «Облік та аудит»

Науковий керівник: Є. О. Гужавіна, викладач

У наш час важко назвати більш важливу і багатогранну сферу діяльності, ніж управління або менеджмент, від якого в значній мірі залежать ефективність виробництва і якість обслуговування населення. Менеджмент являє собою систему прийняття та реалізації рішень, направлених на досягнення оптимального варіанта використання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів та зумовлений такими базисними чинниками, як тип власності, форма державного устрою, міра розвитку ринкових відносин. Розвиток сучасного менеджменту в умовах сталого розвитку України в значній мірі залежить від цих чинників.

Тому сьогодні виникає актуальність визначення тенденцій майбутнього розвитку науки та практики менеджменту. Для цього необхідно проаналізувати погляди зарубіжних дослідників та спроектувати їх у реалії України. Отже, аналіз менеджменту 2-ї половини ХХ ст. показує, що у період його розвитку можна виділити наступні школи:

Таблиця

Типи шкіл, які сприяли становленню менеджменту

Школа	Внесок в розвиток науки	Видатні представники
Класична школа 1860 — по наш час	Наукове управління, хронометраж, функції управління, адміністративне управління.	Гант, Давіс, Тейлор, Гилберт, Увік, Черч, Файоль, Рейлі
Поведінчеська школа (біхевіотристська). Японія 1940 — по наш час	Прикладна мотивація, професійні менеджери, управління загалом.	Мойо, Барнард, Пітер, Друкер, Макгрегор, Чермен, Форрестор
Школа управлінської науки. Європа.	Дослідження операцій, моделювання, теорія Грі, теорія рішень, математика моделей.	Райфа, Маслоу, Тейлор

Як бачимо, особливість менеджменту 2-ї половини ХХ ст. пов'язана з різноманітністю його теорій, тому сучасний менеджмент в Україні, враховуючи досягнення всіх шкіл і напрямів, інтегрує їх в процесі управління.

На сучасному етапі менеджмент очолює коло проблем, які можна згрупувати наступним чином:

1) відмова від пріоритету класичних принципів шкіл менеджменту, згідно з якими успіх підприємства визначається передусім раціональною організацією виробництва продукції, зниженням витрат, розвитком спеціалізації, тобто впливом управління на внутрішні чинники виробництва. Замість цього першорядною стає проблема гнучкості і адаптованості до постійних змін зовнішньої середовища. Значення чинників зовнішньої середовища різко підвищується в зв'язку з ускладненням всієї системи суспільних відносин (в тому числі політичних, соціальних, економічних), що складають середовище менеджменту організації;

2) використання в управлінні теорії систем, що полегшує задачу розгляду організації в єдності її складових частин, які нерозривно пов'язані із зовнішнім світом. Головні передумови успіху підприємства знаходяться у зовнішній середовищі, причому кордони з нею є відкритими, тобто підприємство залежить в своїй діяльності від енергії, інформації і інших ресурсів, що поступає ззовні. Щоб функціонувати, система повинна пристосовуватися до змін у зовнішній середовищі;

3) застосування до управління ситуаційного підходу, згідно з яким функціонування підприємства обумовлюється реакціями на різні за своєю природою впливи ззовні. Звідси витікає визнання важливості специфічних прийомів виділення найбільш значущих чинників, впливаючи на які, можна ефективно досягати мети;

4) нова управлінська парадигма приділяє величезну увагу таким чинникам, як лідерство і стиль керівництва, кваліфікацію і культуру працюючих, мотивація поведінки, взаємовідношення в колективі і реакція людей на зміни.

Все це підтверджує актуальність формування та впровадження системи мотивації, в основу якої повинна бути закладена характеристика різних типів людської поведінки і визначення її мотивів (R-теорія мотивації) із застосуванням праксеологічних заходів.

ЛІДЕРСТВО ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ СУЧАСНОЮ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Р. В. Іщенко

Факультет економіки та менеджменту,

III курс, група МО-32, спеціальність «Менеджмент організацій»

Науковий керівник: Т. І. Пішеніна

Все двадцяте століття люди ретельно вдосконалювали виробництво. І от уже замаячили примари автоматизованих підприємств, куди не ступає нога людини. Як не крутились, як не вертілися, в підсумку, виявилось, що без людини обійтися не вдається, причому, людині приділяється найактивніша роль, роль лідера.

Лідерство в класичному варіанті розглядається як особлива якість, модель поведінки людини або компанії, що забезпечують передові позиції.

Системи керування організаціями, керівництво проектами, створення й використання систем якості, все це області діяльності, не здатні вижити без лідерства.

Лідер це та людина, якій не треба користуватися силою й перемогти опір. Тому за інших рівних умов наявність лідера забезпечує колосальні конкурентні переваги.

Сучасні тенденції у вивченні проблем і формуванні моделей керування організаціями явно свідчать про певну еволюцію в розумінні основних механізмів, що впливають на конкурентноздатність компанії.

Концепція лідерства як системи керування ще не пророблена в такому ж ступені, як концепція менеджменту. Є лише загальне розуміння, поділюване практично всіма дослідниками: лідерство, як система керування, повинне стимулювати інноваційне поведіння співробітників, що забезпечує постійне народження й використання нового знання на всіх рівнях організації. Таким чином, можна виділити як мінімум дві риси нової системи керування:

1. Забезпечення інноваційного поведіння співробітників компанії.

2. Забезпечення відтворення лідерів на всіх рівнях організації.

Місце лідерству як характеристиці людського ресурсу у світі регулярного менеджменту:

1. Лідерство має на увазі самостійність, незалежність, новизну.

2. Введення регулярного менеджменту різко знижує залежність компанії від особистості менеджера — мрія більшості власників.

3. Здатність бачити далі й впливати на поведження інших — це здатність принципово іншого типу працівника.

4. Сприйняття особистості лідера на вершині організації.

Особливе питання відносини лідера з культурою організації. Культура організації важко вловима, але її роль важко переоцінити. Це найбільш консервативний елемент організації. В умовах швидко мінливих ринків важливо час від часу вносити в неї деякі корективи. Міняти культуру завжди важко. Тільки лідер може собі дозволити проводити такі зміни щодо малою кров'ю, та й то не завжди.

Таким чином, ситуація, у яку попадає керівник, що бажає стати лідером, настільки незвичайна для нього в більшості випадків, що гостро встає питання про навчання лідерству. Час вимагає лідерства. Прирівнювання лідерства до керівництва, що часто зустрічається, представляється нам принциповою помилкою.

Підводячи підсумок, можна сказати, що інноваційне поведження співробітників входить у явне протиріччя із принципами побудови більшості сучасних організацій. Тому поки його присутність у компаніях може бути лише крапковим — у моменти випадкового збігу необхідних обставин: лідера; стимулюючих систем керування; співробітників, навчених інноваційним інструментам; галузі, що заробляє на унікальності. Переклад ідеї лідерства із просто гарної ідеї в розряд систем керування вимагає розробленого, розвинутого інструментарію від філософії керування до систем стимулювання співробітника. Окремі розробки вже ведуться в цьому напрямку: концепція внутрішнього клієнта, перевизначення менеджменту як маркетингової діяльності (див). Вони покликані створити основу для екологічно чистої практики корпоративного керування, здатної заохочувати й підтримувати інноваційне поведження співробітників.

ЗОЛОТО-ПРОМИСЛОВИЙ МАТЕРІАЛ

А. Ю. Логвиненко

*Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
факультет економіки та менеджменту,
кафедра менеджменту ЗЕД*

*II курс, спеціальність «Менеджер зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: Ю. І. Єлесін*

У багатьох народів золото — символ високого достоїнства та цінності. Став засобом товарного обміну (грошима), символом багатства і влади, золото опинилося в середині важливих протиріч

між людьми, цілими народами та державами. З однієї сторони, незупинні пошуки призвели до нових географічних відкриттів, до їх заселення, до розвитку нових промислових районів. З іншої сторони, історія золота — історія кровопролитних війн, колонізації, грабунку цілих народів, історія вбивств та жажливих злочинів.

В таблиці Менделєєва золото займає 79 позицію. Це означає, що атом золота має 79 електронів, які несуть негативний заряд. Золото дуже важке, його щільність складає 19,37 г/см (природного, в залежності від домішок, — від 15–16 до 18–19 г/см). Для золота характерна м'якість та велика тягучість.

Золото — добрий провідник тепла та електричного струму. Температура плавлення 1063° С, воно має велику летучість, яка зростає разом з підвищенням температури.

Модуль потужності золота 19·10 Па, а границя міцності при розриві в залежності від способу його попередньої обробки (вижигання, лиття тощо) коливається від 100 до 140 Па. Найбільшою міцністю при розриві має золота проволочка, протягнута в холодному стані.

В природі золото найчастіше зустрічається в самородках, рідше воно входить до складу деяких мінералів

До промислового використання золота належать виробництво ювелірних виробів, в приладобудівництві, електроніці і тому подібне.

Серед промислових галузей викоистання золота виділяють *позолочення*. Спочатку це робили в основному для прикрашення, але згодом, золотом почали покривати не тільки дрібні вироби, а й архітектурні деталі, купола церков та соборів. Позолота не лише надає святковий вигляд, але й добре захищає покрту поверхню від корозії. І хоча шар позолоти дуже тонкий, в цілому на позолоту витрачається найбільша кількість золота. Зараз позолочення широко використовується в різних галузях техніки. Вчасності, здатність золота добре відбивати інфрачервоні промені та його неокислимість використовуються при створенні різноманітних космічних апаратів і елементів сонячних батарей.

В Каліфорнійському університеті розробили способи покриття золотом вітрове скло автомобілів. Шар настільки тонкий що не впливає на його прозорість, але дає можливість його електрично обігрівати. Скло не змерзає та не запотіває. В умовах жаркого клімату таким шаром покривають вікна жилих приміщень, що захищає їх від перегріву.

В особливих випадках покривають контакти в електричних та електронних апаратурах, в деяких приладах контакти роблять

повністю з золота. Напівпровідникові діоди та тріоди теж виробляють із золота. Також золотом покривають стержні атомних реакторів, відповідальні деталі найскладніших машин та механізмів і в той же час для прикрасення фарфорової та скляної посуду і кераміки. У позолочення є лише одна суттєва вада: золото, яке було використано для цієї цілі, неможливо повернути після того, як вироб відслужував свій термін. Саме тому вчені ведуть пошук найбільш ефективних способів покриття золотом.

Широко використовується позолочення електролізом, метод катодного розпилення електродами, розпилення золота в вакуумі та інші методи.

Крім стійкості до окислення, здатності відбивати інфрачервоні промені, високої теплопровідності та електропровідності золото має здатність надавати деяким металам жаростійкості. Золото — чудовий зварювальний матеріал, добрий каталізатор. Органічні сполучення золота використовують для виготовлення мастильних матеріалів.

Сполучення усіх цих якостей золота робить його корисним матеріалом для багатьох галузей промисловості — електронній, електротехнічній, нафтопереробній, хімічній, авіаційній, медичній тощо. Область технічного використання стає ще ширше, разом з цим збільшується і його витрати.

МЕНЕДЖЕР: ЗМІСТ ТА ВИМОГИ ПРОФЕСІЇ

К. О. Матвієнко

Миколаївський Міжрегіональний інститут розвитку людини

ВНЗ ВМУРОЛ «Україна»,

факультет менеджменту та маркетингу,

II курс, група МО-21, спеціальність «Менеджмент організацій»

Науковий керівник: О. С. Шевчук, канд. пед. наук, доцент

Менеджмент в спрощеному розумінні — це вміння досягати поставлених цілей використовуючи працю, інтелект, мотиви поведінки інших людей. Менеджмент — це також сфера людського знання, що допомагає здійснити функцію управління. Менеджери — це соціально-професіональний прошарок людей, які здійснюють функції управління.

Значущість менеджменту була особливо ясно усвідомлена в 30-і роки минулого століття. Вже тоді стало очевидним, що ця діяльність перетворилася на професію, сферу знань, а представники цієї професії — у вельми впливову суспільну силу.

Основоположники менеджменту характеризують менеджера як професійного керівника, суб'єкта управління, що діє в організації, представника особливої професії, а не просто економіста або інженера, що займається управлінням.

В умовах ринкової системи важливими є не тільки багаторівневе розгалуження корпоративні структури, де наявність посади «менеджер» вже стало правилом. Нині важливим напрямком економічного розвитку країни є створення сприятливих умов для малого бізнесу, в якому менеджер відіграє виняткову роль. Поняття «малий бізнес» у пересічних громадян майже завжди асоціюється з «бізнесменом», «підприємцем», тобто господарем капіталу. Оскільки всі підприємці беруть активну участь у формуванні цілей організації і управляють на початку її діяльності, то всіх їх можна вважати менеджерами. Деякі виявляються вельми успішними в своїй управлінській діяльності не тільки на самому початку розвитку підприємства, але і протягом тривалого періоду роботи підприємства.

Однак риси що належать підприємцю (такі як особистий ризик, реакція на фінансові можливості, бажання довго і наполегливо працювати тощо) зовсім не свідчать про його спроможності ефективно управляти організацією. Деякі підприємці просто не мають здатності або схильності ефективно виконувати управлінські функції, такі як планування, організація, мотивація і контроль. Саме ці функції складають зміст професійної діяльності спеціаліста з менеджменту.

Розвиток ринкових відносин в Україні спричинив певне розгалуження професії на спеціалізації. Нині сформувалося декілька спеціалізованих напрямів менеджменту, таких як менеджер з продажу, менеджер-логіст, менеджер з реклами, менеджер з управління людськими ресурсами тощо. На підприємстві кожна спрямованість має назву посади з певними посадовими обов'язками, які сприяють розвитку фірми, підвищення прибутковості і рентабельності.

На жаль досить розповсюдженим є міф, що менеджером може бути будь-хто. Часто привабливим є модна іноземна назва посади на кшталт «бренд-менеджер», що спонукає молодих людей за будь-яку ціну отримати таку посаду, не маючи певних професійних навичок. Існує також хибна думка, що менеджером можна стати навчаючись на відповідному факультеті університету. Практика розвіює ці міфи. Деякі дипломовані менеджери після закінчення ВНЗ одержують потрібні навички безпосередньо під час практичної роботи, однак значна частина випускників не спроможна адаптуватись

навіть до нижчих керівних посад через брак необхідних особистісних та професійних здібностей.

Таким чином, професія менеджера вимагає наявності у людини відповідних особистісних якостей, таких як гнучкість мислення, уміння знаходити спільну мову з людьми і розуміти їх проблеми, працездатність, мобільність, наполегливість, ініціативність, стресовитривалість. Робота менеджера — один з рідкісних прикладів, коли особисті риси характеру одночасно є і професійними.

ПОРОШКОВА МЕТАЛУРГІЯ В ПРОМИСЛОВОСТІ

І. І. Сушко

*Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
факультет економіки та менеджменту,
кафедра менеджменту ЗЕД, II курс, спеціальність «Менеджмент
ЗЕД»*

Науковий керівник: Ю. І. Єлесін

Останнім часом в практику широко впроваджується порошкова металургія або металокерамічне виробництво порошків.

Виготовлення деталей способами порошкової металургії економічно вигідне, так як має низку переваг перед іншими технологіями:

- можна виготовити матеріали зі спеціальними властивостями;
- можна отримувати такі штучні матеріали та вироби, які не можливо виготовити іншими способами;
- деталі містять меншу кількість домішок, точніше відповідають заданому хімічному складу;
- деталі мають підвищені механічні властивості, порівняно з виплавленими деталями;
- на виготовлення деталей йде в 3...4 рази менше металу;
- кількість технологічних операцій значно скорочується;
- продуктивність праці підвищується в 2...3 рази;
- собівартість продукції зменшується в 1,5...2 рази.

Порівняно з традиційними способами виготовлення заготовок — різанням, литтям, тиском — порошкова металургія майже безвідходна. Так відходи при виготовленні деталей різанням із заготовок, отриманих литтям, становлять 20...80%, а порошковою металургією — всього 5–10%.

Порошкова металургія забезпечує *машинобудівну промисловість* конструкційними, фрикційними й антиірикційними матеріалами; *електротехнічну й електронну* — магнітами, катодами, резисторами;

інструментальну та добувну — твердими та надтвердими сплавами; *авіаційну та космічну техніку, атомну та металургійну промисловості* — хімічно- та термостійкими матеріалами, каталізаторами, вогнетривами. Але основна маса продукції порошкової металургії (60...70%) використовується в *автомобілебудуванні*.

Виробництво порошків є складовою частиною технологічного процесу порошкової металургії. Порошки виробляють механічними та фізико-хімічними способами. Іноді для підвищення економічності або поліпшення властивостей порошків застосовують комбіновані способи їх виготовлення.

Вибір способу виробництва порошку залежить від сировини, способу пресування, спікання, а також призначення отриманої деталі. Тому спосіб отримання порошку впливає на форму та розмір частинок, його властивості та вартість.

Порошки характеризуються фізичними, хімічними та технологічними властивостями, основні з яких регламентуються стандартами та технічними умовами.

Основними властивостями порошків є: насипна маса, плинність, здатність пресуватись і формуватись.

Усі ці властивості впливають на кінцевий результат порошкової металургії і на те, яким буде виріб.

Виріб, отриманий з порошку, називають *порошківкою*. Найпоширенішими способами формування порошківки є холодне та гаряче пресування, вальцювання та шлікерне лиття. Вироби, отримані з порошків, мають малу міцність. Для підвищення міцності та твердості їх піддають спіканню, а у разі потреби викінчуванню.

Зважаючи на великий асортимент властивостей та способів обробки, саме порошкова металургія є пріоритетною галуззю промисловості.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

О. І. Шаповалова

Факультет економіки та менеджменту,

III курс, група МЗЕД-31

спеціальність «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Науковий керівник: Т. І. Пішеніна

Одним з ключових складових інвестиційної активності є створення сприятливого інвестиційного клімату.

Інвестиційний клімат формується під впливом політичних, економічних, юридичних, соціальних та інших факторів, що відповідають умовам інвестиційної діяльності у регіоні, та упереджують ступінь ризику інвестицій. На регіональному рівні інвестиційний клімат виявляється через співвідношення підприємницьких структур, банків та інших суб'єктів господарських відносин регіональних органів влади. На цьому рівні відбувається конкретизація загальної оцінки інвестиційного клімату щодо реальних економічних, юридичних культурних складових як іноземних так і вітчизняних інвесторів.

Для формування такого клімату необхідно передбачити систему заходів, які спрямовані на збільшення потоку інвестицій в економіку регіону.

По-перше, це підтримка інвестиційної діяльності, побудування процедури здійснення інвестиційної діяльності та механізму роботи з регіональними інвестиційними проектами.

По-друге, формування єдиного інформаційного простору, коли через взаємодію з головною організацією виробляється нова інформація, щодо інвестиційних складових:

- єдність фінансового простору;
- єдність технологічного простору;
- єдність нормативно-правового простору.

По-третє, формування єдиної комерційної політики та політики зовнішньоекономічної діяльності:

- формування необхідних ресурсів;
- рівнозначна участь у інвестиційних проектах.

Особливу увагу слід приділити підвищенню професійного рівня персоналу — управлінського складу, та фахівців що задіяні у виконанні інвестиційних проектів, стимулюванню праці та соціальному захисту.

В цілому слід відмітити, що збільшення інвестиційної діяльності у державі на сучасному етапі підкреслює, що відбувається інтенсивна внутрішня перебудова у напрямку формування принципово нових організаційних форм, адекватних умовам ринкового господарювання.

АДАПТАЦІЯ МЕНЕДЖЕРІВ ДО УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О. С. Устименко

*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини ВНЗ
«Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»,
економічний факультет, VI курс, група Ф-61,
спеціальність «Фінанси»*

Науковий керівник: О. С. Шевчук, канд. пед. наук, доцент

Сучасна психологія приділяє значну увагу вивченню проблем професійної і соціально-психологічної адаптації. Останнім часом інтенсивно розглядаються проблеми пристосування до управлінської діяльності осіб, які раніше такою діяльністю не займалися.

Слід відзначити, що існує велика різноманітність видів адаптації (фізіологічна, психологічна, соціальна, соціально-психологічна, виробнича тощо), їх дефініцій і зв'язків між ними.

Загальна професійна дезадаптація керівника полягає в тому, що він при розвиненому захисті, прагнучи до задоволення власних бажань, дуже слабко і в спотвореному вигляді трактує бажання підлеглих.

Мотивація дезадаптованого менеджера пов'язана з прагненням залишатися в тіні і не привертати до себе уваги. Такому керівникові властива байдужість, пасивність, відсутність інтересу до того, що відбувається.

Ще однією проблемою адаптації керівника-початківця у сфері управлінської діяльності є пояснення невдачі зовнішніми обставинами або звинувачення в цьому партнера (як, правило, підлеглих). У такому випадку з'являється небезпека не звертати уваги на ті сторони своєї поведінки, зміна яких могла б привести до успішного освоєння управлінської діяльності.

Плануючи діяльність недостатньо адаптований менеджер ставить завдання занадто узагальнено, уникаючи, наскільки це можливо, конкретних питань. Він вважає, що за це повинні відповідати

самі підлеглі. При підборі кадрів дезадаптований керівник приймає на роботу практично кожного направленого до нього.

Щодо постановки цілей, то такий менеджер вважає, що цілі його діяльності повинні визначати керівники вищого рівня. Одночасно він прагне не втручатися в процес постановки цілей діяльності своїх підлеглих, вважаючи, що це їх обов'язок.

Середньоадаптований менеджер прагне до успіху в організації. Він докладає зусиль, щоб отримати в ній більш високий статус, виявляє лояльність організації, ідентифікуючи себе з її цілями і цінностями.

Здійснюючи управління середньоадаптований керівник контролює час від часу роботу кожного виконавця, підбиває підсумки, при виникненні труднощів прагне усунути їх, змінюючи, коли це можливо, умови праці. Мотивація такого керівника складається з двох тенденцій, що гармонійно поєднуються: максимальна турбота про справу і максимальна турбота про підлеглих, що спричиняється, з одного боку, прагненням додати свій внесок до успіху організації, а з іншого залучити кожного працівника до діяльності так, щоб забезпечити його найбільшу ефективність.

В управлінській діяльності високоадаптований менеджер удається до колективної роботи з максимальною участю кожного співробітника. Такий менеджер налагоджує безперервний зворотній зв'язок отримуючи інформацію про виконання виробничих завдань, визначаючи проблеми, аналізуючи цілі або етапи за участю співробітників, здійснюючи контроль та визначаючи причини відхилень і збоїв у роботі.

При підборі кадрів такий менеджер виходить з того, що вимоги до роботи повинні відповідати індивідуальним особливостям співробітників. Він залучає співробітників до вироблення колективних й особистих цілей з урахуванням витрат часу на їх досягнення.

Оцінюючи виконану роботу високоадаптований менеджер виробляє критерії ефективності на початку роботи над проектом і заздалегідь визначає конкретні показники успішності.

Таким чином, адаптація менеджера полягає у зниженні захисної активності особи шляхом цілісного включення в таке спілкування, яке дозволить досліджувати себе, з'ясувати і вирішувати свої внутрішні проблеми, пов'язані з неусвідомленими аспектами власної психіки. Як показує досвід, сприятливі умови для цього створюються на різних інтерактивно-комунікативних заняттях.

ПІДСЕКЦІЯ 1.6. ПРОБЛЕМИ, ЩО ВИНІКАЮТЬ НА ШЛЯХУ УКРАЇНИ ПРИ ВХОДЖЕННІ У СВІТОВИЙ ІНТЕГРАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ВСТУПУ УКРАЇНИ В ЄС

Н. В. Бузова

*Горлівська філія, факультет «Економіки та підприємництва»,
III курс, група ОА-03, спеціальність «Облік та аудит»
Науковий керівник: Г. В. Макаренко, викладач*

Україна намагається стати потужною демократичною державою, якими є більшість країн ЄС. Орієнтація на досягнення у майбутньому високого рівня розвитку та безпеки стимулює Україну сьогодні здійснювати реформи. Одночасно Україна вже не може упоратися з системною економічною кризою без фінансової та кредитної підтримки розвинених країн, що зумовлене встановленням тісних контактів з боку цих регіонів.

Основною метою ЗЕД України відносно ЄС є:

- пошук положень взаємовигідної економічної, фінансової та науково-технічної співдружності;
- стимулювання розвитку торговельних відношень з країнами ЄС та їх привабливості для інвестицій;
- використання фінансової та технічної допомоги країн-членів ЄС для проведення Україною ринкових реформ та побудова соціально орієнтованого ринкового господарства;
- укріплення безпеки України.

До головних чинників, які перешкоджають вступу України до ЄС, слід віднести:

- відсутність реально функціонуючої ринкової економіки;
- відсутність нормативно-правової бази України до єдиних законодавчих норм ЄС;
- неможливість українських підприємств конкурувати за єдиних правил з західним капіталом;
- невідповідність структур економіки України пріоритетам розвитку ринку ЄС;
- неможливість України робити внески до бюджету ЄС, так як вона має тяжкий фінансовий стан та інші.

Міністерство фінансів України задіяне у реалізації Плану дій «Україна — ЄС» головним чином за напрямками «Фінансовий контроль» та «Оподаткування».

Зарубіжні аналітики гадають, які шанси у України вступити до Євросоюзу. Вони говорять, що ця країна ще не готова до цього кроку.

На шляху вступу України в Євросоюз виникають і такі питання як побудова наднаціональних структур в Єдиному економічному просторі (Росія, Україна, Беларусь, Казахстан). В той же час, Євросоюз має наднаціональні структури, насамперед це — Європейська комісія та Рада ЄС.

Формувати власну конкурентоспроможність економічного потенціалу, виконувати рекомендації МВФ, це ті питання, які ставить перед нами ЄС. Іноземний капітал, який необхідний для відродження вітчизняної промисловості, не допустить виникнення великого конкурента на Європейських та світових ринках. Неприятливі економічні умови перешкоджають західним фірмам розгорнути діяльність на українському ринку та створюють збитки.

За даними соціопитування Фонду «Демократичної ініціативи» та Київського міжнародного інституту соціології, близько 43,7% громадян України виступають за вступ у Євросоюз, 27,4% — проти, а 21,1% ще не вирішили. Це дає великі підстави вважати, що у випадку референдуму більшість проголосує «так».

З одного боку, у Європі живуть краще, там значно вищі соціальні гарантії та самі європейці прагнуть бачити Україну у Євросоюзі.

Всі ці проблеми встали на шляху переговорів з питання членства України в ЄС, та визвали протиріччя з боку не тільки фахівців а й всього населення України. Та самі європейці не єдині в бажанні прийняти Україну в Євросоюз. Вони пояснюють це тим, що наша країна набагато бідніша від країн ЄС, а після вступу виникне необхідність підтримувати її, а це буде важко після вступу до ЄС в 2005 р. багатьох країн світу. Ось таки питання розглядаються на даному етапі розвитку в Україні, тобто при переході України до ринкових відносин.

УКРАЇНА В ПЕРЕХІДНИЙ ПЕРІОД

Т. М. Гота

*Карпатський інститут підприємництва, факультет менеджменту,
II курс, група МЗД-21,
спеціальність «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: В. В. Волошин, асистент-викладач, пошукач*

Виникнення у 1991 р. незалежних суверенних держав на місці колишніх союзних республік безумовно було викликане глибокими, кризовими явищами, породженими не ефективними методами господарювання. 3-го серпня 1990 року був прийнятий Закон України «Про економічну самостійність», який проголошував, що Україна самостійно визначає стратегію власного соціально-економічного розвитку, забезпечує управління економічними процесами, визначає пріоритетні напрямки розвитку і структуру народного господарства.

Проголошення незалежності України вимагало реставрацію демократичних порядків у політичному житті та демократичних змін в економічній системі країни і забезпечення переходу від планово-адміністративної економіки до ринкової або змішаної. Перед суверенною Україною стоїть багато складних завдань у всіх сферах суспільного життя. У сфері економіки — це передусім зростання життєвого рівня народу, досягнення рівня розвитку провідних країн світу, вхідження рівноправним членом у систему світового господарства.

Закономірністю перехідної економіки є нестабільність і нестійкість, оскільки в її основі лежать суперечності старих і нових форм господарювання, що призводить до швидких і якісних змін в економічному і соціальному житті суспільства. Особливістю економіки України є те, що перед початком ринкових трансформацій вона являє собою адміністративно-командний тип, де домінував тотальний монополізм. Україна має будувати таку модель ринкової економіки, яка найбільше відповідає особливостям її розвитку, структурі економіки, географічному положенні, менталітету народу.

В умовах прискорення розбудови капіталізму економіка трансформувалася з 1991 р. в глибоку економічну кризу. Діяльність держави в економіці ґрунтується на певній економічній політиці. Спонтанні, стихійні дії держави без чіткої визначеної політики породжують великі економічні, соціальні й політичні витрати. Для сучасного українського суспільства характерна криза економічної влади.

Концепція програми структурної перебудови України (КМУ 1993 р.) складається з трьох етапів:

- Стабілізаційний (триває 2–3 роки) — його мета зупинити інфляційний процес і падіння виробництва, створити умови для виходу економіки з кризового стану.
- (8–10 років) ставить завдання відродити позитивні тенденції у виробничій та інвестиційній діяльності, а також науково-технічній перебудові виробництва, остаточне завершення майбутньої моделі економіки.
- (10–12 років) — етап становлення раціональної структури економіки. З другої половини 90-х років розпочалася розбудова ринкової інфраструктури, формування окремих елементів ринкового середовища і тільки з 1999–2001 рр., в Україні з'явилися ознаки активізації економічного процесу.

Аналітики Гарвардського Інституту міжнародного розвитку у межах досліджень Проекту макроекономічної реформи в Україні проаналізували головні її проблеми:

1. Занадто велика кількість обмежень для виробників.
2. Недостатній попит на українські товари і послуги.

Скорочення виробництва національного доходу лише на 20% за світовими мірками вважається критичним для економіки. В Україні виробництво НД за час кризи скоротилося майже на 70%. І хоча представники урядових кіл говорять про наступаючу стабільність — це лише спроба видати бажане за дійсне.

Немає слабо розвинених країн, є слабо керовані. (П. Друкер)

Підбиваючи підсумки розвитку економіки України за 10 років газета «Урядовий кур'єр» констатує, що за період кризи (1991–1999 рр.) ВВП скоротився у 2,5 рази. І лише у 2000 році вперше відбулося реальне зростання ВВП на 5,8%.

Перед нами стоїть завдання трансформувати структуру виробництва щодо ефективного використання ресурсів, знизити інфляційний процес та безробіття, стабілізувати законодавство, будувати економіку для блага всього українського народу, зробити правильний вибір напрямку ведення політики, вдосконалити наші навички, вірно та раціонально використовувати потужності та можливості нашої багатой Держави.

Основним зовнішнім питанням України на сучасному етапі стоїть входження її рівноправним членом в ЄС та СОТ.

ПЕРСОНАЛ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

О. Б. Граждан

*м. Київ, факультет економіки і менеджменту,
ст. викладач кафедри МЗЕД*

Спостерігаємо сьогодні зменшення економічної і соціальної ефективності роботи підприємств дуже часто обумовлене недосконалістю механізму управління персоналом.

Керівники більшості вітчизняних підприємств концентрують сьогодні основну увагу на управлінні виробництвом, фінансами, маркетингом, в той же час удосконалення такої важливої складової управління підприємством, як людські ресурси, продовжує залишатись найбільш слабкою ланкою у загальній системі управління.

Визнання людини ключовим ресурсом у сучасних організаціях викликає необхідність його наукового обґрунтування, що дозволить в подальшому сформулювати основні теоретико-методологічні положення концепції управління персоналом.

Слід відмітити, що більшість українських та російських вчених використовують різні поняття, пов'язані з людським фактором: «робоча сила», «трудові ресурси», «трудовий потенціал», «кадри», «персонал», соціально-економічне значення яких не враховує тенденції розвитку науки і практики управління в умовах становлення ринкової економіки.

Сьогодні практично відсутнє чітке розмежування цих понять.

Пітер Друкер визначає персонал в основному як найманих працівників, розрізняючи таким чином позицію персонала і позицію власника. Розгорнуті визначення поняття персонал представлені в роботах Дж. Іванцевіча і А. Лобанова, Ф. Міхайлова, А. Татарнікова, які подібно до П. Друкера, роблять акцент на найманому характері діяльності працівників, які поєднані цим поняттям.

І. Бізюкова визначає термін «персонал» як сукупність усіх працівників організації. Причому термін «персонал» для неї є синонімом терміна «людські ресурси».

Ряд авторів, наприклад, Л. Карташова, В. Герасимов використовують термін «людські ресурси», щоб підкреслити стратегічну спрямованість управління цим ресурсом.

Деякі автори ототожнюють терміни «кадри» і «персонал». На наш погляд розглядати терміни «персонал» і «кадри» в якості синонімів

неправомірно, оскільки поняття «персонал» значно ширше за поняття «кадри».

У високорозвинутих країнах персонал компанії не уявляє собою однорідного колективу найманих працівників. Окрім традиційного найманого персоналу в штаті компанії на постійній основі працюють тимчасові робітники, в тому числі представлені спеціальними агентствами-лізінгодавцями, або працюючі неповний день за контрактом, а також персонал керований на базі аутсорсингу.

На наш погляд можна дати наступне визначення поняття «персонал організації» — це сукупність фізичних осіб, перебуваючих з організацією, як юридичною особою, у договірних відносинах. В таких відносинах можуть перебувати не тільки наймані працівники працюючі у даний час, але і студенти, які навчаються за кошти підприємства і уклали з підприємством договір про майбутню співпрацю, також пенсіонери, яким підприємство встановило доплати до пенсій і власники які приймають участь у діяльності корпорації власною працею.

Персонал не слід розглядати тільки як сукупність індивідуальних робітників. Поєднання людей в цілеспрямований і планомірно організований трудовий процес породжує синергійний ефект.

Персонал організації в якості соціальної системи формується, змінюється і розвивається у відповідності з цілями власника організації.

В сучасних умовах персонал слід розглядати як головну конкурентну перевагу організації. Сучасний працівник — це не лише виконавець, він має певні знання і здатен їх примножувати. У жорсткій конкурентній боротьбі вміння виробляти знання більш важливе ніж машини і технології.

Дуже важливою є проблема класифікації персоналу. Ми вважаємо, що працівників слід поділити на групи з точки зору їх значення для організації. Доцільно персонал розподілити на чотири групи: ключовий персонал, разові експерти, замінюємі працівники, легко замінювані працівники. Звісно підходи до управління цими групами працівників повинні бути різними.

Останнім часом у вітчизняних і зарубіжних наукових публікаціях часто використовують термін «людський ресурс». Працівники розглядаються як ключовий ресурс, який вимагає значних інвестицій. Саме людський ресурс організує взаємодію всіх інших ресурсів.

На думку автора людський ресурс доцільно розглядати не як засіб, а як можливість. Складовими людських можливостей є: фізичні

і психічні зусилля, знання, навички, вміння, інтелектуальний розвиток, моральний потенціал тощо. Окрім цього людські можливості суттєво залежать і від фактора спільної діяльності людей в організації, від соціально-психологічних процесів в групах робітників. У зв'язку з цим до людських ресурсів організації необхідно віднести і соціальні, і соціально-психологічні феномени як наприклад, лідерство, групова динаміка, соціальний вплив тощо. І, урешті, спільно-працюючі люди породжують деякий спільний духовний продукт — цінності, звичаї, традиції, які також виступають додатковими можливостями, визначаючими ступінь затребування людини в організації.

Таким чином, людські ресурси організації будуть складатись з ресурсів конкретних особистостей (персонала підприємства), соціально-психологічних ресурсів і духовних ресурсів (корпоративної культури). Об'єктом управління буде виступати сукупність перерахованих складових.

СТВОРЕННЯ МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

С. В. Карпенко

*Кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
Університету «Україна»*

Будь-яка компанія виходячи за межі країни на міжнародні ринки переслідує певні цілі. Такими можуть бути отримання податкових пільг, залучення дешевої робочої сили або вихід на нові ринки збуту. Та незалежно від цілей, що переслідує компанія, ставновлячись міжнародною або багатонаціональною компанія стає перед проблемою створення відповідної системи управління, яка б давала змогу ефективно керувати всіма закордонними відділеннями компанії. Важливим аспектом також є розподіл функцій між управлінським персоналом та безпосередньо підбір менеджерів, які б відповідали вимогам міжнародного бізнесу.

Сьогодні, коли все більша кількість українських фірм стає учасниками міжнародного бізнесу перед ними постають все нові і нові питання ефективного управління, створення нової відмінної від пострадянської корпоративної культури. Тому, на данному етапі все більшої важливості набуває вивчення позитивного практичного

досвіду керівництва проквітаючих багато-національних компаній, який вони накопичували роками, та підготовка нових висококваліфікованих кадрів управлінського персоналу.

Будь-яка корпорація сповідує якісь загальні цінності, що поділяються всіма її працівниками. Ці цінності утворюють корпоративну культуру і формують механізм контролю, який є невидимим, але допомагає пускати в хід офіційно засновані, так би мовити, бюрократичні, механізми контролю. Багато-національна компанія меншою мірою спирається на корпоративну культуру з метою контролю, оскільки в менеджерів з різних країн можуть бути різні уявлення про правила ведення справ, а також про цінності і переваги, що існують у штаб-квартирі. Проте багато фірм намагаються поширювати корпоративну культуру, забезпечуючи тісніші контакти між керівниками філій з різних країн. Часті переміщення менеджерів з однієї країни в інші розширюють уявлення цих людей і підвищують їхню відданість системі цінностей і цілей корпорації, а в результаті спрощуються процедурні питання, зменшується потреба в комунікаціях всередині управлінської піраміди і необхідності контролю за діяльністю філій. Наприклад, Університет «Україна» не тільки влаштовує курси підвищення кваліфікації для менеджерів, але і складає групи навчання з представників різних країн, для того щоб кожна група була конгломератом поглядів людей багатьох національностей. «Івеко», другий у Європі виробник вантажних автомобілів, — компанія, що утворилася в результаті злиття італійських, німецьких і французьких фірм, прийшла до висновку, що єдину культуру важко сформувати за допомогою менеджерів похилого віку. Тому вона постійно займається активним пошуком кращих випусників університетів по всій Європі і спрямовує їх на роботу в кожен з трьох країн, перед тим як вони одержать призначення в штаб-квартиру корпорації.

Незалежно від того, де ви працюєте, через значення міжнародного бізнесу, що посилюється, найважливішим стає вміння спілкуватися з людьми з інших країн. З філософської точки зору найкращий спосіб розвинути в собі ці навички полягає у вивченні й аналізі розбіжностей, які притаманні людям, що належать до інших культур.

Одна з найбільших помилок — думати, що «люди всюди однакові». Насправді представники інших культур різняться релігійними переконаннями, ціннісними пріоритетами ставленням до правових норм, способом прийняття рішень часовим відчуттям, методами використання простору, мімікою, жестами і своїми манерами.

Ці розбіжності можуть призвести до непорозуміння в міжнародних ділових відносинах, особливо якщо, крім цього, існують мовні бар'єри. В багатьох країнах, наприклад, жінки все ще не відіграють помітної ролі в бізнесі. В результаті жінки-адміністратори американських фірм, що працюють з іноземними компаніями, можуть виявити, що їх усунули від участі в прийнятті важливих рішень.

Треба, пам'ятати, що мультинаціональні компанії певними чином перебувають поза патріотизмом. Це часто громадяни світу, чий інтереси сягають за межі інтересів національних держав. Хоча такий «позанаціоналізм» спричиняє проблеми, він також надає можливості рухатися у напрямку до формування більшої економічної взаємозалежності націй, що, в свою чергу, може сприяти культурному обміну, ефективній співпраці та руйнуванню старої ворожості. Європейський спільний ринок, це очевидно, зробив більше для справи миру, ніж тисяча років укладання договорів. Мабуть, мультинаціональні компанії, свідомо чи несвідомо, відіграватимуть подібну до нього роль, формуючи людей бізнесу без батьківщини, які втягуватимуть нації у взаємозалежність — об'єднання в економічний союз. Хоча це може прозвучати ідеалістично, ми ніколи не повинні забувати той факт, що торговець часто сприяє поширенню цивілізації далі і швидше, ніж місіонер.

Література

1. Герет Томас М., Клоновскі Ричард Дж. Етика бізнесу / Пер. з англ. О. Ватаманюк. — К.: Основи, 1997. — 214 с.
2. Кириченко О., Квас І., Ятченко А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. — К.: Видавничий дім «Фінансист», 2000.
3. Попов С. Г. Внешнеэкономическая деятельность фирмы. Особенности менеджмента и маркетинга. Учебное пособие. — Изд. 3-е, доп. — М.: Издательство «Ось-89», 2000.

СЕКЦІЯ 2

УКРАЇНОЗНАВСТВО — ОСНОВА ФІЛОЛОГІЧНОЇ ОСВІТИ ТА ФОРМУВАННЯ ДУХОВНОСТІ

ПІДСЕКЦІЯ 2.1. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В XXI СТ.: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

ДЕКОДУВАННЯ ПОЕТИЧНОЇ МОВИ Ю. ТАРНАВСЬКОГО (ЗБ. «БЕЗ ЕСПАНІЇ»)

О. Мальченко

*Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
5 курс, спеціальність «українська мова та література»
Науковий керівник: А. В. Підпалый*

Збірка «Без Іспанії» Ю. Тарнавського є досить суперечним і складним явищем в українській літературі, тому потребує докладного дослідження та новітнього переосмислення з позицій сучасних методів європейського літературознавства.

Дослідження буде поводитися з використанням концепцій Р. Барта («Нульовий ступінь письма»), деяких принципів і прийомів семіотико-структурного (Ю. М Лотман), деконструктивіського та лінгвістичного аналізу.

Визначивши твір жанрово як поему, вкладену у форму вірша в прозі, розглянемо її як структурно неподільне ціле — в плані ідеї, але для поетичного аналізу мовної картин потрібно буде вичленити певний текстовий сегмент для більш докладного вивчення мовно-поетичних засобів усього твору.

У даному творі поет розкриває незвичний світ речей не через поетизацію, а через зображення їх з самого кореня, що пропонує

зміну художніх категорій краси на категорію істини.

Композиція «Без Еспанії» побудована на чергуванні специфічних структур синтаксичних конструкцій, які сюжетно передають сильні емоційні враження, процеси свідомості «на межі», що художньо втілюються у творі через низку гротескних, сюрреалістичних образів, створюючи калейдоскопічну картину сприйняття світу.

Загальні лексичні особливості. Тарнавський намагається «оголити» мову, тому тяжіє до елементарних понять (напр.: використання алгебраїчно-геометричних категорій — «додати», «помножити», «рівнобіжно»), іменних категорій, які характеризуються найбільшою смисловантажністю.

Поетична форма «Без Еспанії». Підхід Тарнавського до використання поетичних форм особливий — через протиставлення рими метафори: в цілісну одиницю поет об'єднує рядки саме метафорою, оскільки рима звужує множинність значно потужніших рівнів мови — семантики і синтаксису.

Синтаксичний рівень. Дотримуючись правильної синтаксичної побудови речень, з розділовими знаками і з сегментними розмежуванням на речення, автор використовує радикального складу синтаксичні моделі, на які нанизує лексеми, творячи емоційно шокуючи художні образи.

За зразок при мовному аналізі цього твору беремо уривок під назвою «Тиша II»; текст поділений на три частини, які відмежовані абзацами та проміжками, стилістично подібні на математичну теорему, яка оперує не цифрами, а речами, матеріями (поняття «цифра» вживається тут як представлення специфічності часу як субстанції).

Лексеми «додати», «рівняється», «помножити» («поділене» вживається тільки двічі у останній, узагальнюючій частині) виконують функцію «проектора», виділяючи семантично слова, які поєднують і водночас роблять завершений змістовий каркас речення.

Наприклад: «Очі, додати ліжко, рівняється картка паперу» [3/68], де «очі» рівноцінне як погляд, «додати ліжко» — скерованість цього погляду на предмет, «рівняється» — скерованість до асоціації, що підштовхує до розкриття метафори — «картка паперу». Отже: ліжко, як картка паперу.

Якщо на синтаксичну і семантичну будову уривку поглянути структурно, виявивши певні її закономірності, отримаємо таку схему:

1. П + П = П
2. П = П (або речовина) + П
3. (речовина) = П · П + П

(речовина) = $\Pi / \Pi + \Pi$

$\Pi / \Pi = \Pi \cdot (\Pi + \Pi) = \Pi$, і (речовина) = (речовина) + Π , де « Π » — предмет, «речовина» — властивість непередметних матерій (філос.), а математичні знаки ідентичні лексемам — «додати», «рівняється», «помножити», «поділене», сполучник «і» (єднальний) — у значенні поєднання двох семантичних рівнів.

Отже, один із можливих змістів: життя, рух («кров», «уста») протистоїть смерті і сталості («цифри», «тиша»).

Хоча мова твору позбавлена лексем, що несуть в собі емоційні семанти, його синтаксична побудова і використані слова передають почуття самотності, розміреності, нудьги, водночас — напруги, причеченості, нескінченності часу.

СЕЦЕСІЙНІСТЬ «БЛАКИТНОГО РОМАНУ» ГНАТА МИХАЙЛИЧЕНКА

О. А. Міськова

Факультет філології та масових комунікацій

Група УМ-11, спеціальність: українська мова та література

Науковий керівник: С. А. Водолазька

Стиль сецесія виник в європейському мистецтві наприкінці XIX — початку XX ст., спершу у візуальних видах мистецтва як антитеза до застиглих академічних форм. Згодом сецесія була перенесена на літературний ґрунт. В Україні цей стиль розвинувся у період революції та громадянської війни 20–30-х років і відбив усю складність доби.

«Сецесійна ситуація завжди пов'язана з есхатологічним передчуттям Апокаліпсису, кінця світу» (Я. Поліщук). Виявом апокаліптичності у «Блакитному романі» є мотиви самотності, неминучості смерті, трагізму існування людини у світі та її причеченість. Тут звучать меланхолійно-тужливі інтонації, настрої твору співзвучний осені, що відбиває тугу, смуток, передчуття смерті.

Трагічні мотиви у «Блакитному романі» є наслідком подій, зображуваних у творі — революції, «криваво-масової боротьби». Увесь трагізм полягає в тому, що в такому знедуховленому суспільстві людина повністю втрачає свою індивідуальність, у свідомості людини загострюється конфлікт, який призводить до роздвоєння особистості.

Екзистенційну роздвоєність спостерігаємо на прикладі героя твору, в душі якого загострюється внутрішній конфлікт. На формальному

рівні це роздвоєння виявляється уведенням у твір відношень Ти — Я, де Я є втілення любові до життя (ерос), тоді як Ти уособлює руйнівне, деструктивне начало в людині (танатос).

Одним із виявів кінця світу у «Блакитному романі» є ряд смертей, що пов'язані з водою. Це відсилає до біблійного сюжету про весвітній потоп. Смерть у воді тут виступає як візія весвітнього потопу. У воді гине Мавка-Іріс, Ганка, Чоловіка теж занурюють у воду. Вода асоціюється з потойбічним світом, є межею між життям і смертю.

Для сецесії притаганням є «потяг до еротики, оголених тіл із мотивами загрозової стихії, приреченості, трагізму смерті» (Я. Поліщук). У «Блакитному романі» вчинки персонажів визначає підсвідоме, порухи «тіла». Еротизм виступає як вияв первісного інстинкту, що має на меті заперечення руйнівної дії революції. Тут героями керують первісні сексуальні інстинкти, енергія лібідо.

Зображення численних сцен кохання персонажів показує, як людина, що стоїть на межі між життям і смертю, у момент крайнього нервово-психологічного напруження підсвідомо піддається первісним інстинктам, намагаючись таким чином заперечити і подолати смерть, відчувати «згагу життя».

У «Блакитному романі» особливості сецесії виявляються в зображенні екзотичних образів-символів, запозичених із єгипетської культури. Ці міфологічно-символічні образи є втіленням природності, гармонійності, що покликана врятувати людство від духовної спустошеності.

«Гра уяви, гра образів, гра смислів та символів... — це живий світ сецесії» (Я. Поліщук). Ігрове начало у «Блакитному романі» виявляється на різних рівнях — лексичному, смислового, образного.

На лексичному рівні така гра виявляється у контрастному поєднанні слів, словосполучень, що надає фразі двоякого смислового навантаження.

Певний ігровий елемент несе у собі наявність відношень Я — Ти. Такий поділ несе певну «затемненість» у розуміння смислів.

В образній системі твору основним чинником гри виступає міф, виявлений у розповіді-легенді, пов'язаний із загадковим народженням Ти.

Ознакою сецесійності твору Я. Поліщук називає феномен «перетворення ... вульгарного переживання в естетичне», естетизацію «побутово-життєвих образів». При цьому основою перетворення виступав міф, який був «організуючою, цементуючою субстанцією естетичної концепції».

У «Блакитному романі» основою перетворення вульгарних пезреживань в естетичні виступає авторський міф — про перемогу й утвердження «червоного всесвіту». Автор створює власний міф, утверджуючи і культивує «ніцшеанський тип «червоної надлюдини» (В. Гадзінський).

Але створення міфу має на меті також його деідеалізацію, оскільки автор зобразив картину, яка розвінчує революційні ідеали.

Таким чином, «Блакитний роман» несе в собі усі особливості стилю сецесія як складного й непересічного мистецького явища.

ПЕРВІСНІ ТАБУ НА ІМЕНА І ПРИХОВУВАННЯ ВЛАСНИХ ІМЕН У ТЕКСТАХ ВАСИЛЯ ГОЛОБОРОДЬКА

Ю. М. Шутенко,

*ст. викл. кафедри української мови та літератури,
факультет філології та масових комунікацій*

Табу на імена — явище, поширене в культурах всього світу. В словесних заборонах-табу виявляється головним чином магічна функція слів та словесних творів. У розділі «Заборонені слова» фундаментального дослідження «Золота гілка» відомого англійського релігієзнавця та етнолога Д. Фрезера розглядається п'ять типів табу на імена, що збереглися у народів з яскравими залишками первісного мислення: табу на власні імена, на імена родичів, покійників, правителів та інших священних осіб, на імена богів [Фрезер Д. Д. Запретные слова // Фрезер Д. Д. Золотая ветвь: Исследования магии и религии. Пер. с англ.— 2-е изд.— М.: Политиздат, 1986.— С. 235–251].

Проблеми первісної культури та релігії, зокрема такі явища, як табу, тотемізм, анімізм розглядає у психоаналітичному контексті З. Фрейд у праці «Тотем і табу» [Фрейд З. Тотем и табу: Пер. с нем. / З. Фрейд.— М.: ООО «Издательство АСТ», 2004.— 256 с.].

Табу на імена в першу чергу зумовлені особливостями первісного мислення. За Д. Фрезером, первісна людина ще не має здатності чітко розмежовувати слова та речі, а, як правило, уявляє, що зв'язок між іменем та особою чи річчю, яку воно називає, виступає не довільною та ідеальною асоціацією, а реальними, матеріально відчутними путами, які пов'язують їх на стільки тісно, що через ім'я магічний вплив на людину здійснити так само легко, як через

волосся, нігті чи іншу частину її тіла. Первісна людина вважає своє ім'я суттєвою частиною самої себе.

Приховування імені, як і називання, посідає значне місце в поезіях В. Голобородька. Часто митець використовує схему утворення стародавніх українських висловів та слів, що замінювали імена, які не дозволялося промовляти вголос, разом з тим деякі твори свідчать про ставлення до називання, надання імені, вимовляння його вголос як до доброї, гідної, необхідної для життя людини справи.

Особливо цікаве творче використання заміни імені вчинками особи. В. Голобородько на відому із фольклору (казок, повір'їв, загадок тощо) модель «Той, хто...» накладає свої унікальні найменування. Вірші В. Голобородька наповнюють такі загадкові істоти: «Ті, хто повертаються» («А у одної течуть сльози», I, 114); Ті, «хто носить руки, як вирване з землі коріння» («Це — скарби», I, 29); Той, «хто розводить воші у голові для коханої білої берези» («І попросився чоловік до хати переночувати», I, 101); «Той, хто як човен» («Зерно прожитих днів», VI, 26–27); «Той, хто ходить далеко-далеко»; «Той, хто все плутає» («— Ти хто?», IV, 119); «Той, хто може побачити зорі вдень» («Малий хованець», I, 218); «Той, хто краде солону» («Мені опиненому отут на дорозі», I, 36); «Той, хто одночасно і вітер, і гребінець»; «Той, хто творить свято, коли ми зустрічаємося» («Свято зустрічі», VI, 29).¹

Цей прийом сприяє утворенню ореолу таїни, чарівності, запале в читача цікавість до прихованих за такими іменами осіб чи істот. Певною мірою в поетичних текстах, завдяки такому інакомовленню, описовому називанню, зберігається відчуття сакральності істот, їхньої особливості, небуденності, духовності. Не називання їхніх імен, а вживання описових форм, розкриття сутності цих героїв через їхні дії, очевидно, пов'язане зі страхом, який проте має не негативне сприйняття, як у первісному світогляді, а позитивне — ліричний герой боїться називати імена цих істот не через те, що вони з'являться і нашкодять, а навпаки, немов би вірячи в те, що ці переважно чудесні, цікаві, добрі, світлі, іноді беззахисні істоти можуть зникнути, якщо вимовити, оприлюднити їхнє ім'я.

¹ У цитуванні поезій В. Голобородька дотримуємось такої послідовності: римською цифрою позначаємо збірку, арабською вказуємо на сторінку. Збірки: I — Голобородько В. Летюче віконце. Перша українська друкарня у Франції. Українське видавництво Смолоскип ім. В. Симоненка, 1970.— 234 с.; IV — Голобородько В. Калина об Різдві: Вірші. — К.: Укр. письменник, 1992.— 208 с.; VI — Голобородько В. Посівальник: Вибрані поезії. — Луганськ: Альма-матер, 2002.— 80 с.

У деяких віршах первісні табу на імена зберігаються незмінно: приховувати ім'я близької людини перед сторонніми — зберегти людину від поганого впливу; зловмисник, знаючи ім'я людини, може використати його на шкоду цій особі. Інші поезії демонструють погляд на називання, давання імені, як на необхідну умову для життя, зокрема, втрата власного імені — ознака деструкції, хаосу; вгадати ім'я — пізнати сутність людини.

ОСОБЛИВОСТІ НАЗВОТВОРЕННЯ ЗАКЛАДІВ ТОРГІВЛІ М. КИЄВА

М. М. Цілина,

*старший викладач кафедри української мови та літератури
факультету філології та масових комунікацій*

Найменування закладів торгівлі м. Києва займають найчисельнішу кількість серед ергонімів виробничої сфери послуг. З-поміж власних назв м. Києва цього класифікаційного типу слід розглядати всі найменування закладів, що можуть надавати торговельні послуги. У цьому дослідженні буде з'ясовано мовні особливості найбільшої групи таких назв — ергонімів на позначення магазинів столиці України, для яких введено спеціальний термін — емпоронім. Поділ самих онімів здійснено за видами товарів, що пропонуються відповідними закладами.

1. Назви магазинів господарчих товарів

Переважна більшість цих ергонімів є однослівними найменуваннями. Причому ці назви найчастіше мотивовані: назвами товарів, що пропонуються магазинами («*Інструмент*», «*Кришталь*»); назвами потенційних клієнтів («*Господарка*», «*Новосел*»); найменуваннями з рекламною семантикою («*Диво*», «*Комфорт*»); туристичною, транспортною та географічною лексикою на означення подорожі, відкриття нового («*Вояж*», «*Магістраль*», «*Меридіан*», «*Острівець*»); мовними одиницями іншомовного походження та семантично непрозорою лексикою («*Альта*», «*Віст*», «*Жесан*», «*Мастерленд*», «*Найсі*»).

2. Найменування продовольчих магазинів

Емпоронімів м. Києва цієї класифікаційної групи найбільше — 802 назви. Назви магазинів, що репрезентовані одним словом, мотивовані різними шарами лексики, однак частина з них має онімне,

а інша частина — відапелятивне походження. Найменування продовольчих магазинів столиці України побудовані шляхом трансонімізації таких власних назв: антропонімів («Ада», «Євтушенко», «Тарас»); топонімів («Буковина», «Дарниця»); астіонімів («Київ», «Тампере»); гідронімів («Дніпро», «Либідь»); міфонімів та теонімів («Афіна», «Мавка»); назв героїв фільмів, мультфільмів та поетонімів («Алладін», «Атос», «Гвідон»). Відапелятивні назви продовольчих магазинів м. Києва утворюються на базі номенклатурних термінів (171 найменування) та лексем на означення продукції, що реалізується у відповідному закладі («Молоко» — 14 назв, «Продукти» — 34).

3. Назви магазинів промислових товарів

Таких ергонімів у столиці України налічено 145 й розглянуто з точки зору трьох основних функцій — номінативної, інформативної й рекламної. Описові найменування магазинів виконують винятково інформативну функцію («Магазин взуття», «Салон матраців»). Для реалізації рекламної функції використовується набір різних засобів, найбільш універсальними серед яких є:

1) лексеми, що характеризуються певними семантико-стилістичними якостями («Ефект», «Імідж»);

2) дериваційні засоби — використання назв із словотвірними компонентами «престижності», що символізують високу якість продукції («Євростиль», «Арт-мода»);

3) лексичні засоби інших мов, в основному англійської. Серед іншомовних емпоронімів виділяють дві групи: ергоніми-варваризми («Dewalt», «Polo»); ергоніми-екзотизми («Рест оф бест», «Токи»);

4) графічні засоби, найпоширенішим серед яких є використання великих літер в усьому слові («СПЕЦОДЯГ», «СОФІ») або в ненормативному оформленні складних назв («МезоКредХолдинг»).

4. Ергоніми на означення супермаркетів та торговельних центрів

Серед назв торговельних об'єктів столиці України було зафіксовано 30 найменувань супермаркетів та торговельних центрів. Майже всі з досліджуваних ергонімів м. Києва є однослівними назвами, загальною особливістю яких є невелика кількість фонем у їх складі (від 4 до 10: «Ніка», «Делікатес»). Середня кількість мінімальних одиниць мови — 6–7 («Гурман», «Оболонь», «Європа», «Напалка»). Така настанова на економію мовних засобів зумовлена виключно прагматичною метою.

Проведене дослідження виявило не розглянуті раніше аспекти структури, семантики та функціонування ергонімів на позначення

назв закладів торгівлі м. Києва. Результати і висновки цієї роботи можуть використовуватися для подальшого вивчення й розроблення теорії й практики власних найменувань.

РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНОГО МОВЛЕННЯ СТУДЕНТІВ НА ЗАНЯТТЯХ ЗІ СТИЛІСТИКИ

К. Л. Басова

*Придніпровський РЦДН, I курс, група Д-05-1
спеціальність «Діловодство»*

Науковий керівник: А. В. Мальченко, викладач

У сучасному світі налічується майже шість тисяч мов. Наша, українська, як і будь-яка інша, посідає своє унікальне місце. Згідно з 10 ст. нашої Конституції і з 11 ст. «Закону про мови»: «Мовою роботи, діловодства й документації, а також взаємовідносин державних, партійних, громадських органів, підприємств, установ, організацій є українська мова».

Основним завданням для майбутнього фахівця-діловода є не тільки опанування усіма нормами сучасної української літературної мови, а й уміння орієнтуватися у її стилізовому розмаїтті, оволодіння ключовими моментами ділового усного й писемного спілкування.

Першорядного значення мові людини надавали з давніх-давен. Згадаємо слова Сократа: «Заговори, щоб я тебе побачив». Коли ж ми з вами говоримо про високий рівень розвитку людини? Перш за все тоді, коли в неї високий рівень володіння мовною культурою, тобто, коли вона може грамотно написати документ, уникаючи стилістичних помилок, відредагувати текст документа. Ці вміння і навички студент отримує у процесі вивчення стилістики ділового мовлення.

Сьогодні дуже гостро стоїть проблема доречного відбору мовних елементів майбутніми фахівцями у професійній діяльності. Розв'язання даної проблеми ми вбачаємо у впровадженні занять зі стилістики комунікативної спрямованості. В основу формування комунікативних умінь і навичок покладено сукупність понять стилістики, лінгвістики тексту і теорії мовної діяльності. Вказується на особливість таких видів мовної діяльності, як слухання, говоріння, читання, письмо.

Розрізняємо монологічне і діалогічне мовлення. Монолог — усне або письмове висловлення однієї особи з метою повідомлення інформації, впливу або спонукання до дії. Таке висловлення здебільшого обмірковується заздалегідь, тоді як діалогічне мовлення є ситуативним

і формується в процесі спілкування, без попереднього обдумування. Монолог не розрахований на негайну мовну реакцію іншої особи.

Вибір типу мовлення залежить від комунікативної мети висловлювання. Кожен тип мовлення залежно від обставин та мети спілкування реалізується у висловлюванні певного стилю. Під час спілкування потрібно будувати висловлювання з урахуванням мовної ситуації. Її основні умови: адресант мовлення, тема та основна думка висловлювання, мета та місце спілкування. Характер мовлення визначається темою, основною думкою висловлювання, усною і письмовою формою мовлення, мовною ситуацією.

Звертаємо увагу на види публічних виступів, які пропонуємо використовувати. Однією з найпоширеніших публічних форм є доповідь. Ділова доповідь передбачає виклад певних питань з висновками та пропозиціями, містить значний фактичний матеріал. Текст її може бути предметом обговорення, зазнавати критики, доповнюватися новими положеннями. Звітна доповідь за своєю будовою нагадує письмовий звіт. При підготовці до виступу з доповіддю чітко окреслюється її мета, характер і завдання, до кожного положення добираються факти, цифри, приклади, цитати, що пов'язуються в єдину струнку систему викладу. Під час виголошення доповіді для встановлення контакту із слухачами використовуємо словосполучення: «важливо підкреслити (виділити, зазначити) такі питання», «як уже зазначалося», «як ви вже знаєте»; «зверніть, будь ласка, увагу» тощо.

Під час виступу дискусійного характеру доповідач має дотримуватися композиційної структури: вступна частина (вказується, про що говоритиме виступаючий і чому); основна частина (виклад власних поглядів на певну проблему чи питання, докази); висновки (пропозиції). Під час проведення дискусії пропонуємо такі поради: не стверджуйте того, чого не можете довести; навчіться слухати критику, віддавайте належне своєму опоненту, коли він має рацію; не нав'язуйте своїх рішень, уникайте частого висловлювання «я».

Дуже важливо під час проголошення виступу дотримуватися такого критерію комунікативної компетенції, як правильність мовлення, тобто додержання мовцем фонетичних, морфологічних, синтаксичних, лексичних та інших норм української мови.

Запропоновані види робіт сприятимуть піднесенню культури мовного спілкування у майбутній професійній діяльності, застосуванню одержаних знань при документотворенні та документоредагуванні, адже не даремно стилістику ділового мовлення справедливо вважають «корінням» документознавства.

Література

1. Зубков М. Г. Мова ділових паперів: Комплексний довідник.— Харків: Фоліо, 2001.
2. Коваль А. П. Культура ділового мовлення. Писемне та усне ділове спілкування.— 3-тє вид.— К., 1982.
3. Коваль А. П. Практична стилістика сучасної української мови.— К., 1987.
4. Пентилюк М. І. Культура мови і стилістика.— К., 1994.
5. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови: Підручник.— 3-тє вид.— Тернопіль, 2000.
6. Сучасна українська літературна мова. Стилїстика / За заг. ред. І. К. Білоїда.— К., 1973.

МІФОЛОГІЧНІ МОТИВИ ЕРОСА У ДАВНЬОГРЕЦЬКІЙ ЛІРИЦІ

О. А. Богатиренко

*Університет «Україна»,
факультет філології і масових комунікацій,
II курс, спеціальність «Переклад»
Науковий керівник: Н. І. Головченко*

Актуальність даної теми визначається власне актуальністю набагато ширшої теми — теми кохання загалом, яка завжди була, є і буде чи не найважливішою темою в житті як всього суспільства, так і в житті окремої особистості. Саме тому вважаємо за доцільне дослідження теми кохання, уособленням якого в давньогрецькій міфології і ліриці є Ерос, поглядів і уявлень про кохання у давній Греції, відображення його відтінків і проявів у давньогрецьких міфах і ліриці, а також вивчення розуміння цього поняття сучасною молоддю.

Мета даної роботи полягає в тому, щоб детально дослідити початковий етап відображення у ліриці любовних переживань; зрозуміти первинне значення Ероса, кохання та еротики і порівняти погляди давніх греків з поглядами сучасної молоді.

Ерос у греків був двояким божеством, дві сутності якого різко відрізнялися одна від одної. Давні греки вважали, що все спочатку з'явилося з Хаосу, в якому перепліталися різнорідні основи природи, але з втручанням нової незборимої сили в Хаосі стали виявлятися порядок і гармонія. Ця сила — первісний Ерос, засновник світу і улаштовувач порядку і гармонії. У пізніших уявленнях греків Ерос — бог кохання, вже наймолодший з богів, малий, примхливий і пустотливий хлопчик, який має достатню владу. Його влада

невідворотна ні для богів, ні для смертних. Ероса вважали народженим від Афродіти і Ареса. Пізніше виникає зображення Ероса-кохання і Психеї-душі, що є найтіснішим і в той же час нестійким поєднанням.

Тема кохання набула найяскравішого вираження у ліриків давньої Греції класичного періоду: Сафо, Анакреона, Івіка. В ліриці класичного періоду перш за все спостерігається виявлення суб'єктивних почуттів, по суті поет сам є носієм тих емоцій, які він відтворює. Відкриття кохання як індивідуального інтимного переживання значно збагатило грецьку поезію, ускладнило поетичне мислення.

У творах Сафо Ерос не приймає людської подобу. Кохання постає непереможним змієм, чи шаленим буревієм. Воно знесилює, приносить насолоду і біль, тугу і неспокій. Сафо вперше зображує фізичний стан закоханої людини. Кохання змальовується як почуття земне, тілесне.

Сафо пише:

*Ерос знов мене щастям знесилює,
Гірко-солодкий той, непереможний змій.*

Кохання у баченні Сафо водночас несе в собі і радість, і сердечні муки.

На відміну від Сафо, Анакреону як співцю кохання не властиві внутрішня напруженість творів, драматичність. Поезія Анакреонта стала символом грайливого, веселого і витонченого еротизму.

Анакреонт пише:

*Кинув м'ячик пурпуровий
Ерот в мене кучерявий,
З дівчам кличе до забави...*

Анакреонт зображає Ероса як пустотливого хлопчика, який кидає пурпуровий м'ячик — червоний колір символізує пристрасть, а м'ячком підкреслюється її швидкоплинність і нездатність завдати болю.

Івік стверджує повне володарювання Ероса над собою. В поезії Івіка відчувається страх, пов'язаний з приходом Ероса, усвідомлення його сили і могутності, а разом з тим і невідворотності наслідків його появи. Бачення його у стані природної стихії й в людській подобі, не зменшує переживань в душі ліричного героя.

*Мені ж ніколи не дає зітхнути
Ерос. Летить від Киприди він, —
Все навколо себе занурюючи в морок...*

Сила кохання виявляється такою потужною, що все навколо тьмяніє, і лише блискавичне кохання турбує душу ліричного героя.

Кохання на емоційному рівні складається як з позитивних, так і з негативних емоцій. До позитивних можна віднести: збудження, задоволення, насолоду і умиротворення. Але більшою мірою поети торкаються негативних емоцій, пов'язаних з коханням. Вони пишуть про страх, тривогу і засмученість, тугу і знесилення, біль і страждання, котрих завдає кохання. Античні письменники не сумніваються в могутності і силі кохання, здатного породжувати як добро, так і зло. Кохання в їхній поезії породжує зачарування і розчарування, ніжність і злість, щирість і недовірливість, сором'язливість і сміливість.

Кохання сприймалося давньогрецьким суспільством як пристрасне бажання повного злиття, поєднання з однією людиною, глибоке інтимне почуття до всього живого в особі однієї людини. Людина кохає глибинною суттю свого ества і сприймає в іншій глибинну сутність його або її ества. Фізична близькість позбавлена жадібності, потреби впокорювати або бути підкореним, сповнена ніжності.

Кохання у давньогрецькій класичній, ліриці є індивідуалізованим, одухотвореним, сповненим контрастів, напруженості і драматичності. Проте в ньому ще нема ревнощів, також увага акцентується більше на стані закоханості, а не на описі конкретної людини, об'єкта кохання.

Еротика в літературі, мистецтві і житті стародавньої Греції є втіленням одухотвореності поезії і естетики сексуальних стосунків людей; закладений в людині природою інстинкт продовження роду, але ушляхетнений і опоетизований як потяг душі.

За проблематикою дослідження було проведено соціологічне опитування киян віком від 17 до 23 років щодо розуміння понять «Ерос», «кохання», «еротика» і еротичних віршів, щоб порівняти погляди давньогрецького суспільства на ці категорії з поглядами сучасної молоді.

Спираючись на результати проведеного соціологічного дослідження, можна зробити такі висновки: більшість опитаних, визначивши еротичну втіленням одухотвореності поезії і естетики сексуальних стосунків людей, визначили еротичним, уривок вірша, в якому відкрито говориться про статеві стосунки ліричного героя. Ці визначення суперечать одне одному, що вказує на хибність розуміння категорії еротика і еротичності поезії, поверховість у сприйнятті цих понять. Більша частина молоді плутає почуття кохання з бурхливим переживанням «закоханості», раптового подолання бар'єрів, що існували до цього моменту між двома чужими людьми, переживанням раптової близькості, що за своєю природою є короткочасним. Молодь схильна розцінювати еротичність як статеву чутливість, що

є показником зниження рівня освіти, культури молоді, духовності і підвищення значення статевого задоволення.

Таким чином, на сьогодні слід приділяти більше уваги вивченню історії категорій Ерос, кохання, еротика з метою поглиблення розуміння цих понять.

ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО В АНТИЧНОСТІ

В. І. Кондратюк

Київ, Університет «Україна»,

Факультет філології та масових комунікацій

II курс, спеціальність «Переклад»

Науковий керівник: Н. І. Головченко

Ми живемо за доби глобалізації, коли конче важливими є питання прав людини, пошук шляхів виходу зі складних політичних та економічних ситуацій. З огляду на досвід вирішення проблем міжнародної спільноти на новий рівень виходить уміння людей домовлятися та уникати гострих кутів. Самі лише досягнення прогресу й технізація світу не в змозі розв'язати проблеми спілкування й порозуміння. Пошук консенсусу та компромісу в суспільстві й надалі залишаються прерогативою людей.

Красномовство — це сила, за допомогою якої вдається впливати на світ, змінювати його, реалізовувати власну волю. Риторика — це наука про способи переконання, ефективні форми мовленнєвого впливу на аудиторію з урахуванням її особливостей. Виступаючи публічно, людина виражає та утверджує себе, одночасно впливаючи на інших. Головне — знайти індивідуальний образ, власний стиль. Вчення красномовства виникло з узагальнення і систематизації тих прийомів і методів ведення полеміки, спорів та диспутів, що одержали широке розповсюдження в античній Греції з її розвинутим політичним життям і боротьбою різних партій за вплив на маси.

Актуальність даної теми визначає усвідомлення людиною як невід'ємної частини соціуму необхідності вміти знаходити спільну мову не лише з членами своєї родини, а й з незнайомими людьми заради досягнення певних цілей та задоволення власних потреб, тому метою кожного може бути вдосконалення здатності гарно говорити, не залежно від віку, статі віросповідання тощо.

Наукову роботу можна розглядати не тільки як дослідження появи, розвитку та становлення греко-римської риторики, а й як певний

посібник для удосконалення власних навичок в красномовстві, адже кожний античний оратор може бути взірцем.

Мета даної роботи полягає в тому, щоб розглянути зародження, розвиток, поширення, вдосконалення ораторського мистецтва в Античності.

Зі стародавніх часів риторику поділяли на три галузі: судова риторика, риторика політична (публічних виступів), урочиста риторика. Промова ділиться з різноманітними варіаціями на традиційну триаду: передмову, головну частину та післямову.

Антична Греція дала цілу плеяду визначних митців риторики, які змінили уявлення людей про спілкування взагалі. Так, Горгій почав першим вплітати в свої промови антитези, порівняння, чим заворожував людей і робив їх своїми рабами. Школа софістів дала величезну кількість фраз, які не втратили своєї актуальності до нашого часу (Періандр: «Карай не лише за вчинок, але й за намір його здійснити»).

Найвидатнішим майстром ораторського мистецтва стародавньої Греції вважається Демосфен. Демосфен переборов фізичні вади, довів ораторську техніку до досконалості, став найбільшим визначним політичним оратором свого часу. Своім прикладом він підтвердив найважливіший принцип: оратором може стати практично кожний, якщо не пошкодує для цього часу і праці.

Щодо сучасності, то найбільш феноменальними ораторськими здібностями володіє сучасний український політик Юлія Тимошенко, яка своєю внутрішньою енергією, дзвінким непереможним голосом, рішучістю та власним неповторним образом української жінки заворожує слухачів. Її привітання завжди щирі та сердечні: «Любі мої!». У вступній частині вона викладає позиції партії, а основна частина логічна, послідовна, містить економічні, соціальні та фактичні аргументи переваг її партії у порівнянні з іншими. Ця жінка завжди знайде відповідь на будь-які запитання, її словниковий запас — невичерпне джерело досвіду та мудрості. В промовах присутній момент гумору та іронії, вона постійно вплітає парадоксальні та несподівані образи, властиві тільки їй. Її висновки — це емоційні заклики голосувати за неї, адже вона ніколи не зрадить свій народ.

Дуже часто оратори не гребують ніякими засобами, аби лише привернути увагу аудиторії (рухи, колоритний одяг, ефектні порівняння, агресія), іноді зміст їх промов може взагалі не мати змісту, але сила волі та впевненість у власній перемозі справді діють. Адже красномовство — це, певним чином, акторське мистецтво. Головне — грати переконливо, знайшовши власний стиль та образ.

КРАСА МОВИ — БАГАТА ДУХОВНІСТЬ

А. В. Коржова

НТУУ «КПІ», Видавничо-поліграфічний інститут

I курс, група СР-51,

спеціальність «Видавнича справа та редагування»

Науковий керівник: В. І. Гур, д-р філос. наук, професор

— Як довго ждали ми своєї волі слова,
І ось воно співа, бринить,
Бринить співає наша мова,
Чарує, тішить і п'янить. (Олександр Олесь).
— Без мови немає нації.

Між мовою та суспільством існує органічний зв'язок: не тільки загибель суспільства приводить до загибелі мови, а й загибель мови веде до зникнення суспільства, що не зберегло її. І це, як ніколи, є актуальним для нашого українського сьогодення.

— Втрата сучасною молоддю рідної мови — це найбільша трагедія, бо у такому випадку губиться весь попередній досвід, зафіксований у мові. Поки живе слово в устах молоді, до того часу живий і народ. «Якщо ти забудеш мову свого народу — ніж у народ свій устроиш, бо мова народу — то дух його, а дух народу — то мова його...» — писав Петро Безруч.

— Мова слугує не лише діловому спілкуванню, вона є сутністю людського характеру, засобом з'ясування різноманітних проблем.

— Мова — явище суспільне. Вона сприймається не просто як засіб комунікації й навіть не тільки як знаряддя формування думок, а й значно інтимніше — як одне з головних джерел, що оживлюють патріотичні почуття, як рецептор духовно-емоційного життя людини. Вона є одним із головних засобів, за допомогою яких створюється соціальний механізм успадкування культури від покоління до покоління, тобто вироблення національної культурної традиції.

— Коли мова не реалізує свого гуманістичного призначення, а з тим і службове навантаження, тобто не виконує функції, які їй належать, то це призводить до падіння рівня культури.

— Людина створила культуру, а культура — людину. Людина реалізується в культурі думки, культурі праці і культурі мови. Культура — це вироблений віками спосіб суспільної поведінки, що відбивається в народних звичаях, віруваннях, у ставленні один до одного та, в першу чергу, у ставленні до своєї мови та до мови

інших держав. Чим міцніші зв'язки людини з культурою народу, тим більшого можна сподіватися від неї як від громадянина. У наш час можна спостерігати ослаблення цих зв'язків, втрату мови, нехтування звичаями.

— На жаль низька культура мови зустрічається навіть у ВУ-Зах. У зв'язку з цим викладачам необхідно формувати мову студентів. Але, в першу чергу, потрібно слідкувати за «якістю» своєї мови.

— На сьогоднішній день умови становлення демократії вимагають грамотної політичної мови. Персоналії, які виступають у ЗМІ, хоча й виявляють високу обізнаність у предметі, який витлумачують, але досить часто зміст немає відповідної мовної форми: мова позбавлена логічної довершеності, цільності, конкретики тощо. До того ж у мові цих «майстрів слова» зустрічаються слова-паразити: «е-е-е-е», «ну», «ось», «скажімо», «короче» та інші.

Учні сучасних шкіл, студенти коледжів, інститутів, університетів при відповіді на питання постійно користуються папірцями — неопрацьованою літературою. Внаслідок чого у мові зникає формування глибини думки. «Заборонити папірці, щоб дурість кожного була помітна», — наполягав Петро І.

— Сучасна молодь практично не використовує літературну мову у повсякденному спілкуванні. Верх над літературною мовою бере ненормативна лексика: жаргонізми, діалектизми тощо. Вони не лише засмічують нашу мову, а й ведуть до декультуризації суспільства. Деякі слова, що належали до ненормативної лексики настільки «в'їлись» в українську мову, що стали унормованими.

— Значно знизився рівень писемності в Україні. Письменники використовують у своїх прозових та віршованих творах розмовні слова, які не дають змогу нашій літературі потрапити у скарбницю світової класики. Взагалі українська мова у багатстві, витонченості і гнучкості форм не поступається жодній із сучасних мов слов'янства, і аж ніяк не бідна на поняття, аби нею заважко було перекладати глибину філософських думок і змальовувати високохудожні образи.

— Молодь — це майбутнє кожного народу і, щоб у цьому майбутньому нарешті реалізувалися віками вироблені ідеали українського народу, вона повинна розуміти свою історичну відповідальність. Але така дійова, практична відповідальність можлива лише за умов, коли і окрема молода людина, і молодь в цілому не лише будуть проінформовані про наукові досягнення й освітні вимоги у га-

лузі культури, а й самі братимуть безпосередню участь у створенні багатства своєї культури. Для чого, в першу чергу, нам всім необхідно подбати про оволодіння неповторною красою рідної мови. «О мово рідна! За тебе віддав життя я не дарма, Без мови рідної, юначе, народу нашого нема.» (В. Сосюра).

ЛІРИКА ЛІНИ КОСТЕНКО В СУЧАСНОМУ КОНТЕКСТІ

О. В. Литовченко

У курс, філологічний факультет

Спеціальність»Українська мова та література»

Науковий керівник: Т. В. Белімова

Ліна Костенко — видатна сучасна поетеса, вона людина незламної мужності, конформізму й великої любові до України.

Це поет рідкісно цілісний своїм світоглядом і творчою манерою.

У розкішному просторі української лірики кохання поетичне слово потеси живе неповторно й таємниче. Ця таїна духу забезпечена великою справжністю найтонших поривань шляхетної жіночої душі. Світ різнобарвних інтимних переживань ліричної героїні окреслює натуру цілісну, цнотливу і строгу. Спектр суперечливих душевних станів перебуває у постійному мерехтінні живої енергії саморозвитку. Належить визнати, що таємниця світу любовної лірики Ліни Костенко проявляється новими гранями при кожному доторкові до неї. Божественна краса і святість кохання у героїні Ліни Костенко така всеохопна, що в її силовому полі сходяться найрізноманітніші мотиви — любов до окремої людини й до природи, кохання до обранця, любов до рідного краю, поваги до української звичаєвості, вірності в дружбі.

Письменниця у своїх творах відкриває нам таємниці своєї душі, натхненної миті сердечних поривів. Емоційна синусоида світовідчуття ліричної героїні поезії Ліни Костенко, безперечно, сублімує авторське начало, виказуючи особистість витончену, стриману, пристрасну й самозаглиблену водночас. Саме інтровертний характер психіки Ліни Костенко дає нам можливість відчутти всю неоднорівність внутрішнього буття її ліричної героїні. Сила любові і сила страждання, сила довір'я і біль розчарувань на терезах внутрішнього імперативу взаємоурівноважуються, переконливо доводячи амбівалентність чуттєвих вимірів.

1

У книзі любовної лірики поетеси закохана українська душа, пізнаючи світ і себе у переживанні пронизливо-всеохопного почуття, сповнюється найвищою святості на своїх глибинних регістрах і знаходить свій чистий першообраз.

У художньому світі Ліни Костенко оприявлено багатоаспектний простір інтимних переживань ліричної героїні, енергія якого окреслює іпостась кохання як абсолют, надію на духовне безсмертя. У стані закоханості людина найближче підступає до себе самої Істинної, до найглибшої суті власного «Я», виявляючи при цьому й по-особливому довірливе ставлення до світу, прориваючись у сферу природи і пристрасним зізнанням, і болючим сумнівом.

Інтимна лірика Ліни Костенко художньо матеріалізує реальний світ, створюючи модель життя глибоко особистісно, часом до наївності прозоро, іноді неймовірно ускладнено.

Поетичний синтез в її образному світі сприймається легко, природно, хоч вибудовується на парадоксальних художніх ситуаціях. Лірична героїня поетеси часто живе у взаємозаперечувальних станах духу. Вона то радісна, то печальна, то палка, то стримана. Світ її переживань найчастіше драматичний, її образ сприймається як цілісний, хоча й дуже різноплановий, багатоаспектний.

Естетизація глибокого зворушення жіночого серця в поезії Ліни Костенко — основоположний принцип осмислення тонкої матерії почуттів. На рівні проблеми їх амбівалентності тексти поетеси містять простір для осягнення дивовижного взаємопроникнення чуттєвого, емоційного, первісного з мислительним, розумовим, раціональним («Не говори печальними очима...»).

Поезія «Недумано, негадано...» — одна з найяскравіших ілюстрацій до так званої «межової ситуації» внутрішнього стану ліричної героїні — це грань загостреного, вершинного почуття, духовної напруги, що передбачає дві можливі розв'язки — взаємне щастя або загибель надії. Особистість виходить за межі власного «Я», певною мірою міняючи характер всесвітніх ритмів.

2

Її поезія — це пошук шляхів зцілення жіночої душі у процесі віднайдення себе та в акті єднання з природою.

Лірика кохання Ліни Костенко дарує читачам таку потужну в світу енергію, що кожен доторк до цього світу обертається відкриттям. «Кохання в ліриці Ліни Костенко, — пише В. Панченко, позначаючи щедрий спектр почування високої жіночої душі, — це

симфонія почуттів. Світло. Полон. Шаленство. Наслання. Хвороба. Сон. Чаклунство... Це самозреченість і відчай, втіха і смуток, беззахисність і сила, це поразка рацію і безмежжя ніжності, викликані співзвучністю двох душ, які озиваються назустріч одна одній».

Кохання — це самозречення, це принесення себе в жертву своїм почуттям і пристрастям». Якщо виходити з цієї поезії, то авторка «Любові Нансена» запропонувала закоханому чоловікові непрості обставини, аби перевірити, чи здатний він на вчинок. А вчинком у цій хвилині стає слово. Тому сітка питальних речень закохану душу у стані сум'яття, незахищеності ніби ловить вічним почуттям сумніву:

Ви не будете плакати? Не поставите душу на якір?

Не зіткнуться в мені два начала — Ви і воно?

Я без Вас нещасливий. А без нього буду ніякий.

Я без Вас збожеволю. А без нього піду на дно.

Благословенне почуття кохання — джерело самопошуку і вічний шлях до самопізнання. Його етичні самородки знайшли вдячний ґрунт у світі інтелектуальної поезії Ліни Костенко розвиваючись і далі у сфері сучасного континіуму. Ліна Костенко творить власну поезію серця, яка невідома нікому окрім неї самої. Тому так важливо вивчати творчість такої талановитої письменниці, як Ліна Костенко, і її творчість слід розглядати в сучасному контексті.

ЗАКОНОДАВЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПУБЛІЧНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В УКРАЇНІ ЯК ДЕРЖАВНОЇ

Є. В. Москалюк

Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

Факультет правознавства та міжнародних відносин

Кафедра української мови і літератури,

Кафедра теорії та історії держави і права

Студент групи ПЗ-41

Науковий керівник: В. Р. Мельниченко, ст. викладач

1. Мова є найважливішим засобом людського спілкування та інтелектуального розвитку особистості, визначальною ознакою нації, неофіційним символом держави, безцінною і невичерпною скарбницею культурного надбання українського народу.

2. Національне законодавство про мовну політику в Україні.

2.1. Конституційні засади державності української мови.

Згідно із Конституцією України Державною мовою в Україні є українська мова.

Під державною (офіційною) мовою розуміється мова, якій державою надано правовий статус обов'язкового засобу спілкування у публічних сферах суспільного життя.

Публічними сферами, в яких застосовується державна мова, охоплюються насамперед сфери здійснення повноважень органами законодавчої, виконавчої та судової влади, іншими державними органами та органами місцевого самоврядування.

В Автономній Республіці Крим російська мова як мова більшості населення і прийнята для міжнаціонального спілкування використовується в усіх сферах суспільного життя.

2.2. Закони України про публічне функціонування української мови:

Закон України «Про мови в Українській РСР»;

Закон України «Про судоустрій»;

Закон України «Про освіту».

Зокрема, відповідно до чинних законів питання застосування української мови визначено щодо розгляду звернень громадян; діяльності Збройних Сил України; оформлення митних документів тощо. Згідно з чинним Законом Української РСР «Про мови в Українській РСР» від 28 жовтня 1989 року службові особи державних органів, установ і організацій повинні володіти українською мовою.

Таким чином, положення Конституції України зобов'язують застосовувати державну — українську мову як мову офіційного спілкування посадових і службових осіб при виконанні ними службових обов'язків, в роботі і в діловодстві органів державної влади, органів АРК, органів місцевого самоврядування, а також у навчальному процесі.

2.3. Забезпечення функціонування і розвитку державної мови в усіх сферах суспільного життя як публічної:

Державне забезпечення вільного розвитку і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя, має полягати у наступному:

- Виділенні коштів на утримання і функціонування мовознавчих установ
- Підтримці у вивченні української мови українцями, які проживають за кордоном

3. Проблеми Законодавчого забезпечення публічності української мови в Україні як державної.

3.1. Відсутність єдності у розумінні юридичних термінів і понять щодо мовної політики: мова державна; мова офіційна; мова регіональна; мова національної меншини.

Проблема хибності визначення Конституційним Судом України офіційної мови.

Проблема автентичності перекладу на українську мову Європейської хартії регіональних мов або мов меншин

3.2. Шляхи нормативного урегулювання білінгвістичних конфліктів в українському суспільстві.

Проблема загострення білінгвізму перед виборами;

Проблема державної допомоги різним за юридичним статусом мовам, що мають ареали в Україні.

МОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ В ПСИХОЛІНГВІСТИЧНОМУ АСПЕКТІ

*Є. Нікітіна
група УМ-21*

На сучасному етапі розвитку наук і видозміни форм дослідження та вивчення певних понять щодо мовлення, яке колись вивчалось виключно мовознавством та психологією, відбулися певні зміни. Тепер воно стало прерогативою і психотерапії, і комунікативної лінгвістики, і риторики, і психолінгвістики, і ще ряду наук, та ми в цьому маємо визначити головне: мовлення розглядається не виключно як форма практичного застосування мови, але і як форма характеристики людини з психологічного боку. Зокрема, мовлення у наш час — шлях до успішності і її ознака, на разі маємо навіть цілі установи, котрі займаються проблемами результативного мовлення, котре формує імідж людини та значно впливає на її кар'єрні досягнення. Комунікативність в інформаційну епоху має дуже велике значення, і у суспільстві побутує поняття комунікативної особистості як людини, яка максимально результативно користується мовленням у повсякденному житті.

Мовлення — це діяльність; мовленнева діяльність — це система мовленневих дій, процес (на відміну від мови як явища), за допомогою якого може відбуватися адекватне спілкування між індивідами, обмін інформацією. Мовлення буває зовнішнє і внутрішнє, вони взаємоспричинюють одне з одним, переходячи з однієї форми до іншої, але по суті є просто різними проявами одного явища.

Видами мовленнєвої діяльності є говоріння, слухання, читання і письмо. Слово є формою психічної діяльності людини, коли воно виявляється у мовленні, тому за допомогою мови, котра формувалася через видозміни мовлення, можна визначити особливості менталітету певного народу, характер соціуму у певний історичний період, характери соціальних та гендерних груп, і конкретно — психічні особливості кожної окремої особистості.

Мовлення дуже активно досліджується і використовується психологами як один із видів впливу на людину. Монологічне мовлення (частіше зовнішнє як більш результативне: один говорить, інший слухає, рідше внутрішнє) розглядається як спосіб психічного розвантаження і самодослідження людини, котрій необхідно розібратися у своєму внутрішньому світі та у зв'язку його негативних проявів із зовнішнім світом, або коли одну людину потрібно навчити слухати, а іншу — розуміти; діалогічне та полілогічне мовлення використовується з метою навчити близьких людей спілкуватися, формою розмови спрямоване на зближення між конфліктними особистостями. Тому мовлення у психології — одна з найважливіших категорій, і досягнення психології у спілкуванні та словесному впливові на конкретних людей і загалом на маси зараз повсюдно використовуються у рекламних кампаніях і PR-менеджерами при створенні потрібного на певний історичний момент образу людини.

Психіатрія досліджує радше не стільки власне мовлення, скільки різноманітні психічні відхилення, котрі так само виражаються через мовлення. Це і різновиди афазій (порушень усного мовлення при ушкодженнях кори головного мозку), і афонія (втрата здатності голосно говорити, часто зустрічається у людей із депресивними психозами), і аграфія (порушення виключно писемного мовлення), і алексія (порушення читання, тобто, порушення сприймання писемного мовлення). На основі аналізу мовлення конкретних осіб психіатрія робить висновки щодо зв'язку мовлення і темпераменту людини, схильностей, уподобань і соціальних приналежностей, визначає мовленнєвих лідерів і мовленнєвих підлеглих (тих, що піддаються створеним технологіям мовного впливу), а також координує мовлення особистості.

У наш час найуспішнішим вважається так зване «сангвіністичне» мовлення, суть якого полягає у гармонійному поєднанні доступності, спонтанності, варіативності, виразності, емоційності (але не агресивності), тематичній відповідності та харизматичній формі висловлюваного, і до цього ще додаються невербальні форми

мовлення: зовнішній вигляд, одяг, стиль, жести, пози під час слухання і говоріння тощо, і все обов'язково має бути продумане до найменшої деталі. Та головним є те, що ідеальне мовлення на сьогодні — це велика робота великої групи людей, певний проект, котрий складається, випробовується, і лише потім застосовується на практиці, підпорядковуючись вимозі часу, культурним та політичним спрямуванням та запитові певних соціальних груп і прошарків, а мовлення вже кожного конкретно — це форма самовияву, котра найчастіше буває недосконалою і потребує певної корекції.

ОБРАЗ ВОІНА В УСНІЙ НАРОДНІЙ ТВОРЧОСТІ ТА ПИСЕМНИХ ПАМ'ЯТКАХ

Н. М. Приступ

IV курс, група УМ-21

Образ воїна-захисника наскрізний в усній народній творчості та писемних пам'ятках нашого народу. На сьогодні безліч вчених схильні до думки що українці — прямі нащадки індо-арійської спільноти, отже, можемо зробити припущення, що образ воїна сформовано кілька тисячоліть тому.

Давньоарійське суспільство поділялося на касты: жерців-Брахманів, воїнів — кшатріїв, ремісників — вайш'їв. Саме Брахманіволхви володіли таємними езотеричними знаннями, та передавали їх з покоління в покоління. Вони ж займалися вихованням воїнів — кшатріїв, майбутніх правителів та захисників роду. Правителем міг бути лише найсильніший та найрозумніший воїн.

Відома картина «Козак Мамай» — на думку багатьох дослідників відображує козака в стані медитації. Оскільки козаки нащадки воїнів — кшатріїв, існування системи духовного самовдосконалення типу йоги закономірне явище.

Значну частину українського фольклору становлять казки, перекази, легенди про вовків-перевертнів, песиголовців: «Залізний вовк», «Про жар-птицю та вовка», «Іванко — цар звірят». Часто згадуються князі-волхви що вміють перетворюватися на диких звірів. Зокрема у «Слові о полку Ігоревім» фігурує князь Всеслав Полоцький що «Вночі вовком бігав від Києва до Тмутаракані» і вмів пророкувати майбутнє. Відомі перекази про козаків-характерників які не тільки на вовків перетворюватися, а й у вогні не горіли, у воді не тонули, були не чутливі до болю тощо. Відомо що неodrужених

козаків що мешкали на Січі називали сіромами. (вовки-сіроманці). Існує безліч легенд про славетного кошового-характерника Івана Сірка. Все це рештки індоєвропейського культу воїна-звіра, витоки якого сягають епохи тотемізму. В Радянські часи надзвичайні можливості воїнів вважалися гіперболізацією, властивою українському фольклору. Сучасною ж наукою доведено, що в організмі людини закладено колосальний потенціал, що проявляється лише в певних ситуаціях. Наприклад, людина, в екстремальній ситуації діючи в стані афекту виявляє надзвичайну силу та сміливість. Можна припустити що волхви, володіли секретами парапсихології, гіпнозу, навіювання, і мали унікальною систему психофізичної підготовки воїнів.

Каталізатором до зміни свідомості може бути страх, любов до рідних, до свого краю, воля до перемоги а також музика і пісня. Тому перед боєм воїни співали гімни та героїчні пісні. Своєрідним каталізатором був бойовий крик, і свист. За легендою Соловей-розбійник своїм свистом міг нагнати неабиякого страху, і навіть вбити людину. Всі ці прийоми знали та вміло використовували волхви. З прийняттям Християнства давні святилища почали занепадати, і волхви пішли в народ.

Східні сусіди безпідставно намагаються зробити з богатирів своїх героїв. Відомо, що місцями збору билинних богатирів були Київ, Переяслав, Чернігів, Новгород — головні міста Київської Русі, які ніякого відношення до Росії не мають. В билинах про Богатирів-Русичів, як то Ілля Моровець (від слова «Мор» — війна, спустошення, а не міста Мурома) говориться що герой 45 років не вмів ходити, а потім до нього прийшов старець (імовірно волхв) і попросив напитися води. Ілля незважаючи на неміч подав води, потім випив її, умився і отримав незвичайну силу. Подібний сюжет повторюється дуже часто. Імовірно тут йдеться про передачу таємних знань, від учителя, Божого чоловіка, або ж навіть від самого Бога. Слово богатир можна трактувати Бога-т-арій, Бога-тир тобто воїн Бога що має арійське походження. У легендах та казках, таких як Котигорошко, збереглися елементи богатирських тренувань, вибір побратимів, пошук зброї, коня, принципи лицарської етики, культ зброї. Часто ворога можна здолати тільки особливим мечем — це відголоски древнього скіфського культу священного меча бога війни Арея, який згодом трансформувався в Ярила, а пізніше святого Юрія — покровителя козацтва.

Всі види Українського фольклору зароджуються в добу синкретичного мистецтва, коли не існувало чіткої границі між ритуалом,

магічною обрядовістю, піснею, танцем. Можна зробити припущення думи та історичні пісні які нині датовані ХV ст. насправді мають тисячолітню історію, і продовжують традиції ведичних гімнів про що свідчить їх будова та ритмомелодикою. Відомо що пісня підносила дух людини, сприяла не лише духовному очищенню а й була засобом лікування. Тобто пісня виконувала магічну медитативну функцію, а в поєднанні з танцем давала змогу досягти такого стану свідомості, коли воїн ставав не переможним. Відомо що давні воїни виступали в бій без військових обладунків, оголені до пояса, і перемогали ворога лише силою свого духу. Описуючи побут козаків, іноземні дослідники зазначають що козаки на Січі цілими днями співають і танцюють. Дослідник бойової спадщини козацтва Володимир Пилат зазначає що народні танці типу Метелиця, Аркан, Козачок, — це залишки прадавнього бойового мистецтва. Танцювальна манера ведення бою існувала в козаків тому що і саму війну вони ототожнювали з танцем, ставилися до бою, як до розваги. Найбільшу кількість елементів бойової техніки стусанів, копняків, підсікань містить саме танець Гопак, що нині існує як відроджене бойове мистецтво предків Бойовий гопак. Існує припущення що слово Гопак таке ж давнє як і наша нація. Етимологію слова слід розглядати крізь призму міфологічної суті двох коренів складів «Го» і «пак» або «пал» в якій закладено цілу палітру протидій переплетених з міфологією наших предків. Корінь Го міститься у слові Гора. В міфології це Шлях з долини до сонця (Ра), житло богів, центр світу; Тобто часточка «Го» відтворює символічний рух із долини на вершину. «Пал» є складовою назв зброї: палиця, палюга, палаш. Місце захисту — палац, палата. Козацькі поселення — паланки; підрозділи — полки, тобто відтворює бойову сутність слова.

Отже слово «Гопак» — шлях воїна на вершину досконалості душі і тіла.

Як бачимо перегляд та вивчення фольклорної спадщини нашого народу має важливе значення, сприяє відкриттю нових досі невідомих сторінок нашої історії і культури, поглиблює національну свідомість і дає стимул до самовдосконалення.

ПСИХОЛОГІЗМ ОПОВІДАнь М. КОЦЮБИНСЬКОГО**С. Проніна***V-го курс, група УМ11*

М. Коцюбинський вражає читачів вмінням описувати почуття людини, що дає підставу говорити про психологізм його творів.

Найбільш широко це явище описав Іван Франко (1856–1916). На відміну від О. Потебні й Д. Овсянико-Куликовського, які писали російською мовою, а матеріал для досліджень брали значною мірою теж із російської (почасти — зарубіжної) літератури, І. Франко і мовою, і матеріалом був цілком в українській стихії. І до психологічних методів аналізу він підходив теж у зв'язку з наявністю предмета для розмови саме в українській літературі.

І. Франко розглянув психологічну природу естетичних чуттів і почувань у певній послідовності і схарактеризував як враження («змисли»), котрі виникають у читача поетичного твору внаслідок сприймання його. Це насамперед зорові враження, запахові, смакові і дотикові, які І. Франко називає «нижчими змислами», а кожне з них пов'язане з різними видами мистецтва, тобто «вищими змислами»: музикою, живописом (малярством), архітектурою та іншими образотворчими мистецтвами. Література (поезія) перебуває з ними в найтісніших зв'язках, оскільки в них — єдина психологічна основа. Музика, наприклад, близька до поезії своїми ритмомелодійними характеристиками, але для неї неприступне, як для поезії, «царство думок і рефлексій, абстрактів, краєобразів, руху і ділання»; живопис споріднений з поезією зоровими відчуттями, але він не може, як поезія, апелювати до всіх просторово-часових «змислів», а тільки до одного, просторового...

Коли «старий» реалізм почав втрачати на силі і на зміну йому виходили модерні літературні напрями в особі молодих тоді В. Стефаника, О. Кобилянської, М. Черемшини, М. Коцюбинського, Лесі Українки та ін. Ґрунтовно проаналізувавши їхню художню манеру, позначену в кожному випадку яскравою індивідуальністю, І. Франко в статтях «З останніх десятиліть XIX віку» (1901) та «Старе й нове в сучасній українській літературі» (1904) звернув увагу на особливості художньої організації їхнього письма, на буння ліризму, особливу ритмічність і музикальність їхнього слова, в чому можна бачити найвищий тріумф поетичної техніки. «— Ні, наголосив І. Франко, це вже не техніка, це «спеціальна душевна організація тих авторів, виплід високої культури людської душі».

Йшлося, отже, про психологічні основи модерної творчості молодих авторів, про з'яву в їхніх душах нових нюансів, які дали змогу зробити якісний стрибок у розумінні й реалізації завдань самого явища літературної творчості.

Коцюбинського заслужено вважають майстром досконалої форми. Вона в нього справді прекрасна, позначена печаттю тієї здорової краси, яка засвідчує велику закоханість письменника в життя, в його безупинний плін, в його звуки, барви і пахощі. Правильним є твердження про те, що досконалість форми визначається її відповідністю змістові. Але, розглядаючи цю відповідність, дуже важливо простежити, якими засобами вона досягається, який настрій митця одухотворяє його витвір. Сам письменник зазначав: «З того, як художник трактує свої мотиви, можна пізнати його душу».

І. Я. Франко писав про оповідання М. М. Коцюбинського, як про такі, що дають «високе естетичне вдоволення, як твори справжнього таланту й як впливи симпатичної високо розвиненої душі».

В пошуках найвиразніших, найекономніших, найбільш відповідних власним естетичним настановам засобів вираження думки Коцюбинський оволодіває новітніми надбаннями літературної техніки: барвистим живописом, акварельною легкістю малюнка, прийомом змалювання образу через сприйняття інших персонажів.

Художню спадщину М. М. Коцюбинського справедливо називають синтезом усього найкращого, що створено українськими письменниками. В своїй літературній діяльності він немов повторив своїх попередників і, опанувавши їх досвід, пішов далі.

ЗАСОБИ ГЛИБИННОЇ ПСИХОЛОГОГІЧНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБРАЗУ КНЯЗЯ МИШКІНА ЗА РОМАНОМ Ф. М. ДОСТОЄВСЬКОГО «ІДИОТ» ТА ОДНОІМЕННИМ ФІЛЬМОМ В. БОРТКО

К. О. Ушеренко

Київ, Університет «Україна»

ф-т філології та масових комунікацій

II курс, спеціальність «Переклад»

Науковий керівник: Н. І. Головченко

Починаючи роботу над романом «Ідіот», Ф. Достоевський писав: «Головна ідея роману — змалювати позитивно чудову людину». Автор відображає у творі широку картину пореформеного

Петербурга кінця 1860-х років. Однією з ознак цієї епохи Ф. Достоєвський вважає невпинно зростаючий вплив грошей на людську особистість: «Людина без мільйона не та, яка робить все, що завгодно, а та, над якою роблять все, що завгодно» (Ф. Достоєвський). Жадоба збагачення, хиткість моральних понять породжують ріст злочинності, який письменник ілюструє посиланнями на судові процеси того часу. Поведінка більшості людей визначається розрахунком. Наприклад, Ганя Іволгін мріє про впливове місце у суспільстві, прагне стати особистістю та виявити оригінальність, взявши шлюб з жінкою, яку не кохає, але яка має посаг з 75 тисяч. Інші герої роману, які репрезентують вищий світ, виявляються духовно порожніми особами і відображають моральний розпад буржуазного суспільства середини ХІХ ст. Гроші дають оригінальність, красу, розум, винищують особистість, керуючи її бажаннями.

Образ князя Мишкіна, головного героя роману Ф. Достоєвського «Ідіот», виступає яскравою антитезою до системи буржуазних цінностей і моралі. Всі схиблені на грошах, а князь з'являється у Петербурзі без копійки у кишені. Згодом він несподівано отримує спадщину, але одразу її роздає. У більшості людей, з якими зіштовхується князь, він формує враження «ідіота».

Мишкін виступає носієм християнських моральних ідеалів. Він виражає протест проти жорстокого ставлення до злодія, непристойної жінки, хворого, дитини. Хоча звернення та заклики князя до всезагальної любові, братерства, єднання і терпимості не викликають належної уваги з боку буржуазного оточення, князь не зраджує своїм ідеалам.

Образ князя Мишкіна залишається *актуальним* і у наш час. І сьогодні людство змінює своє ставлення до певних норм і цінностей, а гроші мають величезний вплив на всі сфери людського життя. Але в усі часи знаходяться люди, які намагаються протистояти бездуховності та аморальності. Їхня активна діяльність, спрямована на боротьбу з несправедливістю та пануючими нормами, не має домінуючого характеру. Такі особистості залишаються на своїх позиціях, протиставляючи свої ідеали та ідеї аморальному світові, не уподібнюючись йому.

Одним із завдань наукової роботи є зіставлення засобів глибинної психологічної характеристики образу князя Мишкіна за романом Ф. Достоєвського «Ідіот» та однойменним фільмом В. Бортко.

Достоєвський показує внутрішній світ головного героя через його основні цінності, якими виступають діти і природа. Князь дуже

радий, коли з'являється нагода поспілкуватись зі своїми маленькими товаришами. Він називає їх пташками, бо «*краще за птахів нема нічого у світі*». Його ставлення до дітей призводить до того, що вони не можуть без нього обійтись. Природа — сприятливе середовище, в якому спілкування з дітьми складає основу стану щастя та душевного спокою князя. Мишкін завжди надасть перевагу тій особі, яка потребує уваги і допомоги. Свої власні почуття готовий відвести на другий план. Через кохання — жалість до Настасії Пилипівни князь відгортає свої щирі почуття до Аглаї Епанчиної. Князь — тонкий психолог і носій проникливого слова. Повтором (рефреном) фрази «А вам і не соромно?!» він спонукає людину відчутти і розпізнати свій внутрішній голос, палко закликає дослухатись до совісті.

В екранізації роману Достоевського «Ідіот» Володимир Бортко (сучасний російський кінорежисер) застосовує художні засоби, властиві кіномистецтву. Музичний супровід (автор музики — сучасний композитор Ігор Корнелюк) з'являється у момент внутрішньої боротьби головного героя або його конфлікту з оточуючим середовищем. Здебільшого мелодія не набуває мажорного звучання протягом усього фільму. Музика залишається пригніченою, сумною, напруженою (мінорною) і відповідає душевному стану князя. В залежності від теми промови, тембр голосу князя спокійний або емоційний. Коли йдеться про несправедливість, голос головного героя трансформується від тихого у схвильований, наповнений палким щирим звучанням. Жести прикрашають промову, додають їй експресивності і акцентують увагу на важливості і серйозності слів. Музичний супровід — це завершальний етап, що прикрашає ораторську промову князя і виступає у момент найбільшого напруження та апогею промови. Ці три складові частини — мова, жести, музичний супровід — надають розповідям, звертанням та промовам князя вражаючого колориту та експресивності. Крупний план має на меті показати не лише обличчя головного героя (його портрет) протягом екранізації, але й реакцію Мишкіна на несправедливість, його внутрішній та емоційний стан, що віддзеркалюється у його погляді. У сцені, де князь заступається за Варю Іволгіну і отримує ляпаса від її брата, оператор укрупнює сльози, що відбивають емоційний стан героя у момент конфлікту. Фінальна ж сцена, де князь постає психічно хворою людиною, акцентує увагу глядача на спустошеному, байдужому виразі очей героя. Це наштотує глядача на висновок, що одужання і повернення князя до нормального життя майже неможливе. Отже, екранізація майже повністю відповідає

змісту роману, виразно та яскраво розкриває образ князя Мишкіна за допомогою прийомів кіномистецтва.

Мета твору — показати людину — борця, яка залишається вірною своїм ідеалам і протистоїть буржуазному суспільству з його цінностями. Здатність протистояти середовищу — властивість виняткових особистостей. Князя називають «ідіотом», і в цьому полягає головний парадокс ситуації: «ідіот» — єдина морально здорова людина в оточуючому його буржуазному середовищі. У фіналі роману це поняття набуває буквального сенсу: князь божеволіє. Програвши оточенню, Мишкін все ж залишається переможцем у моральному і духовному відношеннях, не зраджуючи своїй переконань та ідеалів.

СИМВОЛІКА КОЛЬОРУ У РОМАНІ ВАСИЛЯ БАРКИ «ЖОВТИЙ КНЯЗЬ»

І. В. Ткаченко

Факультет філології та масових комунікацій

Група УМ-11, спеціальність: українська мова та література,

Науковий керівник: Т. В. Белімова

У художньому творі колір функціонує вже не як безпосередня природна даність, об'єктивно-означальна реалія, а як одна з поетичних категорій, що набуває певного ідейно-естетичного значення.

Власне особливості авторського світосприйняття, світобачення, а також індивідуальна кольористична палітра письменника у загальному та «монументальному» історичному контекстах обумовлюють формування такої художньої концепції дійсності та безпосередньо впливають на вибір поетичних складових кольорової гами твору.

Тож закономірно, що написаний в часи політично санкціонованих репресій духовного світу людини роман Василя Барки «Жовтий князь» багатий на кольористичні образи, які мають яскраво виражене естетичне й політичне осмислення. Це проявляється не лише на рівні емоційно-зорового сприйняття тексту (як на рівні активної асоціативної роботи читацької уваги), а й на глибокому філософсько-узагальнюючому, символіко-кольористичному змістовому рівні роману.

У винесеному на розгляд творі таким кольористично-символічним макрообразом виступає згадуваний вже багатозначний і багатоплановий образ Жовтого князя, який вербально втілюється в однойменній назві роману.

Отже, Жовтий князь — не лише багатоаспектний символічний образ голодомору, а втілення вищого містичного зла, «чортової сили», «диявола», князь ідеального зла і смертельної темряви, що постає як алегоричне уособлення жорстокої та підступної антинародної влади.

Символічна назва роману Василя Барки «Жовтий князь» є втіленням його ідеї, яку повинен зрозуміти і дешифрувати реципієнт, а саме: засудження, викриття антигуманістичних вчинків більшовицьких партійців та їх керівника «батька народів» Сталіна щодо українського народу.

У романі домінує жовтий колір та його різноманітні відтінки. Жовтий колір, на відміну від усіх інших кольорів роману, є найсуперечливішим за своєю символікою — він постає як у позитивному, так і в негативному значенні, в залежності від контексту та відтінку.

Європейській літературі завжди була притаманна символіка кольору, яка пов'язувалась з філософськими, богословськими уявленнями про світ. Василь Барка продовжує цю традицію, використовуючи кольорову символіку. Автор «Жовтого князя» користується великим спектром кольорів: жовтий, чорний, сірий, червоний. Кольористика — помітна риса індивідуального стилю Василя Барки.

Градація насиченості та просторова гіперболізація чорного кольору допомагають органічно передати розвиток людської трагедії.

У цих картинах домінуючим стає чорний колір, який символізує сили зла, підкреслює біль, страждання, відчай, безмірне людське горе.

Червоний колір можна назвати своєрідним змістовим епіцентром роману. Адже це колір крові, а кров найдорожча ціна людського життя.

Доречне використання кольорового протиставлення значно збільшує зображально-виражальні можливості твору. Особливо якщо це пряма або опосередкована багатобарвна контрастність, побудована на ідейно-естетичному, символічному підґрунті.

Серед загального кольорового спектру твору проаналізовані кольори виділяються своїм семантично насиченим символічним звучанням та сконденсованим в них емоційним потенціалом. Жовтий, чорний, червоний кольори силою свого впливу на зорові й почуттєві сенсори реципієнта допомагають прочути й уявити відтворену дійсність, самому вжитись у зображуване.