

*Міністерство освіти і науки України
Українська інженерно-педагогічна академія*

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

LIV
студентської наукової конференції

Частина 5

Секції:
*Економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання
Менеджменту
Філософії, українознавства і політології*

**Харків
2019**

Склад організаційного комітету

Голова:

Купріянов О.В. – проректор з наукової роботи.

Відповідальний секретар:

Валковська Г.І. – молодший науковий співробітник НДЧ

Члени оргкомітету:

- | | | |
|-----------------|---|--|
| Антоненко Н.С. | - | декан факультету енергетики, енергозберігаючих технологій і автоматизації енергетичних процесів; |
| Нікуліна А.В. | - | декан технологічного факультету; |
| Кондратюк О.Л. | - | декан факультету комп'ютерних і інтегрованих технологій в виробництві та освіті; |
| Коваленко Д.В. | - | декан факультету міжнародних освітніх програм; |
| Ярмош О.В. | - | декан факультету економічних, управлінських та освітніх технологій; |
| Коломієць В.В. | - | керівник навчально-наукового професійно-педагогічного інституту (м. Бахмут); |
| Чернишенко О.В. | - | керівник групи з наукової діяльності. |

Зміст

**Секція Економіки та організації діяльності суб'єктів
господарювання**

Бабаджанова Д.С. ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	9
Белов І.В. МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	10
Бондаренко М.І. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	11
Гаряніна А.М. МЕХАНІЗМ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	12
Герасимова В.А. ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ	13
Голеніщев Є.Є. АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У СУЧАСНІЙ СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	14
Данильчук Б.Д. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	15
Жовтобрюх А.В. СУЧАСНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	16
Ківшар В.О. НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА..	17
Кісіль Л.О. УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ.....	18
Костенко Ю.М., Михайліченко І.О. КОНТРОЛІНГ ЯК ПІДСИСТЕМА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	19
Кузько В.О. НАПРЯМКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ.....	20
Макарова О.С. УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	21
Мальцева О.В., Рубан С.М. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА.....	22
Махунгу Онесиме-Ефраим ОРГАНІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГА НА ПРЕДПРИЯТТІИ	23
Могілко А.В. ЕТАПИ ЕВОЛЮЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ В БІЗНЕСІ.....	24

Зміст

Осика Ю.С., Оселедько Ю.С.	
ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА ПЕРСОНАЛ	25
Панов Д.С.	
ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	26
Партала Д.О.	
УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	27
Свірідова О.О.	
СИСТЕМА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	28
Світлічна А.В.	
СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	29
Скринник Н.О.	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БАНКРУТСТВА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	30
Танько А.	
ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ.....	31
Тихоненко Ю.Ю.	
ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	32
Чуйко О.В.	
УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	33
Ярема І.О., Кононенко В.А.	
СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ ПАСИВІВ БАНКУ.....	34

Секція Менеджменту

Анзіна А.О.	
ПРОБЛЕМИ У ДІЯЛЬНОСТІ ПРОФСПЛОК ЯК ГРОМАДСЬКИХ НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	35
Афанасьєва Л.О.	
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	36
Боброва Р.А.	
ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	37
Васильєва А.С.	
РОЛЬ НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ.....	38
Васильченко М.А.	
ВПЛИВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОФШОРНИХ ЗОН НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	39
Гарт А.О.	
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	40

Зміст

Гриняєва Д.Ю. ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ НА РИНКУ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ.....	41
Drozdov Ihor FORMING AN EFFECTIVE TEAM IN THE PROJECT MANAGEMENT.....	42
Жупинська В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	43
Кніккер А.Л. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ МОДЕЛЕЙ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА.....	44
Ковальова К.І. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТІ КЕРІВНИКІВ	45
Курбель Ю. О. ВАЖЛИВІСТЬ ВИВЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ ДЛЯ НАСЕЛЕННЯ.....	46
Можар Л.В. РОЗВИТОК НАФТОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА МЕТОДИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	47
Новрузова А. Е. ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ.....	48
Орехова О.О. РОЗВИТОК НАПРЯМІВ ВЗАЄМОДІЇ ГРОМАДСЬКИХ ОБ'ЄДНАНЬ ІЗ ОРГАНАМИ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ.....	49
Павлій А.К. АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ІНВЕСТИВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	50
Параскеєва Е.В. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ВЗАЄМОДІЇ НЕУРЯДОВИХ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЗІ СТЕЙХОЛДЕРАМИ.....	51
Пасічник Е.О. АУТСТАФФІНГ: СУЧАСНА ПРАКТИКА.....	52
Приходько А.О. МЕТОДИ АКТИВІЗАЦІЇ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	53
Приходько А.О. КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ.....	54
Рябов О.В. УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ ПІДПРИЄМСТВ.....	55
Рябов О.В. ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ В УПРАВЛІННЯ	56

Зміст

ПІДПРИЄМСТВАМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ	
Сіладі В.В.	
СКЛАДНОСТІ СУЧАСНОГО КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	57
Федорів А.В.	
МІСЦЕ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ В РЕАЛІЗАЦІЇ МІСІЇ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	58
Чала Д.Д.	
ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В УКРАЇНІ	59
Швецова В.О.	
ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	60
Шевченко Г.В.	
РОЗРОБКА СТРАТАГІЇ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ В ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ.....	61

Секція Філософії, українознавства і політології

Антоненко І.	
МОВА ЯК ЗАСІБ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ.....	62
Атаев Исмаил	
ЯВЛЕНИЯ СИНОНИМИИ И АНТОНИМИИ В ТЕРМИНОЛОГИИ	63
Ачилова Огулджохан	
ПАТРИОИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ТВОРЧЕСТВЕ МАХТУМКУЛИ.....	64
Бавріна С.	
ЧИСТОТА МОВЛЕННЯ І ЗАГАЛЬНА КУЛЬТУРА ЛЮДИНИ.....	65
Галицька М.	
ХАРКІВ ЯК ОСЕРЕДОК НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ВІДРОДЖЕННЯ СЛОБОЖАНЩИНИ У ХІХ СТ.....	66
Долженко А.	
МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ.....	67
Дурдыева Говхертач	
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУРКМЕНСКОЙ НАРОДНОЙ СКАЗКИ....	68
Жадан В.	
ПУБЛІЧНЕ МОВЛЕННЯ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ.....	69
Зінчук Г.	
КОНФЛІКТИ І КРИЗИ В СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ	70
Карпова К.	
ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У МОВЛЕННЄВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	71
Каюмова Гюльшат	
РОЛЬ РОДНОГО ЯЗЫКА В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА.....	72
Ковальчук А.	
РОЛЬ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦЯ	73
Курбель Юлія	

Зміст

ДО ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІФОЛОГІЧНОГО АСПЕКТУ ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ.....	74
Лотоцька Є.	
ГЕНДЕРНОЧУТЛИВА МОВА В УКРАЇНСЬКІЙ КАРТИНІ СВІТУ	75
Макосо Рашилд Аспел Жюниор	
РОЛЬ АФРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРЫ В РАЗВИТИИ ЗЕМНОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ.....	76
Мірошніченко В.	
ХАРАКТЕРИСТИКА КЛАСИЧНИХ ТЕОРІЙ ЕЛІТ.....	77
Муссинги Ндилу Абрела Од	
ПРОИСХОЖДЕНИЕ НАЗВАНИЯ «АФРИКА».....	78
Сівіцький В.	
ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ.....	79
Хидирова Гулширин	
СИМВОЛЫ ТУРКМЕНСКОГО НАРОДА.....	80
Шемму Амар	
БЕЛЫЕ ПЛЕМЕНА – КОРЕННОЕ НАСЕЛЕНИЕ АФРИКИ.....	81
Шемму Амар	
ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРЫ БЕРБЕРОВ.....	82
Черниціна Д.	
ГЕНДЕРНИЙ КОМПОНЕНТ У СКЛАДІ МОВНИХ ДИСЦИПЛІН.....	83
Янгибаев Мердан	
ТУРКМЕНСКИЙ КОВЕР – СИМВОЛ ВЕКОВОЙ СЛАВЫ.....	84

Бабаджанова Д.С.

ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Успіх підприємницької діяльності підприємства багато в чому залежить від готовності до кризи, управління підприємством повинне бути антикризовим і враховувати імовірність банкрутства, ступінь передбачуваності якого залежить від зовнішніх і внутрішніх факторів.

Здатність будь-якого підприємства пристосуватися до зміни як зовнішніх, так і внутрішніх факторів – гарантія не тільки його виживання, але і процвітання. Проте, для підприємств базових галузей промисловості в даний час характерне те, що ринок виявив повну нездатність забезпечити необхідний рівень фінансових показників.

По-перше, такі підприємства виявилися нездатними до припинення неефективних форм діяльності.

По-друге, нездатність забезпечувати відповідний розвиток підприємства, коли та сама група вищого керівництва відповідальна за рішення й оперативних, адміністративних, тактичних та стратегічних задач.

Кризу також можна розглядати як об'єктивно обумовлену стадію життєвого циклу діяльності підприємства, коли негаразди примушують здійснювати поновлення, модернізацію і реконструкцію. Найбільш ефективним інструментом усунення кризових явищ на підприємстві є впровадження елементів механізму антикризового фінансового управління, який дасть змогу підприємству швидко зреагувати на погіршення його фінансового стану, а відтак і запобігти банкрутству.

Для нейтралізації кризових явищ підприємства переводяться на спеціальний режим антикризового управління із застосуванням специфічних методів та прийомів управління фінансами.

Антикризове фінансове управління підприємством слід розглядати в двох аспектах:

по-перше, це комплекс профілактичних заходів, спрямованих на попередження фінансової кризи: системний аналіз сильних та слабких сторін підприємства, оцінювання ймовірності банкрутства, управління ризиками (виявлення, оцінювання та нейтралізація), упровадження системи попереджувальних заходів;

по-друге, це система управління фінансами, спрямована на виведення підприємства з кризи, у тому числі проведенням санації чи реструктуризації суб'єкта господарювання.

Отже, успішна реалізація антикризових заходів буде можливою лише за умови використання комплексного підходу до визначення кризової ситуації на підприємстві, який передбачає використання спеціальних методів і прийомів управління процесами попередження, переборювання та ліквідації кризи та дасть змогу сформувати ефективну систему антикризового управління на підприємстві, адекватну сучасним умовам господарювання.

Бєлов І.В.

МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Для діагностики ефективності системи управління персоналом використовується система кадрового аудиту, кадровий консалтинг і моніторинг управління персоналом.

Кадровий аудит – універсальний інструмент діагностики й управління персоналом на підприємстві, що включає сукупність методів оцінки персоналу та його часткових показників. Сутність кадрового аудиту полягає у виявленні слабких та сильних сторін персоналу, тенденцій розвитку й формування варіантів поведінки.

Кадровий аудит на підприємстві діагностує причини, що виникають завдяки персоналу, а також оцінює їх важливість та знаходить можливості вирішення цих проблем шляхом, формулювання конкретних рекомендацій та рекомендує використання методів їх усунення. Кадровий аудит аналізує фактори, які впливають на виникнення ризиків, пов'язаних з неправильним підбором та використанням персоналу, і розробку пропозиції зі зниження їх впливу.

Кадровий консалтинг – це інтегрована система консультаційних послуг, що надається керівникам підприємств, працівникам кадрових служб з питань організації, змісту, методології і здійснення програм пошуку, оцінки та раціонального використання як працюючого персоналу, так і того, який залучається. Агентства з підбору кадрів не займаються безпосередньо підбором та підготовкою персоналу, а спеціалізуються лише на визначенні професійно важливих якостей, котрими повинен володіти працівник для виконання тих чи інших функцій. Їх функції зазвичай зводяться до виконання наступних завдань: зв'язування підготовки та підвищення кваліфікації кадрів з цілями та проблемами підприємства, орієнтація на підвищення ефективності роботи; виявлення впливу підвищення кваліфікації кадрів на ефективність роботи підприємства та рівень витрат на розвиток кадрового потенціалу; саморозвиток і т. д. [1].

Моніторинг управління персоналом – проведення спеціальних спостережень в системі управління персоналом і кадровими процесами. Його мета полягає у постійному спостереженні, контролю та регулюванні соціально-економічних, організаційно-правових, професійних факторів, що впливають на підвищення ефективності діяльності персоналу підприємства. Задачі моніторингу полягають у виборі ефективних методів контролю і функціонування відповідного управлінського апарата в цілому, а також змісту функцій, процедур, операцій і дій кожного фахівця.

Отже, система управління персоналом – це елемент системи управління підприємством, ефективність якої визначається кінцевим результатом діяльності підприємства, тобто ефективною визнається лише та система управління персоналом, що є конкурентоспроможною з позиції випущеної продукції, самого підприємства і праці на ньому. Таким чином, розвиток кадрового потенціалу в нових ринкових умовах України стає об'єктивною необхідністю, закономірністю ефективного функціонування будь-якого підприємства.

Література: 1. Чобіток В.І. Ефективність формування та використання кадрового потенціалу на вітчизняних промислових підприємствах // Вісник Одеського національного університету. Економіка –2013. – 18, Вип. 3 (3).- С.145-147.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Чобіток В.І.

Бондаренко М.І.

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Антикризове управління стало одним із самих нагальних напрямків діяльності на цей час. Зміст його заходів, щодо реалізації досить різноманітний, визначається конкретними умовами господарської діяльності на підприємстві. Створюється враження, що єдиним обґрунтуванням існування даного терміна є урядові постанови, що визначили створення інституту антикризових управляючих. В той же час антикризове управління може і повинно знайти своє місце в управлінській теорії і практиці. Необхідно лише коректно визначити його відмінність від управління в звичайному режимі. Шлях до нього лежить через уточнення поняття кризовий стан підприємства. Управління в умовах кризи, або управління, спрямоване на виведення підприємства з кризового стану, називається антикризовим управлінням. Значну увагу проблемі антикризового управління приділяли такі науковці як: Василенко В.О., Комарницький І.Ф., Лігоненко Л.О., Макаренко Ю.П., Терещенко О.О., Шапурова О.О. та інші.

Вихід із кризової ситуації, що складається, загальновідомий: залучити кваліфікованих спеціалістів, здатних ефективно працювати в таких умовах, використовуючи накопичений світовий досвід роботи, коли вплив негативних факторів для підприємства досить значний, запросити консультантів професіоналів і вирішити в комплексі всі питання організації та управління виробництвом. При реалізації очевидних заходів можуть виникати серйозні труднощі пов'язані з відсутністю підготовлених спеціалістів, неможливістю застосування закордонного досвіду за аналогією, тому що він сформувався в інших умовах і все ж краще розраховувати на свої можливості, наявних людей і організовувати їх перепідготовку, починаючи з керівництва, і далі створити команду, здатну досить ефективно вирішувати реальні проблеми, а також використовувати закордонний досвід вже в адаптованому виді [1].

Наявність кризового стану спричинює руйнування існуючого механізму управління в цілому всього підприємства. Тому чим раніше будуть визначені причини виникнення кризових явищ і застосовані антикризові механізми управління, тим більше вірогідність їх подолання в короткостроковій перспективі. Така ситуація на підприємстві вимагає проведення негайних заходів для подолання негативних тенденцій в діяльності підприємства, в короткостроковій перспективі, щоб зберегти насамперед матеріальну основу для продовження господарсько-економічної діяльності при зниженні платоспроможності і дефіциті оборотних коштів, тому що криза на підприємстві, має тенденцію до поглиблення з кожним новим господарським циклом, охоплюючи нові напрямки діяльності підприємства. В умовах кризового стану повинні бути реалізовані заходи направлені на мобілізацію всього потенціалу для подолання наслідків впливу несприятливих факторів.

Література: 1. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с.

Гаряніна А.М.

МЕХАНІЗМ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

На промислових підприємствах персонал розподіляється за двома групами: промислово-виробничого підрозділу (основна діяльність) та невиробничого підрозділу, що складається на балансі промислового підприємства (неосновна діяльність). Широке коло питань із дослідження проблеми ефективності формування та використання кадрового потенціалу висвітлене у роботах вітчизняних і зарубіжних вчених. Серед цих робіт слід зазначити дослідження вітчизняних вчених: Н. Гавкалова, А. Градов, О. Єгоршин, А. Кібанов, І. Кисилиця, О. Колтунович, Н. Маркова, М. Марченко, Н. Рудь, Л. Смоляр, С. Шкорінов. Серед зарубіжних досліджень окремо можна виділити роботи Г. Беккера, М. Кляйнманна, В. Реддіна, Р. Беннета, Б. Генкіна, М. Магури.

До промислово-виробничого персоналу відносяться робітники, керівники, професіонали, фахівці, технічні службовці, які виконують функції, пов'язані з виробничою діяльністю підприємства. Персонал неосновної діяльності промислових підприємств складають працівники, зайняті обслуговуванням житлового і комунального господарства, медичних установ, установ дошкільного виховання, культури і т.п. Робітник кожної професії та спеціальності розрізняється за рівнем кваліфікації. Кваліфікація характеризує ступінь оволодіння робітником той чи іншою професією або спеціальністю і відбивається в кваліфікаційних (тарифних) розрядах і категоріях.

Кваліфікаційні (тарифні) розряди і категорії – це одночасно й показники, які характеризують ступінь складності робіт. Рівень кваліфікації визначається розрядами, які надаються в залежності від теоретичної та практичної підготовки [2].

Найбільш важливим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки є люди (персонал промислового підприємства), їх майстерність та мотивація до господарської діяльності.

Поняття «персонал» походить від лат. *Personalis* – це наймані працівники підприємства, що мають певний освітній рівень, володіють знаннями, здібностями та досвідом роботи, необхідними для виконання покладених на них обов'язків (функцій), і становлять персонал підприємства, що є частиною людського капіталу суспільства [1].

За результатами аналізу визначення поняття «персонал промислового підприємства» авторами визначено, що це сукупність працівників, які мають необхідну професійну підготовку або досвід практичної роботи та їх склад може змінюватись під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів.

Література: 1. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. – М.: Гердарики, 2002. – 296 с.

2. Володькіна М. В. Економіка промислового підприємства : навч. посіб. / М. В. Володькіна – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 196 с.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Дем'яненко Т.І.

Герасимова В.А.

ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Банки – активні інституційні учасники ринку цінних паперів. Вони здійснюють операції з різними видами цінних паперів — пайовими, борговими, похідними (фінансовими інструментами) і в різних сегментах ринку — первинному і вторинному, біржовому і позабіржовому, ринку державних і корпоративних цінних паперів, внутрішньому, міжнародному і глобальному.

Вони виступають у ролі емітентів, інвесторів, фінансових посередників та інфраструктурних учасників ринку, займаються непрофесійною і професійною діяльністю з цінними паперами. Емісійна діяльність банків полягає у випуску власних цінних паперів з метою залучення коштів для формування і поповнення статутного капіталу, а також з метою тимчасового залучення ресурсів для проведення окремих банківських операцій, фінансування певних програм чи напрямів діяльності. Інвестиційна діяльність банків передбачає вкладення коштів у цінні папери від свого імені і за свій рахунок. Метою інвестиційної діяльності є передусім отримання прибутку. Залежно від ролі банків на цьому ринку умовно можна виділити три моделі організації ринку цінних паперів: банківську, небанківську і змішану. Банківська модель характеризується найактивнішою роллю банків (порівняно з іншими фінансовими посередниками) на ринку цінних паперів. Вони вкладають кошти як у державні цінні папери, так і в акції та облігації нефінансових компаній, здійснюють розміщення (андеррайтинг) цінних паперів, торгують ними, тобто займаються брокерською і дилерською діяльністю, формують інфраструктуру ринку. Небанківська модель (її ще називають американською моделлю) обмежує інвестиційну і посередницьку діяльність банків (депозитно-кредитних) на ринку корпоративних цінних паперів. Так, у США згідно з законом Гласса-Стігала (1933 р.) банкам, як правило, забороняється займатися розміщенням (андеррайтингом), купівлею і продажем акцій нефінансових компаній, обмежена їх діяльність із корпоративними облігаціями. Активну діяльність на ринку корпоративних цінних паперів проводять спеціальні інвестиційні інститути, зокрема інвестиційні банки, компанії, фонди.

Змішана модель характеризується присутністю і діяльністю на ринку корпоративних цінних паперів як банків, так і спеціальних інвестиційних інститутів. Як перевагу банківської моделі організації ринку цінних паперів передусім підкреслюють ефект диверсифікації банківської діяльності, підвищення конкурентоспроможності банків на фінансовому ринку. Перевагу небанківської моделі звичайно вбачають у можливості відокремити ризик за операціями з цінними паперами від ризику за традиційними для банків кредитно-депозитними операціями і цим сприяти стабілізації банківського сектора.

Загалом у світовій практиці спостерігається тенденція відходу від спеціалізації банківських і інвестиційних інститутів і прагнення до універсального характеру їх діяльності, що зумовлено наростаючою конкуренцією між ними.

Голєніщев Є.Є.

АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У СУЧАСНІЙ СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Володіючи потужною матеріальною базою, ТНК проводять таку виробничо-торгову політику, яка забезпечує високоефективне планування виробництва та реалізації товару. Планування здійснюється в рамках материнської компанії і поширюється на дочірні фірми. Основу конкурентних переваг зарубіжних ТНК становить їх стратегія інтернаціоналізації діяльності забезпечується експансією компаній.

Транснаціональними корпораціями здійснюється динамічна політика в галузі капіталовкладень і науково-дослідних робіт на континентальному міжнародному масштабі. ТНК проникають у високотехнологічні, наукомісткі галузі виробництва, що вимагають величезних інвестицій і висококваліфікованого персоналу.

При цьому помітно проявляється тенденція до монополізації цих галузей транснаціональними корпораціями.

Визначальними чинниками здійснення міжнародної діяльності ТНК стають наступні мотиви: необхідність отримання доступу до природних ресурсів інших країн; пошук ринків збуту. Це актуально для державних ТНК, в першу чергу зайнятих видобуванням корисних копалин; прагнення підвищити ефективність своїх операцій. ТНК працюють на міждержавних відмінності у витратах виробництва; бажання перемогти у конкурентній боротьбі.

Дуже характерна регіонально-галузева спрямованість інвестицій транснаціональних корпорацій. Як правило, вони здійснюють капіталовкладення в галузі обробної промисловості нових індустріальних країн і відносно розвинених держав, що розвиваються.

Для найбільш розвинених країн політика ТНК інша - транснаціональні корпорації вважають за доцільне здійснювати в них капіталовкладення у видобувну промисловість, але при цьому головним чином нарощувати товарний експорт.

У цьому випадку розгортається жорстка конкурентна боротьба між самими ТНК за просування своїх товарів на місцеві ринки.

Роботу виконано під керівництвом викладача кафедри ЕтаОДСГ Сластьяникової А.І

Данильчук Б.Д.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпеченість підприємства трудовими ресурсами, їх раціональне використання є важливим фактором підвищення ефективності виробництва. Від ефективності використання кадрового потенціалу залежить своєчасність виготовлення продукції, її якість, раціональне використання основних і оборотних засобів, що знаходить відображення в таких узагальнюючих показниках, як собівартість, витрати, прибуток.

Заробітна плата, з одного боку, є складовою частиною витрат операційної діяльності, з другого – одним із найважливіших елементів мотивації праці.

Для характеристики стану використання на підприємстві персоналу і виявлення резервів збільшення обсягу виробництва та підвищення рентабельності роботи треба використовувати такі показники, пов'язані з рухом, якістю робочої сили, її продуктивністю, а також її вартістю: чисельність персоналу підприємства з точки зору динаміки, категорійної структури, професійної підготовленості, плинності працюючих; використання робітниками і службовцями робочого часу, стан трудової дисципліни; продуктивність праці; фонд оплати праці, динаміка середньої заробітної плати працівників і трудомісткості продукції. Цікаву інформацію для характеристики персоналу підприємства являють собою розрахунки, які описують динаміку рівня кваліфікації робітників. Аналіз та оцінка персоналу повинна спиратися на такі методи: методи експертних оцінок; методи стратегічного аналізу; методи економічної та математичної статистики тощо. Результати аналізу та оцінки персоналу підприємства є базою для обґрунтування стратегічного розвитку. Саме така думка дає можливість врахувати у моделі управління формуванням персоналу довгостроковий характер та необхідність прогнозу в процесі його розвитку. Для вирішення поставлених задач необхідне розроблення прийнятних для практичного застосування методів аналізу персоналу підприємства, відображення його стану та динаміки в той чи інший період часу. Оцінка персоналу підприємства має на меті зіставити фактичну величину, якість, обсяги й інтенсивність робіт з їх потенційно можливими параметрами.

Оцінка персоналу здійснюється для визначення відповідності працівника вакантному або займаному робочому місцю (посади) і виконується трьома способами:

оцінка потенціалу працівника. При заміщенні вакантного робочого місця важливо встановити потенціал працівника, тобто професійні знання й уміння, виробничий досвід, ділові й моральні якості, психологію особистості, здоров'я й працездатність, рівень загальної культури;

оцінка індивідуального внеску. Дозволяє встановити якість, складність і результативність праці конкретного співробітника, і його відповідність займаному місцю за допомогою спеціальних методик;

атестація кадрів. Вона є своєрідною комплексною оцінкою, що враховує потенціал і індивідуальний внесок працівника в кінцевий результат.

Вихідними даними для оцінки персоналу є: моделі робочих місць персоналу; положення про атестацію кадрів; методика рейтингової оцінки кадрів; філософія організації; правила внутрішнього трудового розпорядку; штатний розклад; особисті справи співробітників; накази по кадрах; соціологічні анкети, тести.

Література: 1. Чобіток В.І. Формування системи мотивації на підприємстві//Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи : збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, 29 листопада 2016 року. – Львів: Львівський інститут МАУП, 2016. – Ч. 2. – С.244-248.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Чобіток В.І.

Жовтобрюх А.В.

СУЧАСНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

В умовах ринкової економіки, коли кожна організація повинна самостійно реалізовувати власні результати праці (від продукції до ідей та послуг), на першочергове за значущістю для життєдіяльності організації місце виходить система маркетингу. Саме вона є відповідальною як за повне забезпечення організаціями всіма складовими для реалізації поставленої мети (планів), так і за реалізацію всіх результатів праці співробітників організації. І однією з головних функцій маркетингових підрозділів стає реклама. Тому саме від її ефективності залежить, чи побачать організацію потенційні споживачі, чи зацікавляться пропозицією. Це вимагає від кожної організації постійного покращення та посилення креативності маркетингової діяльності. Розглянемо фактори, що суттєво впливають на весь процес маркетингової діяльності організації.

Професіоналізм співробітників. Саме робітники і формують маркетингову систему, зміст пропозицій, процесу спілкування з зовнішнім середовищем та ін. тому від якості їх підготовки, вміння швидко реагувати на пропозиції, ризики, інші чинники середовища залежить як позитивна, так і негативна робота служби. Робітники повинні реалізовувати такі основні відмінні функції як:

- рекламні матеріали (саме їх першими бачить споживач, через їх зміст дознається про компанію, продукцію та послуги, умови отримання бажаного, контакти та ін.). При неефективному змісті цих матеріалів, складному супроводі, оформленні споживач не стане контактувати та звернеться до іншої компанії. Тому важливо навчити робітника формувати матеріали з усіма потрібними складовими, розвивати в нього бачення результату очами споживача;

- подання інформації. В сучасному електронному світі більшість споживачів для отримання інформації використовує мережі Інтернету. Але кожна компанія повинна враховувати нішу саме «свого» споживача та його поле отримання інформації. Так пенсіонери, особливо в передмісті та селах, не є користувачами інтернету, і тому до їх уваги в такому вигляді інформація не буде доставлена. Споживчі щоденні товари не будуть спеціально вивчати – їх будуть обирати за місцем купівлі. Тобто, працівники маркетингової служби повинні вивчати споживача, місце та джерела отримання ним інформації саме про потрібну групу товарів та послуг. В разі відсутності таких досліджень компанія буде витрачати кошти на рекламу без отримання планових результатів;

- гнучкість, готовність до змін. В разі навіть якісно підготовлених рекламних матеріалів та дослідження споживача через деякий час компанія втрачає конкурентоздатність. Це викликане частіш за все відсутністю швидкої реакції працівників на зміни. Наприклад, при зміні цін на продукцію або послуги в рекламних матеріалах інформація про це може бути або відсутньою, або оновитися лише через деякий час. Це вводить споживача в оману та погіршує імідж компанії.

Ці та інші чинники можуть або забезпечити зростання ефективності маркетингу компанії, або погіршити як його якість, так і результати її роботи в цілому.

Ківшар В.О.

НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток ринкових відносин в Україні визначає необхідність більш ретельного ставлення до управління сучасним підприємством. При цьому для прийняття виважених управлінських рішень необхідна достовірна інформація про результати діяльності, що сформовані з урахуванням специфіки господарювання підприємств та їх організаційної структури. Це пов'язано з тим, що головна мета кожного підприємства – отримання стійких результатів щодо управління фінансовим станом, які є підсумком відображення всіх сторін діяльності будь-якого суб'єкта господарювання. Водночас в умовах господарювання збільшується роль визначення фінансових результатів, їх значення для розвитку підприємств, оскільки змінюється законодавча база, яка регулює підприємницьку, інвестиційну діяльність, податкову політику, що і позначається на різних показниках діяльності підприємства, які є основою формування фінансового результату. До того ж протягом останніх років питома вага збиткових підприємств не є меншою за 30%. Отже, вагомого значення в такому аспекті набувають питання, які стосуються інформації щодо витрат і доходів як визначальних складових управління фінансовим станом. Пріоритетним напрямком щодо розв'язання визначених питань є врахування окремих функцій управління основними складовими управління дебіторською та кредиторською заборгованістю для координації діяльності підприємства.

Підприємства, здійснюючи свою діяльність, несуть повну відповідальність за своїми зобов'язаннями перед ланками фінансово-кредитної системи, постачальниками, власними працівниками, а також за результатами виробничо-фінансової діяльності. Це зумовлює необхідність ефективного управління фінансовим станом та підтримки його фінансового стану. Основною метою управління дебіторською та кредиторською заборгованістю є повне задоволення фінансових потреб підприємства, що забезпечують передбачені темпи його стійкого розвитку. У сучасних умовах господарювання у процесі управління фінансовим станом перед керівництвом підприємства постають проблеми вибору джерел фінансування, ефективного та цілеспрямованого використання коштів із забезпеченням прийнятих темпів розвитку, своєчасного погашення зобов'язань тощо. Задачами управління дебіторською та кредиторською заборгованістю в аналізі фінансового стану підприємства є управління основними економічними факторами, що безпосередньо впливають на фінансовий стан підприємства, оскільки фінансовий стан підприємства – це система формування і розподілу активів підприємства, яка забезпечує досягнення мети його діяльності і характеризує фінансово-матеріальний потенціал в даний момент його розвитку, а також оцінюється за допомогою системи показників економічного стану з використанням сучасних методів і методик.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Безуглої Ю.Є.

Кісіль Л.О.

УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

В сучасних умовах велике значення надається комплексній оцінці роботи суб'єктів господарювання, яка характеризує їхню діяльність шляхом вивчення сукупності показників, що відображають усі аспекти господарських процесів, на підставі яких можна зробити висновки про результати їх роботи. Важливим показником при поточному плануванні виробництва, а також при визначенні фінансового стану підприємства є показники рентабельності. Питанню дослідження прибутковості та рентабельності присвячено багато праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Зокрема, значний внесок зробили С.Ф. Покропивний, Л.А. Лахтіонова, М.В. Бець, М.Д. Білик, О.В. Павловська та інші.

Рентабельним вважається підприємство, яке приносить прибуток. В сучасних ринкових умовах для того, щоб покупці віддавали перевагу продукції виготовленій даним підприємством, щоб товари користувалися великим попитом, необхідно ретельно стежити за фінансовим положенням, правильно організовувати виробничу діяльність і простежувати економічні показники, тому одним із показників є ефективність діяльності підприємств, що характеризується відносною дохідністю чи прибутковістю; показник рентабельності – тобто співвідношення прибутку з понесеними витратами. Як наслідок, фінансовий стан підприємства треба систематично й усебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу. Неефективність використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності підприємства і, як наслідок, до зниження рентабельності підприємства, що є проблемою сучасних підприємств [2].

Основною метою здійснення операційної діяльності підприємства є забезпечення його рентабельності. Рентабельність безпосередньо пов'язана з величиною прибутку. Проте її не можна ототожнювати з абсолютною сумою одержаного прибутку [1]. Рентабельність – це ступінь прибутковості, вигідності, дохідності. Вона вимірюється за допомогою цілої системи відносних показників, що характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (виробничою, комерційною, інвестиційною і т. д.), вигідність виробництва окремих видів продукції (робіт, послуг). Рентабельність – це якісна вартісна оцінка рівня віддачі витрат або міри використання наявних у підприємства виробничих ресурсів (капіталу, праці тощо) у процесі виробництва основної продукції (товарів, виконання робіт, надання послуг) та її реалізації. Розрізняють такі показники рентабельності: — загальний рівень рентабельності підприємства; — рентабельність виробничих фондів; — рентабельність сукупних активів; — рентабельність власного (акціонерного) капіталу; — рентабельність продукції.

Література: 1. Бержанір І. А. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства / І. А. Бержанір, Н. І. Гвоздей, Ю. В. Улянич // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2015. - № 1(2). - С. 58-62.

2. Черниш С. С. Організаційно-методичні аспекти аналізу рентабельності / С. С. Черниш // Інноваційна економіка. - 2013.

Костенко Ю.М., Михайліченко І.О.

КОНТРОЛІНГ ЯК ПІДСИСТЕМА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

В сучасних трансформаційних умовах кожне підприємство потребує формування досконалої системи антикризового управління для забезпечення свого зростання, завоювання нових ринків, диверсифікації виробництва та інше, все це можливе за умови впровадження контролінгу в діяльність промислових підприємств. Контролінг представляє підсистему антикризового управління промисловими підприємствами, сутність якого полягає у комплексній міжфункціональній концепції антикризового управління, метою якого є узгодження систем планування, контролю та інформаційного забезпечення, інтегрує зусилля різних служб і підрозділів промислових підприємств для досягнення оперативних і стратегічних цілей. Контролінг науковці розділяють за певними критеріями. За часовим критерієм виділяють стратегічний та оперативний контролінг.

Основне завдання стратегічного контролінгу полягає у досягненні довгострокових цілей та сталого розвитку промислового підприємства. Оперативний контролінг охоплює вузький часовий простір і спрямований на досягнення поточної мети, яка впливає на отримання ефективних результатів діяльності промислового підприємства. Основне призначення стратегічного та оперативного контролінгу полягає у попередженні виникнення кризових ситуацій в різні проміжки часу. Стратегічний контролінг спрямований на забезпечення ділової активності промислового підприємства, охоплює довгострокове спостереження за ринком конкурентів та систематичне порівняння планованих і фактичних показників. Стратегічний контролінг забезпечує промислові підприємства економічною інформацією та виконує основне завдання з дотримання стратегічного курсу розвитку для досягнення стратегічних цілей і програм шляхом проведення антикризової політики. Зміст оперативного контролінгу полягає у формуванні засобів і методів ефективного антикризового управління для досягнення поточної мети підприємства, а також формування та прийняття ефективних управлінських рішень щодо оптимізації співвідношення «витрати – прибуток». На практиці завжди існує тісний взаємозв'язок між оперативним і стратегічним контролінгом, цей взаємозв'язок завжди фундаментальний.

Контролінг являє собою в широкому значенні систему забезпечення виживання підприємства у двох аспектах: короткостроковому - оптимізація прибутку і в довгостроковому - збереження і підтримка гармонічних відносин і взаємозв'язків підприємства з оточуючими його сферами: природною, соціальною, господарською. Контролінг забезпечує синтетичний, цілісний погляд на діяльність промислового підприємства та є комплексним підходом до виявлення і вирішення проблем, що встають перед підприємством за допомогою антикризового управління.

Отже, нові глобальні зміни вимагають від керівництва промислових підприємств створення інноваційних антикризових управлінських інструментів для підвищення конкурентоспроможності та виходити на нові ринки.

Література: 1. Чобіток В.І. Контролінгові механізми управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств // Бізнес Інформ, X. № 12. – 2011.- С. 162-164.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Чобіток В.І.

Кузько В.О.

НАПРЯМКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ

Незважаючи на великий інтерес дослідників до проблематики мотивації персоналу, багато принципових питань лише відзначені. А саме, потребують уточнення, коректування і додаткового обґрунтування інформаційна база аналізу, система показників мотивації і оцінка обґрунтованості здійснення дивідендних, компенсаційних і стимулюючих виплат. Вагомий внесок в розробку стратегії розвитку системи мотивації зробили провідні вчені Л. Артеменко, Т. Базарова, В. Бондаря, О. Волнухіної, В. Воронкової, Л. Портер, Н. Протасову, Т. Ремизова, О. Слюсаренко, Ф. Тейлор, О. Турчинова, Г. Форд, Х. Хекхаузен, Р. Шевеліна та ін.

Стратегія мотивування праці є одна з актуальних проблем сучасного підприємця. Спонукає до дії ось головне завдання керівника. Мотивувати працівника – це викликати у робітника зацікавленість, інтерес до загальної справи, дати зрозуміти, що ми виконуємо одну роботу та якщо вона буде якісною, всі сторони отримають свою вигоду, залучати їх до спільної роботи для покращення роботи організації, щоб для працівника ця робота наповнилась особливим сенсом.

В наш час проблемі мотивації приділяється велика увага як на вітчизняних підприємствах так і у світовій практиці. В більшості випадків на підприємствах України застосовують лише матеріальні стимули, при цьому не враховують вплив нематеріальної мотивації на підвищення показників продуктивності праці. В зарубіжних підприємствах, теорія мотивації вже десятиліттями займає чільне місце в теорії ефективного управління персоналом, втілюється на практиці керівниками успішних бізнес-структур [1].

Ринкові умови розвитку економіки України викликають потребу у нових методологічних підходах щодо розв'язання проблем дієвого застосування трудових ресурсів завдяки використанню дієвих стимулів і мотивів. В сучасних умовах недостатня мотивація може слугувати обмежуючим фактором, що зашкоджує реалізації підприємством своїх потенційних можливостей та спричиняє зниження трудової активності підприємства. Саме тому формування дієвого мотиваційного механізму в системі стратегічного управління – не тільки основний напрям розроблення практичних стратегій підприємств, але й одна з найактуальніших наукових проблем сьогодення.

Персонал хоче відчувати підтримку, брати участь в житті підприємства, знати, що відбувається, щоб враховували їхню думку. А для того щоб отримувати задоволення від роботи, вони повинні розуміти, що їхня робота має цінність. Люди, які задоволені роботою, роблять її добре. Якщо співробітники не досить мотивовані, це може виявлятися по-різному: збільшується кількість прогулів, затримуються на перервах, співробітники витрачають більше часу на особисті розмови в колективі, тим самим відволікаючи від роботи, і вирішення особистих проблем в робочий час.

Література: 1. Коленда Н. В. Факторы влияния на уровень социальной безопасности населения / Н. В. Коленда // Науч. вестн. Восточноевропейского нац. ун-та им. Леси Украинки. Сер.: Экономические науки. – 2013. – С. 49–53.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Дем'яненко Т.І.

Макарова О.С.

УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Одним з таких підходів є стратегічне управління підприємницькою діяльністю. В основі стратегічного управління лежить стратегія розвитку промислового виробництва, розроблена на тривалу перспективу, яка дозволяє йому за більш короткий проміжок часу адаптуватись до реалій ринку, своєчасно реагувати на зміни як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Саме тому впровадження стратегічного управління підприємницькою діяльністю є однією з основних задач і умов забезпечення ефективності промислового виробництва.

Науковий внесок в дослідження організаційної культури та фірмового іміджу внесли такі вчені як Грошев І.В., Віханський О.С., Задихайло Д.В., Кабардинська І.С., Кібенюк О.Р., Наумов А.І., Співак В.О., Феофанов О., Даулінг Г., Мескон М.Х., Оучі В., Хаст Г.Л., Шейн Е.Х.

Однією з головних ознак, що свідчать про економічний розвиток підприємства, є безперервний процес удосконалення його управлінської діяльності, у тому числі фінансового менеджменту. З огляду на те, що фінансові ресурси – найважливіший чинник економічного зростання, реорганізацію управління фінансовими ресурсами підприємства необхідно трактувати як центральну ланку усього комплексу заходів, спрямованих на його забезпечення.

Великі промислові підприємства, маючи значні масштаби фінансово-господарської діяльності та складну систему управління, потребують комплексної системи керування всіма фінансовими процесами, як поточного, так і стратегічного характеру. Вирішення проблем управління фінансами та розвитку фінансового менеджменту промислового підприємства на різних рівнях може бути найбільш ефективним при застосуванні системного підходу [1].

Системний підхід до управління фінансами підприємства повинен задовольняти таким вимогам: мати чітко визначені цілі й кінцевий стан; здійснення пошуку альтернативних варіантів досягнення поставленої мети; визначення витрат та вигод, пов'язаних з можливою реалізацією кожної альтернативи; вибір найбільш вигідної альтернативи із розглянутих. Виходячи з цього, системне управління фінансами акціонерних товариств повинно бути спрямоване на досягнення завдань, які визначаються їх засновниками і відображаються в засновницьких документах. Це може бути досягнення необхідного обсягу продаж, рівня прибутків, рентабельності активів, власного та залученого капіталу, збереження платоспроможності та ліквідності балансу, зміцнення позицій на ринку товарів [2].

Часто підприємство, що працює за умов нестабільного зовнішнього середовища, орієнтуючись на поточне виживання, недостатньої уваги приділяє стратегічному розвитку.

Література: 1. Давиденко Н. М. Фінансовий менеджмент підприємств // Фінанси України. – 2004. - №6. – С. 90-95.

2. Ванькович Д. В. Удосконалення системи управління фінансовими ресурсами промислових підприємств // Фінанси України. – 2002. - №7. – С.44-50.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Дем'яненко Т.І.

Мальцева О.В., Рубан С.М.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах для вітчизняних підприємств формуються досить сприятливі умови для реалізації свого потенціалу шляхом використання сучасних принципів, методів та інструментів з метою створення і досягнення конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринку

Конкурентні переваги мають різні форми в залежності від специфіки галузі, товару, ринку. При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на ринковий попит споживачів та переконатися в тому, що ці переваги сприймаються, інакше, може виявитися, те, що підприємство вважає себе відомим на місцевому ринку і не витрачає засобів на рекламу, а споживачі не володіють інформацією про продукцію та послуги, які воно пропонує.

Конкурентна перевага забезпечує міцні позиції підприємства на ринку і отримання доходів на рівні вищому середнього у галузі, завдяки кращій компетенції і можливостям в певній сфері чи напрямку діяльності. Оцінивши кількісно названі індикатори конкурентної сили і ключові фактори успіху та порівнявши їх з аналогічними у конкурентів, можна винести рішення про конкурентну позицію підприємства на ринку, його конкурентні переваги. Підприємство має конкурентну перевагу, якщо його рівень роботи з клієнтами вищий ніж у конкурентів, до того ж воно готове протидіяти впливу конкурентних сил галузі.

Існує безліч способів досягнення конкурентних переваг: продавати за дешевшими цінами ніж у конкурентів; виробляти високоякісну продукцію; організовувати бездоганне обслуговування клієнтів; володіти сучасною власною технологією; мати більш зручне природно-географічне положення; забезпечувати розробку і впровадження нових продуктів у більш стислі терміни ніж це роблять конкуренти; мати високу репутацію і добре відому торгову марку; забезпечувати клієнтам додаткові цінності за їх кошти; постійно слідувати за розвитком смаків клієнтів в цілому і їх окремих груп.

Крім того, досягти конкурентних переваг можна застосовуючи як: наступальні так і оборонні дії залежно від ситуації на ринку; короткострокові тактичні ходи для миттєвої реакції на ситуацію і довгострокові дії, від яких залежать майбутні конкурентні можливості підприємства і його позиція на ринку.

Отже, існує безліч конкурентних стратегій, що забезпечують досягнення конкурентних переваг підприємств. Однак, якщо абстрагуватися від тонкощів та поверхневих розходжень і врахувати мету підприємства та конкурентну перевагу, яку воно намагається досягти, то можна виділити лише декілька типових видів конкурентних стратегій. Кожне підприємство прагне захопити лідерство в конкурентній боротьбі своїми засобами. Залежно від цих дій підприємство може забезпечити конкурентну перевагу. Конкурентна перевага виступає основою забезпечення конкурентоспроможності підприємства, а також складовою частиною конкурентного стану.

Література: 1. Чобіток В.І. Контролінгові механізми управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств // Бізнес Інформ, X. № 12. – 2011.- С. 162-164.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Чобіток В.І.

ОРГАНИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЛИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Деятельность предприятия в условиях рыночной экономики любой формы собственности, организационно-правового статуса и отраслевой направленности напрямую зависит от организации финансового контроллинга. Достижение стратегических целей предприятия также значительно зависит от эффективности управления предприятием и его структурой, т.е. определение общей потребности в них, формирование оптимальной структуры, условий их привлечения. Проблемы организации финансового контроллинга широко освещаются ведущими учеными-экономистами: И.О.Бланком, В.В. Ковалевым, Е.С. Стояновой, Т.В. Тепловой и др.

Важную роль в составе организации финансового контроллинга играют амортизационные отчисления, особенно на предприятиях с высокой стоимостью используемых собственных основных средств и нематериальных активов. Однако сумму собственного капитала предприятия они не увеличивают, а лишь являются средством его реинвестирования. Другие внутренние источники не играют весомую роль в формировании собственных финансовых ресурсов предприятия.

В составе внешних источников организации финансового контроллинга основное место занимает привлечения дополнительного паевого капитала (путем дополнительных взносов участников) или акционерного (путем дополнительной эмиссии и реализации акций). Для отдельных предприятий одним из внешних источников организации финансового контроллинга может быть предоставлена им безвозмездная финансовая помощь, как правило такую помощь оказывают лишь отдельным государственным предприятиям. В числе других внешних источников формирования собственных финансовых ресурсов входят бесплатно переданы предприятию материальные и нематериальные активы, которые включаются в баланс. Итак, когда стоимость функционирующего собственного капитала в плановом периоде и стоимость нераспределенной прибыли в этом же периоде равны, при оценке средневзвешенной стоимости капитала в плановом периоде эти элементы капитала могут рассматриваться как единый суммированный элемент, т.е. включаться в оценку с единственной суммированы удельным весом. Управление стоимостью нераспределенной прибыли определяется инвестиционной политикой. Т.е., цель управления этой части капитала подчинена целям инвестиционной политики предприятия, и соответственно, норма инвестиционной прибыли всегда должна соотноситься с уровнем стоимости нераспределенной прибыли. Стоимость дополнительного акционерного капитала, привлекаемого рассчитывается в процессе оценки дифференцированно по привилегированным акциям и по простым акциям.

Таким образом, процесс организации финансового контроллинга за счет внешних источников является сложным и требует высокой квалификации исполнителей. Это управление осуществляется путем разработки и реализации эмиссионной политики предприятия, а также его дивидендной политики или политики распределения прибыли.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Безуглої Ю.Є.

Могілко А.В.

ЕТАПИ ЕВОЛЮЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ В БІЗНЕСІ

Вважають, що логістика з'явилася ще в Стародавньому Римі, і основою цього стала необхідність оптимального розподілу продовольчих ресурсів. Потім виникла військова логістика, яка була затребувана для безперервного забезпечення різними ресурсами, а також для здійснення різних переміщень, що було невід'ємною частиною військових дій. Лейбніца прийнято вважати засновником математичної логістики, тому, що він вперше застосував логістичні підходи в математиці. У XX столітті широкого поширення набула бізнес-логістика.

Фахівці трактують логістику в вузькому сенсі (під логістикою розуміють науку про управління і оптимізації матеріальних та інших пов'язаних з цим потоків в тій чи іншій системі, щоб система досягла поставлене перед нею мету) і широкому сенсі (під логістикою розуміється один з інструментів менеджменту, за допомогою якого досягають цілей господарюючого суб'єкта за рахунок більш ефективного управління матеріальними та іншими потоками на протязі всього виробничо-збутового процесу). На сьогоднішній день вітчизняним підприємствам необхідно впроваджувати логістику в свою діяльність, це дозволить розширити свої можливості, підвищить рівень конкурентоспроможності та дозволить вийти на нові ринки збуту. Але в більшості праць недостатньо приділяється увага особливостям і напрямкам формування системи оцінки від впровадження логістики в діяльність підприємств та потребує подальших наукових досліджень.

Поточні процеси глобалізації на світовому ринку, посилюють економічну взаємозалежність підприємств та вимагають використання сучасних інноваційних технологій в своїй роботі для підвищення конкурентоспроможності та подальшого їх розвитку. Для цього необхідно забезпечити впровадження логістики в діяльність вітчизняних підприємств. Етапи еволюційного розвитку логістики в бізнесі в XX столітті наведено на рис.1.



Рис. 1. Етапи еволюційного розвитку логістики в бізнесі в XX столітті

Умовно логістику можна пов'язувати зі стадіями виробничого циклу: постачання, виробництво, збут. Таким чином, логістику можна поділяти на такі види: логістика постачання, логістика виробництва, логістика розподілу, логістика управління запасами, складська логістика, транспортна логістика, фінансова логістика, інформаційна логістика.

Література: 1. Прохорова В.В. Формування логістично-промислових систем як фактор підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств / Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право, К.: 2013. №4. С.167-171.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГЧобіток В.І.

Осика Ю.С.

Оселедько Ю.С.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА ПЕРСОНАЛ

Витрати на персонал - це поширений у країнах ринкової економіки інтегральний показник, що охоплює всю сукупність витрат, пов'язаних із залученням, винагородою, стимулюванням, розвитком, вирішенням соціальних проблем, організацією роботи та забезпеченням нормальних умов праці і навіть звільненням персоналу підприємства.

До них належать:

заробітна плата і нарахування на неї,

виплати роботодавця з усіх видів соціального страхування,

витрати підприємства на соціальні виплати і пільги (дотації на оплату житла, проїзду, одноразова матеріальна допомога, додаткова пенсія та інші пільги теперішнім та колишнім працівникам),

витрати на утримання соціальної інфраструктури і соціальних служб,

витрати на навчання та підвищення кваліфікації персоналу,

на виплату дивідендів тощо.

Витрати на заробітну плату в цій сумі заведено називати базовими. Звичайно їх частка становить менше половини загального розміру витрат на персонал.

Визначення допустимої величини витрат на персонал в одиниці вартості продукції є вихідним моментом для планування всіх інших показників з праці на підприємстві в ринкових умовах господарювання. Для ринку не має великого значення ні кількість персоналу, ні розмір фонду заробітної плати, ні середній її розмір на підприємстві.

Для забезпечення конкурентоспроможності головне - це зменшувати витрати на одиницю продукції. Тому найважливішим трудовим показником стає частка витрат на персонал у вартості продукції. Особливого значення планування витрат на персонал набуває ще й тому, що з розвитком суспільства практично єдиним товаром, який буде неухильно дорожчати, стає робоча сила.

У зв'язку з цим на кожному підприємстві потрібно створювати чітку і прозору систему показників з праці та витрат на персонал, що дає змогу здійснювати аналіз та планування діяльності, а також оцінювати свою конкурентоспроможність на науковій основі.

Роботу виконано під керівництвом викладача кафедри ЕтаОДСГ
Сластьяникової А.І

Панов Д.С.

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Діяльність підприємства в умовах ринкової економіки будь-якої форми власності, організаційно-правового статусу й галузевої спрямованості безпосередньо залежить від фінансового капіталу та його структури. Досягнення стратегічних цілей підприємства також значно залежить від ефективності управління капіталом підприємства та його структурою, тобто визначення загальної потреби в них, формування оптимальної структури, умов їх залучення.

Сучасне економічне становище потребує від власників та фінансових менеджерів підприємств ефективного управління, уважного контролю та своєчасного коригування структури капіталу підприємства, бо оптимальна структура капіталу дозволяє отримувати максимальний прибуток, рентабельність, фінансову стійкість та високі показники ліквідності та платоспроможності. Існують певні методичні підходи, метою яких є забезпечення такого співвідношення внутрішніх та зовнішніх джерел фінансового капіталу підприємства, яке б дозволило досягти найвищих показників господарської діяльності підприємства. Для контролю за поточним станом структури капіталу необхідно регулярно визначати показники оцінки ефективності управління капіталом підприємства.

В умовах ринкової економіки відбулося зміщення пріоритетів в об'єктах та цільових установах системи управління об'єктом господарювання. Якщо в економіці, що централізовано планувалась, свобода в маніпулюванні ресурсами, їх відшкодування була достатньо обмежена, а підприємства були поставлені в жорсткі рамки і не могли вибирати найбільш раціональну структуру ресурсів, що ними використовувались, то в ринковій економіці такі обмеження по суті не існують, а ефективне управління ресурсами вимагає здійснення оптимізації ресурсного потенціалу підприємства.

Структура капіталу, який використовується підприємством, впливає на кінцеві результати діяльності підприємства. Так, підприємство, що використовує тільки власний капітал, має найвищу фінансову стійкість, але обмежує темпи свого розвитку і не використовує фінансові можливості приросту прибутку на вкладений капітал.

Оцінка вартості позикового капіталу має ряд особливостей це: відносна простота формування базового показника оцінки вартості; облік податкового коректора в процесі оцінки вартості позикових коштів; вартість залучення позикового капіталу має високу міру зв'язку з рівнем кредитоспроможності підприємства, який оцінюється кредитором; залучення позикового капіталу завжди пов'язане зі зворотним грошовим потоком не тільки з обслуговування боргу, а й з погашення зобов'язань відносно основної суми цього боргу. Тобто, політика формування структури капіталу являє собою складову частину загальної політики управління прибутком підприємства, що полягає в забезпеченні такого поєднання використання власного і позикового капіталу, яке оптимізує співвідношення рівня фінансової рентабельності і рівня фінансових ризиків відповідно до вибраних критеріїв управління прибутком.

Партала Д.О.

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасній теорії корпоративних фінансів та в повсякденній роботі фінансових менеджерів питанням управління грошовими потоками приділяється значна увага, оскільки останні є матеріальною основою фінансового менеджменту. Платоспроможність та ліквідність підприємства безпосередньо залежать від його спроможності своєчасно та в необхідному розмірі генерувати грошові потоки. Ця залежність потребує реалізації цілісної системи прогнозування, планування та контролю за грошовими розрахунками, що формуються в результаті фінансово-господарської діяльності підприємства, тобто управління грошовими розрахунками. Ефективність такого управління визначається рівнем кваліфікації фінансового менеджера. При цьому грошові потоки розглядаються як основа самофінансування суб'єкта господарювання покриття потреби підприємства в капіталі за рахунок внутрішніх джерел.

Основна мета управління грошовими потоками підприємства – забезпечення фінансової рівноваги та фінансового профіциту в процесі розвитку підприємства шляхом балансування надходження і витрачання грошових коштів та їх синхронізації в часі. Управління грошовими потоками підприємства займає одне з головних місць в поточному управлінні підприємством; грошові потоки є найважливішим самостійним об'єктом фінансового менеджменту і обслуговують господарську діяльність підприємства майже у всіх її аспектах. Грошовий потік – це надходження і витрачання грошових коштів. Ефективне управління грошовими потоками дозволяє підприємству отримувати додатковий прибуток. Аналіз руху грошових потоків підприємства на певну дату дозволяє встановити, наскільки раціонально підприємство управляло власними і позиковими коштами у минулих періодах. Ефективне використання оборотних засобів та власного капіталу надасть можливість підприємству отримати більше прибутку та збільшити свою рентабельність. Для постійної підтримки платоспроможності підприємства варто ефективно управляти залишками грошових активів; забезпечити рівномірність надходження грошових коштів на підприємство.

Ефективність управління грошовими потоками певною мірою залежить від організації оперативного фінансового планування, котре включає розробку платіжного календаря, який є засобом «ранньої діагностики» фінансового стану підприємства. Для зниження надлишку грошових коштів необхідно ефективно їх використовувати, скажімо, вкладати їх в цінні папери, термінові депозити і т.д. Збільшення величини чистого прибутку можна досягти за рахунок зростання об'ємів виробництва (виконання робіт, надання послуг) і зниження витрат на їх виконання. Прогнозування потоку грошових коштів дозволяє передбачати дефіцит або надлишок засобів ще до їх виникнення. Контроль за рухом грошових коштів має визначальне значення, бо від цього залежить життєздатність підприємства, тому необхідно займатися плануванням грошового потоку, складати і розробляти плани грошових коштів. Все це дозволить стежити за розміром грошового потоку, виявити дефіцит або надлишок засобів ще до їх виникнення і дасть можливість виправити дії, які здійснюються.

Свірідова О.О.

СИСТЕМА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Важливою умовою забезпечення високого рівня конкурентоспроможності економіки України та динамічного зростання є стабільне функціонування її суб'єктів господарювання. Запорукою цього виступає їх здатність мобілізувати та інвестувати фінансові ресурси у інноваційну виробничо-господарську діяльність. Наявність достатнього обсягу капіталу визначає фінансовий потенціал та забезпечує формування сприятливих умов для активного перспективного розвитку підприємств. Ефективно діюча система формування фінансових ресурсів в межах підприємства дозволяє максимізувати його ринкову вартість, забезпечити фінансову стійкість й рентабельність та мінімізувати ризики фінансово-господарської діяльності в довгостроковому періоді. Однак, з огляду на важливість проблем мобілізації та використання фінансових ресурсів підприємств в умовах ринкових відносин, актуальним залишається питання побудови комплексної системи формування фінансових ресурсів, яка б дала змогу забезпечити підвищення ефективності практичної фінансової роботи на основі вдосконалення процесу управління акумуляцією фінансових ресурсів та вибору оптимальних схем фінансування їхньої виробничо-господарської діяльності. В системі формування фінансових ресурсів підприємств доцільно виділити функціональну систему стратегічного менеджменту та фінансовий механізм формування капіталу. Структурні елементи цієї системи функціонують на основі визначених принципів, тісно взаємопов'язані між собою та взаємодіють із економічним середовищем організації. Система формування фінансових ресурсів підприємства – це сукупність структурних елементів (фінансового механізму, функціональної системи менеджменту акумуляції капіталу та механізмів внутрішнього та зовнішнього регулювання цього процесу), що функціонує в межах і взаємодіє із економічним середовищем суб'єкта господарювання та зорієнтована на забезпечення акумуляції обсягу фінансових ресурсів, достатнього для ефективної фінансово-господарської діяльності, максимізації ринкової вартості підприємства та задоволення фінансових інтересів його власників [1].

Розроблення стратегії формування фінансових ресурсів передбачає вибір генерального напрямку ресурсного забезпечення підприємства, формування системи організаційно-економічних заходів та обґрунтування перспективних орієнтирів його діяльності для досягнення довгострокових цілей на основі оцінювання своїх потенційних можливостей і прогнозування змін зовнішнього середовища підприємства. Стратегічне планування акумуляції фінансових ресурсів є етапним процесом розроблення алгоритму дій на основі попередньо сформульованих цілей, стратегій та програм залучення капіталу суб'єкта господарювання в межах бюджетів фінансових ресурсів, що можуть використовуватись з такою метою [1]. Організація процесу залучення фінансових ресурсів в межах внутрішньокорпоративної системи стратегічного менеджменту є діяльністю менеджменту різних рівнів управління, орієнтованою на встановлення партнерських взаємозв'язків з економічними суб'єктами, які потенційно можуть виступати інвесторами підприємства.

Література. 1. Чобіток В.І., Грабар М.В. Методи оцінки конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств // Економічний форум, № 5 – С. 175-181.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Чобіток В.І.

Світлічна А.В.

**СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Проблема конкурентоспроможності є однією з найважливіших проблем у сучасних умовах розвитку ринкової економіки, яка характеризується поглибленням інтеграційних процесів, лібералізацією умов торгівлі продукцією, значною конкуренцією як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, підвищеною увагою до якості продукції.

Визначення цього поняття розкривається в працях таких зарубіжних дослідників: Ж. Ламбена, М. Портера, Ф. Котлера, Р. Фатхудінова та інших. Різні аспекти забезпечення конкурентоспроможності об'єктів є предметом дослідження вітчизняних авторів, таких як В.Д. Базилевич, Я.Б. Базилук, Я.А. Жаліло, З.С. Варналій, В.М. Геєць, Б.Є. Кваснюк, С.К. Реверчук, А.І. Кредісов, А.С. Філіпенко, А.В. Шегда та інших. В їх працях розглядається питання діяльності підприємства в умовах конкуренції, оцінки і підвищення конкурентоспроможності підприємства і його продукції, класифікації чинників конкурентоспроможності національної економіки, підприємств і продукції. Актуальність проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств зростає в результаті інтеграції України в міжнародні організації і подальшого розвитку ринкової економіки. В умовах націленості України на інтеграцію в світову економічну систему альтернативи підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств не існує. Рішення даної проблеми є можливим не тільки на підставі світового досвіду, але і при усвідомленні українськими підприємствами менеджменту та маркетингу як філософій бізнесу. Все вищесказане визначає необхідність дослідження процесу управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання, методів його аналізу, формування і розвитку [2].

Важливою умовою розвитку будь-якого підприємств є швидке реагування на зміни зовнішнього середовища, оскільки основою сучасного ринкового успіху підприємства є конкурентна раціональність, тобто уміння думати і діяти швидше, влучніше і етичніше. Управління розвитком підприємств - це цілеспрямований вплив керуючої системи на керовану з метою забезпечення процесу переходу від поточного стану підприємства до кращого (досконалішого) відповідно до поставлених цілей [1]. Іншими словами, управління розвитком підприємств має на меті переміщення системи з одного стану в інший із новими якісними і кількісними характеристиками конкурентоспроможності, досягнення яких залежить від факторів виробництва.

Література: 1. Галелюк М.М. Система управління конкурентоспроможністю машинобудування підприємства/М.М. Галелюк //Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2. – С.15 – 21.

2. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : [монография] / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Дем'яненко Т.І.

Скринник Н.О.

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БАНКРУТСТВА СУБ'ЄКТІВ
ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

У будь-якому суспільстві як цілісній соціально-економічній системі, його окремих сферах або ланках кожної сфери час від часу відбуваються кризові явища, які загрожують існуванню самої системи. Найбільш істотне значення має подолання кризових станів на підприємствах, які складають первинний ланцюг економіки держави. В Україні з переходом до ринку об'єктивно склалися умови порушення діяльності підприємств. Їх кризовий стан відображається в тому, що погіршуються фінансові результати їх діяльності, вони стають нездатними отримувати прибуток, наслідком чого може бути банкрутство.

Незважаючи на те, що підприємства поступово виходять з кризи, цей процес потребує прискорення. Основним засобом виживання підприємства у таких умовах виступає своєчасна діагностика рівня та причин кризового стану і реалізації адекватних антикризових програм.

Становлення ринкової системи активізувало дослідження проблемних питань подолання неплатоспроможності, оздоровлення (санації) та банкрутства підприємств. Не зважаючи на значний обсяг накопичених у даній сфері знань, бракує системного теоретико-методичного підґрунтя для ідентифікації загроз неплатоспроможності, своєчасної розробки та впровадження ефективних заходів щодо запобігання банкрутству суб'єктів господарювання. Найактуальнішими питаннями, які потребують узагальнення та систематизації теоретико-методологічних і прикладних аспектів, є типологізація та розкриття змісту окремих видів банкрутства, розробка методики визначення його ймовірності та раннього виявлення кризових проявів, ідентифікація ознак неправомірного використання інституту банкрутства, узагальнення та раціоналізація технології розробки, впровадження та оцінки результативності антикризових програм.

Отже, особливої уваги потребує детальне вивчення причин виникнення банкрутства, що в свою чергу, допомогло б у розробці конкретних шляхів недопущення банкрутства. Це є вкрай необхідним, особливо в сучасних умовах, оскільки на сьогодні більшість українських підприємств характеризується майже однаковим колом проблем. Серед останніх найбільш поширеними є: зміна економічного середовища, в якому вони існують; втрата традиційних ринків збуту власної продукції; зміна системи планування, яка призводить до порушення ритмічності виробничої діяльності; нестабільність правового поля. Найдієвішим засобом запобігання банкрутству підприємства є фінансова санація.

Метою фінансової санації є покриття поточних збитків та усунення причин їх виникнення, поновлення або збереження ліквідності й платоспроможності підприємств, скорочення всіх видів заборгованості, поліпшення структури оборотного капіталу та формування фондів фінансових ресурсів, необхідних для проведення санаційних заходів виробничо-технічного характеру.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Безуглої Ю.Є.

Танько А.

ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ

Зміна нинішнього іміджу України на статус процвітаючої держави залежатиме переважно від того, наскільки ефективно розв'язуватиметься питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. На жаль, як засвідчує рейтинг конкурентоспроможності національних економік, Україна не поліпшила свій рейтинг, а навпаки, втратила в наступні роки свої конкурентні переваги й продовжує опускатися щаблями ієрархічної драбини світової конкурентоспроможності.

Результат України є останнім серед країн Європи, сигналізуючи про погіршення підприємницького середовища, надзвичайно високі ризики господарської діяльності. При цьому дані міжнародного рейтингу України щодо стану конкурентоспроможності економіки виявляють загалом не просто її доволі низькі показники, а найголовніше – відсутність позитивних зрушень у можливостях національних виробників конкурувати на внутрішніх й зовнішніх ринках із виробниками інших країн.

У вітчизняній економічній літературі останніми роками активізуються наукові дослідження соціально-економічних причин досягнутого стану конкурентоспроможності України, а також пріоритетних напрямів її розвитку, шляхів, регулятивних засобів, інструментарію її зміцнення тощо.

Як економічна категорія, конкурентоспроможність економіки країни є предметом багатьох дискусій. В цілому, під конкурентоспроможністю національної економіки розуміють такий стан суспільних відносин, який характеризується стійким підвищенням ефективності виробництва з урахуванням спроможності адаптування до зовнішніх змін, національних конкурентних соціально-економічних переваг. Складні екологічні умови вимагають врахування екологічної складової конкурентоспроможності та переходу до екоконкурентоспроможності.

Посилення конкурентних процесів у світі, розширення пропозиції товарів та зміни у структурі попиту обумовлюють необхідність формування у вітчизняних компаній нецінових конкурентних переваг, що забезпечать їм прийнятні конкурентні позиції на зовнішніх ринках у довгостроковій перспективі. Екологізація виробництва та перехід до екоконкурентоспроможності є тривалим і ресурсовитратним процесом і вимагає комплексного підходу.

Складання довгострокових планів та поступова реалізація заходів у сфері переоснащення виробничих потужностей за одночасного підвищення екологічної орієнтації інших бізнес-процесів може стати джерелом конкурентних переваг вітчизняних компаній в довгостроковій перспективі і, як наслідок, сприяти підвищенню екоконкурентоспроможності країни.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри ЕтаОДСГ Чумак Л. Ф.

Тихоненко Ю.Ю.

ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах переходу до ринкової економіки виникає ще одне джерело нарощування капіталу і фінансування відтворення – фінансові інвестиції. Слід відзначити, що фінансові інвестиції хоча і набувають все більшого поширення, однак і на сьогоднішній день залишаються відносно новим та недостатньо дослідженим явищем у діяльності суб'єктів господарювання. Ситуація ускладнюється і тим, що в Україні дане питання отримало недостатньо уваги у науковій та професійній літературі. Отже, вищезазначене свідчить про актуальність досліджуваної теми та про необхідність її подальшого вивчення.

Досліджуючи питання аналізу фінансових інвестицій, взято до уваги багатий попередній досвід організації обліково-аналітичної роботи, теоретичні та практичні розробки в даній галузі вітчизняних вчених: В.В. Бабич, М. Т. Білуха, Ф. Ф. Бутинець, Б. І. Валуєв, З. В. Задорожний, Є. В. Мних, В. В. Сопко, В. Г. Швець.

В сучасних економічних умовах зростає потреба в достовірній обліковій і податковій інформації про діяльність суб'єктів господарської діяльності. Без такої інформації неможливо зробити висновок про ефективність господарської діяльності підприємства, правильність застосування законодавства, своєчасність сплати податків тощо. Об'єктивна інформація про діяльність окремих господарських суб'єктів дає можливість контролювати відповідність діяльності підприємства тим чи іншим правилам, законам і інструкціям, що регламентують його роботу. Інвестиційна діяльність підприємства підпорядкована певній інвестиційній політиці, розробленій підприємством в складі його фінансової стратегії [2]. Основною ціллю інвестиційної політики є забезпечення найефективніших шляхів розширення активів підприємства з позицій перспектив його розвитку і збільшення його ринкової вартості. З врахуванням цієї цілі зміст політики управління інвестиціями підприємства можна сформулювати наступним чином: інвестиційна політика представляє собою частину загальної фінансової стратегії підприємства, яка заключається у виборі і реалізації найефективніших шляхів розширення об'єму його активів для забезпечення основних напрямків його розвитку [1].

Отже, організація обліку фінансових інвестицій на підприємствах має охоплювати процес від первинної реєстрації економічної інформації до складання звітності, який традиційно поділяють на первинний, аналітичний та синтетичний облік. Основним фактором, який впливає на ведення обліку фінансових інвестицій є період їх утримання та можливість реалізації в будь-який момент часу, відповідно до чого інвестиції поділяються на довгострокові і поточні та обліковуються на різних синтетичних рахунках. Тому вище викладена організація обліку фінансових інвестицій, уможливорює формування необхідної інформації для потреб управління інвестиційною діяльністю підприємств, а зокрема, фінансовими інвестиціями.

Література: 1. Максимова В. Ф. Облік у галузях економіки [текст]: навч. посіб. / В. Ф. Максимова, З. В. Кузіна, Л. М. Стиренко, Т. Г. Степова. – К.: «ЦУЛ», 2010. – 496 с.

2. Борисов А.Б. Великий економічний словник [текст] / Борисов А.Б. – К.: Книжковий світ. – 2003. – 895 с.

Чуйко О.В.

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах сучасного ринку зниження рівня управління інвестиційною політикою на підприємстві створює передумови до високої конкурентоспроможності, що є особливо актуальним в даний період розвитку економіки, коли йде боротьба за збереження вже існуючих ринків збуту продукції, а також завоювання нових. Відсутність зниження управління інвестиційною політикою на підприємстві значно ускладнює просування її на локальних, регіональних та світовому ринках. Управління інвестиційною політикою на підприємстві в умовах переходу підприємств до ринкового європейського господарювання є одним з головних стратегічних орієнтирів, що характеризує якість діяльності підприємств. З поступовим переходом менеджменту підприємств від орієнтації на цілі «оптимального» статусу, в даний момент формується інший погляд, як на поняття конкурентного статусу, так і на його параметри. Стратегічний результат діяльності підприємств проявляється у зміні величини його власного капіталу за звітний період. Здатність підприємств забезпечити неухильне зростання власного капіталу може бути оцінена системою показників фінансових результатів. Показники фінансових результатів характеризують абсолютну ефективність господарювання підприємства по всім напрямкам його діяльності: виробничій, збутовій, постачальницькій, фінансовій та інвестиційній. Вони складають основу управління інвестиційною політикою на підприємстві та укріплення їх фінансових відносин з усіма учасниками ринку.

Отже, основною задачею інноваційного управління конкурентним статусом підприємств управління інвестиційною політикою на підприємстві в сучасних умовах є його поглиблення та розвиток відповідно до потреб користувачів даної інформації, забезпечення можливості прийняття обґрунтованих стратегічних управлінських рішень на його основі. Крім цього, в процесі аналізу необхідно враховувати специфіку підприємств, яка впливає на формування системи визначаючих показники інноваційного управління та методи його оцінки. Саме тому, в сучасних умовах необхідність проведення реформування підприємств диктує ряд стратегічних задач, в тому числі: максимізація прибутку підприємства; оптимізація структури капіталу підприємства та забезпечення його фінансової стійкості; досягнення прозорості фінансово-економічного стану підприємства для власників, інвесторів та кредиторів; забезпечення інвестиційної привабливості підприємства та створення ефективного механізму управління; використання підприємством ринкових механізмів залучення фінансових коштів. Саме тому, успішне вирішення проблеми процесу прийняття рішень щодо управління інвестиційною політикою на підприємстві залежить від розроблених альтернатив її адаптивного вирішення. При цьому завжди існує небезпека, що частина кращих альтернатив буде упущена. Тому, як правило, зусилля спрямовуються на ретельне адаптивне виявлення й обґрунтування варіантів усіх альтернатив. Допустимі альтернативи вибираються з урахуванням адаптивних обмежень, можливостей підприємств і критеріїв.

Ярема І.О.,

Кононенко В.А.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ ПАСИВІВ БАНКУ

Стратегія управління пасивами сьогодні переважає в банківській діяльності, але одностайної точки зору щодо визначення цього поняття ще не вироблено.

У сучасній банківській практиці під управлінням пасивами (УП) прийнято розуміти інтегрований підхід до управління фінансовими потоками банку, за якого активи, зобов'язання та капітал розглядаються у нерозривній єдності і спрямовуються на досягнення стратегічної мети банківської діяльності.

Сутність управління активами і пасивами полягає у координуванні управлінських рішень щодо проведення активних і пасивних банківських операцій так, що це приводить структуру динамічного банківського балансу у відповідність до обраної банком стратегії і тактики.

Управління пасивами банку надає менеджменту можливість управляти прибутковістю та ризиками (ризиком відсоткових ставок, валютним ризиком, ризиком ліквідності) координуванням рішень щодо джерел фінансування та напрямів розміщення коштів.

У сучасних умовах нестабільності фінансових ринків та зростання ризикованості діяльності інтегроване управління активами і пасивами розглядається як найефективніший підхід до управління фінансовою діяльністю комерційного банку.

Однак таке розуміння взаємозв'язку активів і пасивів не завжди було характерне для банкірів.

З огляду на історичний розвиток поглядів на управління фінансовими потоками в комерційному банку розрізняють три основні підходи:

через управління активами;

через управління пасивами;

через управління активами і пасивами (інтегрований підхід).

Хоча ретроспективно ці підходи є послідовними етапами розвитку стратегій управління банківськими фінансами, проте у сучасній банківській практиці, і зокрема у вітчизняній, вони існують паралельно.

Анзіна А.О.

ПРОБЛЕМИ У ДІЯЛЬНОСТІ ПРОФСПІЛОК ЯК ГРОМАДСЬКИХ НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Профспілки є головним суб'єктом соціального партнерства й основним виразником соціально-трудових інтересів найманих працівників. Профспілки – це колективні організації, завдання яких поліпшувати фінансові та нефінансові умови зайнятості і соціального захисту працюючих і непрацюючих своїх членів.

Ступінь юніонізації – питома вага членів профспілок у робочій силі, – як і на будь-якому ринку, визначається попитом на членство у профспілці та пропозиції його послуг. Попит, тобто бажання працівників бути членами профспілки, залежить від «ціни», тобто від первинних та щомісячних внесків, а також від того, скільки часу в особи забере участь у профспілці. При інших рівних умовах, що вищою, є ціна, то менше попит – і навпаки. Через дію об'єктивних економічних законів та психологічні «гальма» керівників і рядових членів профспілкових організацій, а також через перешкоди з боку багатьох роботодавців, особливо приватних, виникли принципи суперечності і проблеми профспілок України.

Перша суперечність пов'язана з тим, що підвищення заробітної плати, про яке дбають профспілки, може призвести до зростання рівня безробіття.

Друга суперечність пов'язана з різницею в рівнях заробітної плати, часто-густо соціально несправедливої, працівників різних галузей, навіть якщо вони виконують однакову роботу, за умов об'єднання їх у профспілки за професійною або галузевою ознакою.

Третя суперечність полягає в тому, що, сприяючи участі трудящих в управлінні виробництвом, профспілки мимоволі послаблюють свою роль у ньому.

Згадані та інші суперечності призводять до виникнення таких проблем у профспілковому русі в Україні:

- постійне зниження довіри у працівників до профспілок, а з нею і рівня юніонізації економіки;
- незацікавленість та неспроможність організувати профспілкові організації на приватних підприємствах;
- недостатня підтримка профспілками тих працівників, які втратили роботу.

Саме через загострення вказаних проблем профспілки переважно і втрачають довіру. Хоча вони й перестали бути елементами державного механізму, керівництво «незалежних профспілок» більшою або меншою мірою все ще залишається частиною політичного рівня, який відображає інтереси директорів і керівництва, в силу цього знаходиться ближче до інтересів еліти, аніж до інтересів рядових членів.

Зменшення впливу профспілок пов'язане також із тим, що економічна нестабільність зумовлює швидкоплинну мінливість традиційних соціально-професійних орієнтацій населення. Ситуація, коли людина все життя могла працювати на одному місці, поступово відходить у минуле.

Також сприяє зниженню довіри до профспілок відстороненість їхніх членів від процесів прийняття важливих рішень і дій, неpubлічність переговорів профспілкових лідерів тощо.

Афанасьєва Л.О.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Налагодження партнерських відносин зараз стає одним із найважливіших підходів у діяльності організацій громадського сектору на шляху досягнення спільних цілей, запорукою важливих змін у громадах і суспільстві загалом. Така взаємодія можлива як на рівні інституцій у межах одного сектору – наприклад, між організаціями громадянського суспільства – так і між різними секторами – громадою, органами влади й місцевого самоврядування, правоохоронними органами, бізнесом, донорськими організаціями, засобами масової комунікації тощо. Співпраця органів влади й місцевого самоврядування з громадськими організаціями є ознакою демократичного суспільства. У свою чергу «третій сектор» сприяє підконтрольності держави суспільству, налагодженню публічного взаємозв'язку громади й органів влади на засадах відкритості, публічності й партнерства.

Співпраця громадського сектору з бізнесом не лише сприяє активізації та розвитку його соціальної відповідальності, а й об'єднанню зусиль навколо спільних завдань. За умови налагодження конструктивної взаємодії влади, громади і бізнесу можемо говорити про соціальне партнерство в управлінні життям суспільства.

Найважливішими факторами для налагодження громадською організацією партнерських відносин є: її незалежність (політична незаангажованість); відкритість і прозорість діяльності, звітування перед громадськістю, партнерами й донорами про результати діяльності; здатність мислити стратегічно (наявність стратегії розвитку організації); наявність ресурсів, готовність здійснювати власний внесок; високий рівень моральності (дотримання етичних норм у діяльності); уміння прислухатися до порад і знаходити спільне рішення тощо.

Використання в управлінській практиці механізму взаємодії громадських організацій та органів влади має бути спрямоване на:

- створення постійно діючої системи комунікацій з представниками громади: лідерами громадських організацій, органів самоорганізації населення, представниками місцевого бізнесу, окремими громадянами;
- підтримку громадських ініціатив, які, активізують громадян до розв'язання суспільних проблем та відкривають можливість отримання інформації про хід реалізації державних програм;
- створення і функціонування консультативних комітетів, громадських рад з метою отримання рекомендацій з конкретних питань, що розглядаються органами місцевого самоврядування;
- вивчення громадської думки представників територіальної громади щодо оцінки державної політики, якості послуг, що надаються органами місцевого самоврядування та соціальних проблем конкретної територіальної громади.

Взаємодія влади із громадськістю можлива через комплекс механізмів, таких як соціальне або між секторне партнерство, тобто активну взаємодію органів у тому числі і місцевого самоврядування із різного роду громадськими спілками та громадськими організаціями.

Боброва Р.А.

ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Проблеми, що пов'язані з розвитком ринкової економіки в Україні, вимагають активного формування ринку праці і забезпечення високого рівня зайнятості економічно активної частини населення, особливо молоді.

Забезпечення задовільного рівня зайнятості молоді на сьогодні виступає одним із пріоритетних завдань розвитку держави. Адже саме молодь є найактивнішою частиною працездатного населення. Лише з урахуванням динаміки рівня її зайнятості можна розробляти соціально-економічні прогнози розвитку країни на довготривалу перспективу. Проблема зайнятості молоді викликає інтерес у багатьох науковців світу. Проте в Україні вона актуалізується в середньому раз на п'ять років. Це зумовлено необхідністю ухвалення державних програм щодо підтримки та сприяння розвитку цієї категорії населення.

Безробіття в Україні, в тому числі і серед молоді, складає серйозну проблему. Тому потрібні певні заходи щодо її вирішення.

Основними заходами, які повинні проводитися для зменшення безробіття серед молоді, мають бути агітаційна та просвітницька роботи. Для цього необхідно:

- 1) створити Молодіжну біржу праці;
- 2) розробити проекти, які орієнтовані на фінансування активних заходів сприяння зайнятості серед молоді;
- 3) проводити дослідження з метою визначення спеціальностей, професійних навичок та рівня кваліфікації, якими повинні володіти випускники;
- 4) включити до навчальних програм обов'язкове стажування студентів;
- 5) розробити механізм пропагування серед студентів та учнів роботи за сумісництвом у вільний від навчання час та організувати експериментальні підприємства у навчальних закладах;
- 5) проводити навчання з техніки пошуку роботи та розповсюдження матеріалів щодо проблем зайнятості, розширення інформаційного поля про стан на локальному ринку праці, про потенційних роботодавців з метою створення умов для самовизначення особи;
- 6) запровадити в програмах навчальних закладів курси з техніки пошуку роботи та факультативні заняття з організації власної справи;
- 7) проводити координацію міжнародної діяльності в частині обміну студентами з метою стажування, виконання волонтерських і тимчасових робіт.

Таким чином, в Україні розв'язати проблеми зайнятості молоді можна тільки шляхом цілеспрямованих, систематизованих і скоординованих дій.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри Менеджменту Юхнова Б.Ю.

Васильєва А.С.

РОЛЬ НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

Як показує практика, недержавні неприбуткові та інші громадські організації помітно посилили свою діяльність в Україні за останнє десятиліття. Характерною особливістю сучасного етапу розвитку недержавних некомерційних організацій є розширення їх функцій, сфери впливу, потенційних можливостей, збільшення кількості населення, залученого в ці організації. Найбільш плідною і соціально доцільною формою діяльності неприбуткових організацій є благодійність, морально-психологічна підтримка, духовно-просвітницька робота, заходи щодо зміцнення моральних засад сучасного суспільства.

Неприбуткові організації – це організації, що не займаються підприємницькою діяльністю, тобто метою діяльності яких не є отримання комерційної вигоди.

На сучасному етапі в Україні можна виділити кілька основних типів некомерційних організацій (відповідно до міжнародної класифікації):

- організації займаються культурними і рекреаційними заходами (групи мистецтв, спортивні групи, приватні музеї та галереї мистецтв, місцеві друковані видання та радіо станції, клуби, які надають підтримку;
- освітні та дослідницькі центри (приватні дитячі садки і школи, освітні центри, неформальні групи з освіти дорослих, центри з проведення медичних і соціальних досліджень, волонтерські організації з допомоги дітям).
- некомерційні організації здоров'я (центри з надання медичної допомоги, лікарні при церквах, паліативні центри з надання допомоги, ряд некомерційних організацій, які надають допомогу інвалідам);
- організації соціального сервісу (наприклад, центри з працевлаштування;
- екологічні організації та організації по захисту тварин.
- центри розвитку (різні проекти з розвитку, організації з тренінгів);
- громадські та правозахисні організації (правозахисні організації, які представляють інтереси певних груп, політичні партії, місцеві центри з надання юридичної допомоги населенню);
- благодійні організації (волонтерські центри, благодійні фонди);
- міжнародні організації (організації гуманітарної допомоги та розвитку).

При взаємодії з бізнесом неприбуткові організації служать помічником у виявленні та запобіганні нефінансових ризиків, а також допомагають у формуванні позитивного іміджу компанії. Реалізуючи соціальні функції, некомерційні організації надають людям можливість самореалізації, отримання допомоги в складних ситуаціях, а також придбання соціально значимого і професійного досвіду.

У сфері політики неприбуткові організації виконують функцію медіатора між суспільством і державою у вирішенні соціально-економічних питань. Отже, неприбуткові організації громадян служать посередником між державою і населенням, розширюючи публічний простір політики. Реалізуючи свої програмні цілі, некомерційні організації допомагають державі вирішувати соціально-значущі проблеми суспільства.

Васильченко М.А.

ВПЛИВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОФШОРНИХ ЗОН НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

На теперішній час для України актуальним є питання так званих «офшорних зон». Це – одна з головних економічних проблем країни. Адже ми маємо можливість продавати товар або послугу в офшорну зону за однією ціною, а потім продати його ж за реальною вартістю та отримати прибуток, який можна використати для наповнення держбюджету. Але в нашій країні, на жаль, ця система досі не працює – практика державних продажів в офшор не розвинена. Таким чином, бюджет країни втрачає значні кошти, а економічний потенціал відносно офшорів реалізується не в повній мірі.

Отже, для початку необхідно розібратися, про що взагалі йде мова. Офшорні зони - це країни, міста або райони, в межах яких для компаній нерезидентів створюються особливі умови реєстрації та подальшої діяльності. Іншими словами, це центри бізнесу, пов'язані із зменшенням або повним виключенням оподаткування доходів іноземних осіб, що створюють холдинги в цих центрах при мінімальному втручанні держави. У неофіційних колах їх називають «податковий рай».

Для України найбільш гостро ця проблема постала в кінці 90-х, у зв'язку з укрупненням приватного бізнесу, але залишається актуальною і донині. Її можна розглядати як з боку держави: експлуатується сировинна та ресурсна база України, при цьому податкові відрахування до бюджету не надходять, відповідно економіці наноситься збиток; так і з боку приватного капіталу: підприємці не отримують підтримку і захист з боку державної влади, звичайно при такій постанові питання вони не бачать сенсу бути спонсором соціальних ініціатив.

Разом з цим, вивід українських компаній з офшорів - це відмінна можливість акумулювати капітал для покращення економічної ситуації, наповнення держбюджету, створення нових робочих місць, розвитку інноваційних технологій та інше.

Варіантом вирішення такої ситуації може служити прийняття закону аналогічного Controlled Foreign Company (CFC) Rules (США) (правила, що регулюють відносини між резидентами США і компаніями, зареєстрованими в офшорних зонах), який регулював би діяльність іноземних компаній. Як варіант вирішення питання, можна зобов'язати всі українські компанії розкривати інформацію про кінцевих власників акцій, які ховаються в офшорних зонах.

Таким чином, якщо ми дійсно прагнемо до мінімальної та ефективної системи оподаткування, то, на мій погляд, влада повинна зробити акцент, у першу чергу, на створенні сприятливого інвестиційного клімату, що дозволить призупинити вивезення капіталу і дасть можливість бізнесу розвиватися в межах нашої країни. На даний момент ми спостерігаємо, як створюється підвищений тиск на «офшори», посилюється податковий гніт в спробі заповнити прогалини в бюджеті і виконати соціальні зобов'язання перед соціально незахищеним класом.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри Менеджменту Юхнова Б.Ю.

Гарт А.О.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Маркетингова діяльність громадських некомерційних організацій має власну специфіку, що знаходить відображення в особливих формах комунікації із цільовими аудиторіями, асортименті товару, методах конкурентної поведінки та ін. Проте в контексті вітчизняних некомерційних суб'єктів більшість некомерційних організацій в Україні все ще не використовують маркетингового підходу.

Найважливіші чинники інтенсифікації застосування маркетингу у діяльності вітчизняної громадської неприбуткової сфери:

- зростання кількості громадських некомерційних організацій,
- скорочення фінансування за існуючої значної залежності від донорів,
- посилення конкуренції за трудові ресурси,
- зростання значення кадрового потенціалу та маркетингової культури.

Аналіз практики використання маркетингу дозволив виділити низку напрямів розвитку маркетингового управління в вітчизняних громадських організаціях:

- розмежування споживача та виробника соціальних послуг через створення різноманітних ринкових сегментів;
- зміщення акцентів у сторону використання короткотермінових контрактів на засадах конкуренції, поручительства і податкового кредитування;
- вимірювання ефективності проектів та соціальний аудит, що зараз здебільшого адаптується фондами для оцінювання результатів некомерційних громадських організацій;
- акцентування уваги на обов'язковому вимірюванні результатів, на досягненні позитивного коефіцієнта окупності благодійницьких інвестицій, на залученні донорів щодо забезпечення ефективного менеджменту організації;
- посилення адаптації практики та ідеалів управління бізнесом до управління громадськими організаціями;
- розвиток соціального підприємництва.

Ключові проблеми розвитку маркетингової діяльності громадських організацій можуть бути сформульовані наступним чином:

- використання переважно концепції інтенсифікації комерційних зусиль у взаємодії із цільовими споживачами послуг;
- низька фахова підготовка персоналу у сфері маркетингу;
- відсутність контролю керівництва громадських некомерційних організацій за всіма маркетинговими інструментами внаслідок специфіки взаємовідносин із донорами та державними органами;
- асиметрія у використанні інструментів маркетингу, зведення їх переважно до реклами та зв'язків з громадськістю;
- невикористання чи слабе використання решти важливих елементів маркетингу у діяльності громадських неприбуткових організацій.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри Менеджменту Дуднєвої Ю.Е.

Гриняєва Д.Ю.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ НА РИНКУ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ

Інтенсивний розвиток ринку обслуговування робить актуальним дослідження ринку технологічного обладнання для оснащення різних суб'єктів господарювання. Зокрема, асортимент підприємств, що займаються торгівлею обладнанням, може сягати кількох тисяч найменувань. Ситуація ускладнюється вторинністю попиту на обладнання, як такого, що є похідним від попиту на ринку. Зростання вимог споживачів до компаній-постачальників обладнання та до їх асортименту, розширення вибору та різноманітність характеристик, за якими здійснюється вибір товарів та послуг на даному ринку, – все це спричиняє необхідність визначення підходів до асортиментної політики.

Переважна більшість обладнання не виробляється, а імпортується в Україну, що створює необхідність акцентування саме на торговому асортименті, а не на виробничому. На відміну від виробничого, торговий асортимент – це номенклатура товарів, які призначені для продажу в роздрібній мережі. Основою успіху асортиментної політики на підприємствах ринку технологічного обладнання є швидкість реагування на зміни тенденцій ринку, тобто на зміни в попиті. З іншого боку, має місце зворотній процес – асортимент підприємств-постачальників обладнання диктує зміни у використанні того чи іншого виду обладнання. При прийнятті рішень щодо змін в асортименті слід брати до уваги розподіл обладнання за ціновим критерієм.

Управління асортиментом – це циклічний поетапний процес, який передбачає послідовне виконання певних дій, основною метою яких є оптимізація асортименту. Процес управління складається з трьох основних етапів: внутрішнього аналізу асортименту підприємства; зовнішнього аналізу, тобто розгляд асортименту з позиції ринку; вибору конкретної асортиментної стратегії (розширення, поглиблення, скорочення або звуження). Контрольними пунктами аналізу є співставлення показників асортименту до та після впровадження змін, що дозволяє оцінити, чи досягнуто запланований результат.

Асортимент можна розглядати, виходячи з трьох основних точок зору: асортимент, орієнтований на виробника; асортимент, як категорія, що формується з потреб споживачів; асортимент як перелік видів продукції. Поєднання різних поглядів дозволяє більш точно розуміти та управляти поняттям «асортимент». Також для будь-якого підприємства, діяльність якого орієнтована на ринок, асортиментна політика в галузі технологічного обладнання ґрунтується на відмінностях потреб різних сегментів споживачів. Для кожної групи споживачів існують свої вимоги до якості, надійності, функціональності, ціни та інших показників, що є визначальними при виборі обладнання.

Для ефективного управління асортиментом підприємств на ринку технологічного обладнання необхідно створювати окремі підрозділи або призначати відповідальних в межах підрозділів, які будуть слідкувати за виконанням усіх необхідних заходів.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри Менеджменту Юхнова Б. Ю.

Drozdov Ihor

FORMING AN EFFECTIVE TEAM IN THE PROJECT MANAGEMENT

The development of modern technologies and socio-economic relations are increasingly reflected in changing concepts of the structure of work in organizations. In recent decades, the need for cooperation and collaboration in the workplace has been growing in the production and organizational sphere. Social, managerial and technological processes require integration, and the exchange of information becomes global.

In this regard, in public practice and in science, interest in the study of groups, team work forms has significantly increased. Today, in an era of intense global competition and the emergence of the latest technologies, it is teamwork that plays a leading role in achieving tangible organizational results, and helps to maintain the competitive advantages of companies and their effectiveness. Modern organizations need employees who do quality work in an environment of organizational change, help others do it, and quickly create an atmosphere of cooperation. In addition, the modern environment of Ukrainian business is characterized by resource constraints, budget cuts and the use of temporary assistance. In such circumstances, teams become a key factor in alleviating the difficulties of the transition period and achieving organizational success.

According to the results of many surveys of project managers abroad, up to 80% of success in the implementation of projects is due to the coordinated work of the project team, which, in turn, is ensured by the correct distribution of roles among the participants.

The use of an effective team, especially in project management, leads to a significant change in the quality of the workforce - joint work requires self-management and wider informing team members. In addition, the development of education and modern technology requires the use of multiple labor skills, and not only the ability to perform one or two specific operations.

According to D. Macintosh-Fletcher, there are two main types of teams: cross-functional and intact teams. A cross-functional team is formed from representatives of various units of a formal organization and reflects their interests. An intact team is a manufacturing unit or a long-standing working group. Today, it is quite rare that the organizational structure of a project coincides with the organizational structure of an enterprise or any part of it. More often, employees, in accordance with the staffing table, are distributed among the functional units of the enterprise, and special temporary organizational structures are formed to carry out the project, called project teams and including representatives of various departments.

Due to the increased interest in the study of groups and teams in the organization, a significant number of studies on leadership and leadership have appeared, where the authors emphasize the important role of teamwork in business.

In the context of dynamic growth, one of the key factors for the success of an organization is the presence of an effective management team that is able to solve new problems in a constantly changing external environment. The long-term growth of any modern organization or company should not depend on the capabilities and health of one person. That is why the formation of an effective management team and the «nurturing» of successors is today becoming one of the key tasks for successful leaders.

The work was carried out under the guidance of Associate Professor of Management department T. Obydiennova

Жупинська В.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах трансформації економіки України важливе місце посідає проблема формування ринкових інститутів, головним із яких є розвиток підприємництва. Зарубіжний досвід ведення підприємництва свідчить, що малий бізнес в ринковій економіці виступає провідним сектором, на його основі визначаються темпи економічного і соціального розвитку країни, структура і якість ВВП, рівень демократизації суспільства. Фінансова криза, податкова реформа, падіння курсу гривні, політичний і військовий конфлікт негативно вплинули на темпи розвитку малого підприємництва в Україні.

Головними причинами гальмування розвитку малого підприємництва в Україні є:

- відсутність дієвого механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого підприємництва;
- неймовірно важкий тягар оподаткування;
- низькі темпи та перекоси в процесі реформування власності;
- відсутність належного нормативно - правового забезпечення розвитку малого бізнесу;
- недосконалість системи обліку та статистичної звітності малого підприємництва, обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення.

Заходами ефективної підтримки розвитку малого бізнесу повинні бути:

- державна підтримка (формування сприятливого підприємницького клімату);
- міжнародна допомога (фінансова, технічна, у підготовці кадрів);
- інтеграційна підтримка через субпідряд, франчайзинг, лізинг тощо;
- кооперування та самоорганізація малого бізнесу на політичних та економічних засадах, а саме: створення спілок, асоціацій, громадських об'єднань, кооперативів тощо; стимулювання проведення регіональних конкурсів (тендерів) щодо закупівлі товарів та надання послуг малими підприємствами за кошти державних та місцевих бюджетів, а також участь підприємців у виконанні регіональних замовлень;
- професійна підготовка та ефективне управління кваліфікованими кадрами: місцевій владі необхідно сприяти самозайнятості безробітних шляхом надання їм одноразової грошової допомоги для започаткування власної підприємницької діяльності; при перепідготовці та підвищенні кваліфікації особливу увагу слід приділяти професіям, що не тільки користуються попитом на ринку праці, але й дають змогу започаткувати власну справу; проводити семінари та курси підвищення кваліфікації для всіх бажаючих розпочати підприємницьку діяльність.

Підсумовуючи, слід зазначити, що регулювання і підтримка малого підприємництва полягає, в основному, в розробці відповідної законодавчої й нормативної бази, організації спеціальних органів підтримки, розширенні доступу до фінансових ресурсів і інновацій, забезпеченні повної та своєчасної інформації, організації навчання працівників, що в сукупності сприятиме розвитку малого бізнесу в Україні.

Кнікєр А.Л.

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ МОДЕЛЕЙ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА

Більшість країн нашого світу використовують ринкову економіку. Проте, залежно від своєї історії, типу правління та законодавства, країни схильні використовувати різноманітні моделі ринкової економіки. Залежно від різноманітних культурно-історичних чинників, моделі економічних систем будуть відрізнятися за критерієм співвідношення типів власності (приватна, державна, колективна). Згідно з даними ООН, можна зробити висновок, що відсоток приватної власності не дає статистично значущих відхилень ефективності ринкової економіки, отже при розгляданні альтернатив актуальній економічній моделі не слід сподіватися, що домінування дрібних приватних підприємств здатне у короткі строки покращити економічну ситуацію.

Західна економічна модель побудована на принципі максимального заохочення людей до початку ведення підприємницької діяльності. Одними з ключових елементів такої системи є високий рівень продуктивності праці та орієнтація на успіх кожного індивіда. У зв'язку з тим, що більшість витрат на підприємстві відводиться на людську працю, американська система звикла отримувати максимальну віддачу від своїх працівників, але підприємці намагаються мінімізувати дорогий людський труд більш вигідною механічною робочою силою.

Однією з найрозвиненіших країн у світі є Швеція. Термін «шведська модель» виник у кінці 1960 років. У цей період у Швеції проводився ряд економічних реформ, що підкріплювалися реформами політичними. Завдяки цим реформам Швеція змогла збудувати міцну економіку й безконфліктне соціально-комфортне середовище. Ключовими відмінностями шведської системи можна вважати два найважливіших факти: повна зайнятість й вирівнювання прибутків. Але неможна розглядати шведську економічну модель окремо від соціально-економічного комплексу. До економічної частки шведської моделі входять такі положення: ринкова система достатньо ефективна, держава не повинна втручатися у діяльність підприємств, розумна політика ринку праці має знизити негативні сторони ринкової економіки. Завдяки продуманим реформам азійським країнам також вдалося значно підвищити свої економічні показники. Найпомітнішим «економічним підйомом» довгий час вважалася японська система, яку досить довгий час називали «японське диво». Основною рухомою силою японської системи стала спрямованість на науково-технічний прогрес. Японці почали скуповувати патенти з усього світу, відкривати спільні лабораторії та брати участь у міжнародних дослідженнях. На актуальний момент часу, більшість робочих місць в Японії займають роботи. Багато інновацій та факторів японської економічної системи базується на національних особистостях. Через це, повністю відтворити японську економічну модель в іншій країні та інших умовах неможливо. Як бачимо, є декілька варіантів доволі успішних економічних систем. Західна модель у своєму максимально чистому вигляді використовується у США та Канаді, шведська модель реалізується у скандинавських країнах, японська система характерна ряду азійських країн.

Роботу виконано під керівництвом асистента кафедри Менеджменту Васильєвої М.О.

Ковальова К.І.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТІ КЕРІВНИКІВ

В умовах активного використання управлінських технологій та поширення нових інформаційних систем, збільшується напруженість праці керівників та підвищуються вимоги до ефективності їх діяльності. Це вимагає від сучасного менеджменту уточнення складу компетенцій керівників організацій. Виходячи з тези, що компетентність формується та розвивається на протязі життя людини та в умовах конкретної діяльності, у статті наголошено на необхідності свідомого та цілеспрямованого формування професійних компетенцій керівників з урахуванням специфіки їх діяльності. Специфіка управління та адміністрування зумовлена масштабністю діяльності, великою відповідальністю та напруженістю, багаточисельними комунікаціями.

Ключовою відмінністю компетенційного підходу від розповсюджених механізмів накопичування знань, вмінь, навичок є орієнтація на формування у людини, яка навчається, здатності практично діяти. Цілеспрямованість на досягнення важливих завдань, підвищує значущість підготовки керівників.

Проблема підвищення якості праці персоналу наділяє економіку праці новим змістом, вимагає уваги до ефективності праці персоналу. В умовах прискорення процесів інформатизації та посилення конкурентного середовища важливо формувати у керівного персоналу актуальні компетенції. Варіативність уявлень про компетентність конкурентоспроможного персоналу в епоху цифрової економіки вимагає нових підходів у підготовці кадрів для цифрової економіки. Активне запровадження комп'ютерних рішень веде до переорієнтації потреб ринку праці на універсальні «компетенції ХХІ століття», таких як націленість на саморозвиток, навички прийняття рішень і досягнення результатів, рішення нестандартних завдань, навички комунікації, міжособистісні, емоційний інтелект і інші. Автори дослідження цільової моделі компетенцій 2025 зазначають, що під впливом технологічних трендів вже сьогодні і у найближчі десятиліття конкурентоспроможність кадрів буде визначатися не стільки професійними навичками, скільки універсальними.

Незважаючи на необхідність формування і розвитку «твердих» професійних навичок персоналу, все більша увага приділяється розвитку «м'яких» навичок, серед яких вміння швидко вчитися, високий ступень адаптації до нового, когнітивна гнучкість, вміння працювати в команді, емоційна компетентність, тощо. Більшість авторів вважають, що складу м'яких навичок персоналу в цифровій економіці мають входити: здатність будувати мережеві комунікації (соціальні та професійні), вчитися та самоудосконалюватися, тощо. Та чим вище керівник піднімається по кар'єрних сходах, тим важливішу роль відіграють саме соціальні навички, у той час як професійні тверді навички відходять на другий план. Для керівників організацій м'які навички – це особистісні якості, які дозволяють ефективно і гармонійно взаємодіяти з іншими людьми, які неодмінно необхідно розвивати.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри Менеджменту Федорової Ю.В.

Курбель Ю. О.

ВАЖЛИВІСТЬ ВИВЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ ДЛЯ НАСЕЛЕННЯ

Слід визнати, що велика кількість людей стикається з проблемою нестачі грошей. Наприклад, багато хто не може керувати своїми доходами належним чином. Виходить так, що людина витрачає більше, ніж змогла заробити, набуває боргів та бере позики у банках. Однією з причин такого явища є те, що населення не навчили фінансовій грамотності. Ця робота ілюструє важливість цього напрямку економіки на рівні індивідуального благополуччя та на рівні економічної ситуації в країні.

Перш за все, слід розібратися, що ж таке фінансова грамотність. Фінансова грамотність – це достатній рівень знань та навичок у галузі фінансів, що дозволяє правильно оцінити ситуацію на світовому ринку та прийняти щодо цього обґрунтовані рішення. Тому знання ключових фінансових понять та можливість їх використання на практиці дозволяє грамотно керувати своїми грошима.

Вивчення фінансової грамотності є важливим з кількох причин: вона (фінансова грамотність) забезпечує людину знаннями, необхідними для розуміння функції та вартості грошей, їх підрахунку, складання фінансового звіту (контролю своїх особистих витрат), заробітку та створення джерел доходу, заощадження та вкладення, повернення боргів, ділитися та допомагати тим, хто цього потребує тощо. Варто зазначити, що економічний розвиток будь-якої країни багато в чому залежить від загального рівня фінансової грамотності її населення. Низький рівень таких знань призводить до негативних наслідків не тільки для споживачів фінансових послуг, а й для державного та приватного сектору, а також для суспільства взагалі. Тому розробка та реалізація програм з підвищення рівня фінансової грамотності населення є важливим напрямком державної та освітньої політики багатьох розвинених країн.

Статистика показує, що рівень фінансової грамотності серед населення України дуже низький, і лише невелика кількість громадян знає про послуги та продукти, які пропонують фінансові установи та які розумні рішення вони можуть прийняти щодо того, як поводитися зі своїми грошима (наприклад скласти бюджет, заощадити, інвестувати, вийти з боргів, сплатити податки тощо). Під час проведення цього дослідження було встановлено, що існує багато літератури з фінансової грамотності для дорослих, а також різноманітні курси з цієї теми. Але насправді виявляється, що слухачі досить погано відгукуються про ці книги чи курси, тому що автори нічому не вчать, вони просто говорять про те, що потрібно бути фінансово грамотним, але не кажуть, як бути таким. Це логічно, оскільки ніхто не захоче ділитися такими знаннями безкоштовно, тоді як автори заробляють на тих людях, які їм вірять. На щастя, Міністерство освіти і науки України повідомило, що з 1-го вересня 2019 року старшокласники вивчатимуть новий предмет – фінансову грамотність. Таким чином, Міністерство розраховує підвищити рівень економічної освіти вже зі шкільних років.

Отже, слід підкреслити, що підвищення рівня фінансової грамотності населення України позитивно вплине не лише на фінансове благополуччя кожної людини, але й на загальний розвиток економіки країни.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри Менеджменту Обиденної Т.С.

Можар Л.В.

РОЗВИТОК НАФТОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА МЕТОДИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Нафтопереробна промисловість відіграє значущу роль в економіці країни, адже вона забезпечує більшість галузей народного господарства необхідною сировиною, продуктами нафтопереробки. Нафта була і залишається стратегічною сировиною і одним з найважливіших факторів економічної незалежності будь-якої держави.

Головними проблемами вітчизняних нафтопереробних підприємств є надзвичайно низький рівень технічного оснащення, зношення основних фондів більшості технологічних установок нафтопереробних заводів України, відносно низьке завантаження виробничих потужностей підприємств і недостатня глибина переробки нафти.

Відсутність або недостатня потужність установок з вторинної переробки нафти, застарілі процеси із поліпшення фракційного складу нафтопродуктів та гідроочищення дистилятних фракцій на більшості підприємств є причиною гірших експлуатаційних і екологічних показників якості моторних палив на відміну від закордонних аналогів. Ці фактори і визначають неконкурентоздатність підприємств і продукції, яку вони випускають.

Для покращення становища в нафтопереробній промисловості необхідно розробити енергетичну програму України, використавши закордонну практику упорядкування паливно-енергетичного балансу, залучити інвестиції і кредитні ресурси, перейняти досвід світових лідерів галузі, сприяти удосконаленню законодавства для успішної діяльності підприємств.

З метою збільшення вироблення високоякісних нафтопродуктів необхідно модернізувати діючі потужності нафтопереробних заводів і побудувати нові установки, що поглиблюють переробку нафти.

Важливими факторами у вирішенні проблем в нафтопереробній промисловості є: фінансування розвитку галузей паливно-енергетичного комплексу, яке може здійснюватись за рахунок оптимізації цінової і тарифної політики та доведення інвестиційної складової тарифу на енергоносії з врахуванням цільової надбавки до рівня, що забезпечує достатню інвестиційну привабливість проектів; законодавче запровадження прискореної амортизації основних фондів паливно-енергетичного комплексу, забезпечивши при цьому цільове використання амортизаційного фонду; залучення коштів від реструктуризації та погашення боргових зобов'язань минулих років учасників енергоринку; створення умов для збільшення доходності та підвищення рівня капіталізації прибутку енергетичних підприємств.

Вирішення існуючих проблем за рахунок впровадження енергетичних програм прискорить розвиток нафтопереробної промисловості, а розробка нових технологій та модернізація підприємств через технічне оснащення дозволить значно збільшити видобуток нафти, що підніме економіку України на більш високий рівень.

Новрузова А. Е.

ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ

Однією з характеристик науково-технічного прогресу є поступова інтеграція науки та виробництва, яка виступає в якості достатньо вагомого чинника економічного й психологічного розвитку сучасної цивілізації. Людина стала свідком завоювання виробництва машинами, що пояснює актуальність розгляду даного питання. Винаходячи нехитрі пристосування, що полегшують життя, люди повільно сприяють прогресу. Здається, що в цьому є тільки позитивна сторона, але питання в тому, як технічний прогрес впливає на особистість людини.

На виробництві людина рішуче перейшла в позицію диктатора. Вона не тільки бажає впливати на все, що відбувається в світі, але й визначає альтернативи свого власного майбутнього. Панівне становище людини в світі змушує її взяти на себе загальні регулюючі функції. Проте, в міру зростання могутності сучасної людини, все відчутніше стала відсутність в неї почуття відповідальності за скоєне.

Істотний вплив на особистість має комп'ютерна революція. Найгострішою проблемою сучасності є «гонка» за технічними новинками. Наразі 80-85% населення нашої країни має тенденцію або, навіть, вже звичку купувати гаджет, модель якого щойно поступила в продаж. Як тільки будь-яка технічна новинка з'являється на ринку, за нею відразу шикуються черги. А реклама цих новинок натискає кнопку «старт» в підсвідомості людини. Звісно в економічному плані ця ситуація не має такого негативного фону, і це є однією з основних рис науково-технічного прогресу. В даному питанні слід також зазначити, що науково-технічний прогрес є співучасником виникнення інтернет-залежностей, суїцидальних нахилів, життя свідомості особистості у віртуальній реальності.

Людина несе моральну відповідальність за відкриття науки та вдосконалення техніки. Вона повинна вміти направити ці блага цивілізації в мирне русло, на процвітання та розвиток. В умовах науково-технічного прогресу від людини потрібна не тільки освіченість, а й висока культура взаємин з технікою. Аморальність, легковажність та неосвіченість можуть стати причиною найбільшої трагедії на планеті.

Розвиток науки і техніки є благом для людства, та все ж має безпосередній вплив на всі сторони психологічного життя. Змінюється не тільки зміст праці, істотні перетворення відбуваються в усьому ладі культури та сучасної цивілізації. Людина, ускладнюючи свій світ, все частіше викликає до життя такі сили, які вона вже не контролює, а це може призвести до незворотних катастроф – екологічної, політичної та духовної, які ми й спостерігаємо в сучасному суспільстві.

З появою техніки з одного боку люди звільнили себе від важкої рутинної роботи, проте з іншої – суспільство деградує. Ми начебто разом, але кожен один. Ілюзія спілкування, ілюзія дружби, ілюзія життя.

Отже, на сьогоднішній день питання психологічних проблем науково-технічного прогресу має досить велику актуальність. Тому потрібно розвивати цей напрямок досліджень, що дасть змогу запобігти розвитку подальших недоліків технічного прогресу та негативних наслідків його впливу на особистість людини.

Орехова О.О.

РОЗВИТОК НАПРЯМІВ ВЗАЄМОДІЇ ГРОМАДСЬКИХ ОБ'ЄДНАНЬ ІЗ ОРГАНАМИ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

Громадянське суспільство є невід'ємною частиною механізму, який забезпечує функціонування демократичних інституцій та стабільності політичної та соціально-економічної системи будь-якої країни, роблячи внесок до розвитку надійної та збалансованої державної політики. Успішна співпраця між органами влади та організаціями громадянського суспільства зумовлена створенням сприятливих умов для розвитку громадянського суспільства.

Концепція єдності та співпраці між державними органами влади та громадянським суспільством у розробці, реалізації та моніторингу державної політики, яка знаходиться в прямих інтересах суспільного блага, є однією з головних характеристик сучасної держави, яка стоїть на службі своїх громадян. Одна з основних проблем сучасних демократій полягає у відстороненні громадян від політичних процесів. У цьому контексті, як і в багатьох інших, громадянське суспільство є важливим елементом демократичного процесу. Воно надає громадянам, разом із представниками політичних партій і лобі, альтернативний спосіб доносити різні погляди та забезпечувати різні інтереси у процесі прийняття рішень. З огляду на це, реформування багатьох сфер діяльності суспільства є актуальним та нагальним і потребує узгодження цих змін із громадськістю, що є необхідною складовою демократизації цього процесу.

Це зумовлює актуальність теми. Сучасні дослідження зосереджені на розвитку теоретичних засад та розробці методичних рекомендацій щодо взаємодії громадських об'єднань із органами державної влади. Для досягнення цієї мети можуть бути виконані такі завдання: упровадження інструментарію електронної участі громадян на веб-сайтах громадських організацій; своєчасне реагування на пропозиції та звернення громадськості; створення відповідної нормативно-правової та інституційної бази, яка б забезпечувала сприятливі умови для розвитку електронної участі; упровадження сервісно-орієнтованих підходів у державному управлінні; розширення доступу громадян до інформаційно-комунікаційних технологій та підвищення рівня їхньої комп'ютерної грамотності; посилення уваги до висвітлення кращих практик державно-громадської взаємодії за різними напрямками; запровадження системи безперервної громадянської освіти як засобу поширення демократії участі, розбудови громадянського суспільства, об'єданого та консолідованого навколо європейського цивілізаційного вибору України.

Для громадських організацій консультації в інтернет будуть недорогими, легкими в управлінні та зручними для учасників. Враховуючи, що як правило громадські організації вже мають веб-сайти, створення окремого консультаційного процесу є швидким та недорогим. При цьому легко буде узагальнити, проаналізувати й оприлюднити інформацію від великої кількості учасників та учасниць. Консультації в Інтернеті дозволять охопити надзвичайно широке коло осіб та сприятимуть плідній взаємодії вітчизняних громадських організацій з органами державної влади.

Павлій А.К.

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ІНВЕСТИВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Проблема інвестицій в економіку займає одне з провідних місць в економічній науці. Активізація інвестиційного руху, збільшення обсягів інвестування та їхнє ефективне використання є головним завданням економічного зростання України, одним із значущих факторів успішного реформування її народного господарства. Актуальним завданням сьогодення є розвиток інвестиційної діяльності та суттєве нарощування обсягів інвестицій.

Для заохочення інвестування, модернізації та розвитку вітчизняного виробництва слід вирішити наступні проблеми:

1) порушення принципу зумовленості при здійсненні прогресивних структурних перетворень повномасштабним включенням у реформи соціального капіталу, внаслідок чого зросли масштаби бідності та рівні соціального розшарування;

2) суттєві відмінності в рівнях соціально-економічного розвитку між регіонами;

3) відсутність дієвого інституційного забезпечення державної підтримки пріоритетних напрямів, стадій та процесів поширення всіх видів інновацій.

Основними причинами виникнення проблем інвестування є:

- низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних виробників, наявність недобросовісної конкуренції в сфері внутрішнього ринку внаслідок монополізації та ускладненої регуляторної системи;

- недосконалість системи надання державної допомоги та контролю за ефективністю її використання.

Для поліпшення інвестиційної діяльності в країні необхідно провести певний комплекс заходів, а саме:

1. Вирішити проблему дефіциту ліквідних ресурсів виробництва, зокрема оборотного капіталу, і на цій основі ліквідувати платіжну кризу;

2. Здійснити перехід від політики планування грошової бази до політики таргетування відсоткової ставки;

3. Трансформувати політику штучного стримування падіння курсу гривні в політику його зміни пропорційно внутрішній інфляції з орієнтацією на забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних товарів. При цьому слід встановити жорсткий валютний контроль;

4. Встановити жорсткий контроль за діяльністю монополістів, а саме у сфері ціноутворення. Це сприятиме зниженню рівня інфляції, витрат і усуненню диспаритету цін.

5. Поліпшити якість провідних наукових досліджень та результатів інноваційної діяльності за рахунок підвищення та удосконалення можливостей доступу до зовнішніх джерел знань.

Отже, для того, щоб заохотити інвестування в економіку України слід створити «привабливі» для інвесторів умови.

Параскєвова Е.В.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ВЗАЄМОДІЇ НЕУРЯДОВИХ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЗІ СТЕЙХОЛДЕРАМИ

Процес становлення громадянського суспільства дослідники умовно поділяють на декілька основних етапів. Першим є об'єднання суспільства навколо ідей та цінностей, притаманних громадянському суспільству, та визнання цих цінностей такими, що є основними у визначенні векторів поведінки, у процесі прийняття тих чи інших рішень. Наступний етап - інституціоналізація громадянського суспільства. На цьому етапі відбувається створення організацій, осередків, різноманітних рухів, які, власне, здійснюють цілеспрямовану діяльність, зорієнтовану на закріплення у суспільстві ідей та цінностей, визнаних основними на першому етапі. Необхідною умовою другого етапу є проведення діалогу між інститутами громадянського суспільства, налагодження між ними зв'язків як у рамках безпосередньо конкретної держави, так і на міжнародному рівні. На цьому етапі також відбувається удосконалення системи взаємозв'язків зі стейкхолдерами. Це актуалізує окреслену тему.

Європейська комісія визначає заінтересовані сторони, тобто стейкхолдерів як представників соціальних груп населення, інститутів громадянського суспільства, бізнесу:

- інтереси яких зачіпає проблема або на яких вплине рішення;
- які можуть брати (брали) участь у розв'язанні проблеми чи реалізації рішення;
- які є фахівцями у певній сфері (експерти).

В процесі взаємодії зі стейкхолдерами Єврокомісія рекомендує враховувати:

- широту впливу рішення;
- необхідність певного досвіду, знань чи компетенції;
- досвід участі у попередніх консультаціях;
- необхідність балансування інтересів окремих груп (наприклад, великі і малі організації, працівники і роботодавці, експерти і НУО, широкі групи (конфесії, меншини, споживачі) і специфічні групи інтересів (безробітні, пенсіонери).

До стейкхолдерів можна віднести: об'єкти регулювання; бізнес (великий, середній, малий); організації роботодавців; професійні спілки; інститути громадянського суспільства (громадські організації, благодійні організацій тощо); академічне середовище; аналітичні центри; органи державної влади; органи місцевого самоврядування тощо.

Для визначення міри заінтересованості заінтересованих сторін необхідно врахувати наступні питання:

- хто може одержати користь від політики (рішення)?
- на кого політика (рішення) може вплинути негативно?
- хто є прихильниками політики/рішення?
- хто категорично проти політики/рішення?

Взаємодія зі стейкхолдерами як правило призводить до високої ефективності та суттєвих досягнень у діяльності громадських організацій.

Пасічник Е.О.

АУТСТАФФІНГ: СУЧАСНА ПРАКТИКА

Стратегічна потреба у зменшенні витрат на трудові ресурси сьогодні є проблемою багатьох компаній. Але найбільш ефективно, на наш погляд, вона реалізується саме ІТ-організаціями. Вартість інтелектуальної роботи займає лівову частку витрат практично у будь-якому проекті. При цьому методи зниження витрат досить різні. Можна відмовитись, наприклад, від дорогих корпоративних вечірок та кавових машин в офісі. Або обмежити соціальні пакети працівникам, які не надто зацікавлені в страховому лікуванні. Однак спеціалісти, які роками займаються набором персоналу на ринку, погоджуються з думкою, що найбільш радикальним і популярним заходом економії, безперечно, є використання сучасних кадрових технологій, які за десяток років зарекомендували себе на сучасному ринку.

Однією з таких технологій є аутстафінг – це дуже хороша економічно ефективна послуга, коли найнята особа несе відповідальність за всі робочі обов'язки компанії, але офіційно працює в іншій компанії (наприклад, в аутсорсинговій агенції). Принципи аутстафінгу пропонують наймати спеціалізовану команду розробників (виконавців), які працюватимуть віддалено і на 50% дешевше (у більшості випадків). Це зменшить витрати часу на пошуки необхідних експертів, на співбесіди та їх найм (що в звичайних процесах відбору збільшує витрати на персонал), та покращить продуктивність компанії. Так, за даними Unity, шляхом передачі бізнес-процесів аутсорсинговій агенції, можна досягти зниження витрат до 20% за рахунок їх трансформації, комплексної оптимізації та усунення ризиків, пов'язаних з людським фактором. В сучасних умовах глобалізації та прискорення ринкових процесів організації різних спрямованостей починають використовувати аутстафінг, бо це зменшує ряд проблем, що виникають при найму персоналу:

- «обхід» обмеження щодо кількості працюючого персоналу (для оптимізації оподаткування);
- зменшення номінальної чисельності персоналу компанії без втрати фактичної кількості працюючих в ній;
- створення бізнесу в іншій країні без реєстрування там юридичної особи;
- термінова заміна працівника, який пішов у відпустку на тривалий термін, захворів, звільнився;
- зменшення адміністративних витрат на роботу в офісі персоналу, а також витрат, пов'язаних з розрахунками та виплатою заробітної плати (немає потреби враховувати робочий час – лише результат праці).

Можна зробити висновок, що для одночасного збереження контролю над трудовими ресурсами та суттєвого зменшення процесів діловодного та фінансового змісту, аутстафінг – це найоптимальніший варіант. Дана послуга дозволяє узгодити потребу бізнесу в висококваліфікованих кадрах зі складностями в їх офіційному працевлаштуванні, перекласти обов'язки офіційного наймача працівників на кадрового підрядника. Саме тому залучення позаштатного персоналу і передача бізнес-процесів на обслуговування компаніями-підрядниками є в Україні перспективним напрямком кадрового менеджменту.

Приходько А.О.

МЕТОДИ АКТИВІЗАЦІЇ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В основі розробки і реалізації ефективних моделей креативного менеджменту лежать положення системно - креативного аналізу, що є методологією креативного менеджменту.

Креативний менеджмент базується на методології системно-креативного аналізу як інструменті розробки нестандартних, оригінальних і некопіюємих управлінських рішень. Саме поєднання, з одного боку, системності. Пізнання специфічних особливостей взаємозв'язків, взаємозалежностей і закономірностей взаємодії елементів систем креативного менеджменту, а з іншого — можливості застосування інструментів і методів, технік і технологій прийняття креативних управлінських рішень дозволяє вирішити проблему створення ефективних моделей креативного менеджменту. Методи креативного менеджменту це сукупність визначених прийомів і способів управлінської діяльності, спрямованих на прийняття нестандартних управлінських рішень складних проблем в умовах невизначеності, непередбачуваності, надзвичайних і кризових ситуацій.

Креативний менеджмент відрізняється від інших видів менеджменту як власним науково-методичним апаратом, так і своєрідним логічним підходом до вирішення складних, нестандартних проблем. Це в значній мірі визначає специфіку методів креативного менеджменту, що застосовуються в процесі розробки нестандартних управлінських рішень. У практиці креативного менеджменту широко використовуються відомі евристичні (неформальні), математичні (формальні) і комбіновані методи. Крім цих методів в креативному менеджменті використовуються спеціальні методи.

Якщо говорити про загальні підходи до пошуку творчих рішень, то можна виділити три напрямки:

1) розробку методів активного генерування варіантів рішення, їх перебору і порівняння;

2) узагальнення нестандартних прийомів, які довели свою ефективність у вузькій області, поширення їх на більш широкий клас задач;

3) виявлення закономірностей розвитку реальних систем певного класу, і на їх основі - пророкування подальшого ходу еволюції систем, обґрунтування методів вирішення виникаючих протиріч і побудови більш ефективних «ідеальних» систем.

До методів активізації творчого потенціалу відносять:

- метод фокальних об'єктів,
- морфологічний аналіз,
- мозковий штурм,
- метод контрольних питань,
- метод синектики
- різні поєднання та синтез вищенаведених методів.

Найбільший ефект і якість системи управління персоналом досягаються в тому випадку, коли застосовується система методів у комплексі.

Приходько А.О.

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

В сучасних умовах креативний менеджмент є ефективним інструментом вирішення складних завдань та прийняття ефективних управлінських рішень. Креативний менеджмент вже проявив себе як реальна галузь знань. Більш того, він стає загальноновизнаним напрямком науки, як в теоретичному, так і в практичному плані. Під креативним менеджментом розуміють ефективне управління можливостями організації та використання її потенціалу для досягнення поставлених цілей з використанням нестандартних (творчих підходів)

Слід зазначити, що креативний менеджмент в буквальному сенсі «творчий, який утворює» передбачає управління творчим колективом. Складовими елементами системи креативного менеджменту є його цілі, суб'єкти, функції і методи, показники, комунікація та інформація.

Для креативного менеджменту характерні:

- 1) пошук альтернативних стратегій в розширеному просторі допустимих рішень;
- 2) аналіз альтернатив за допомогою багатокритеріальної оптимізації;
- 3) створення механізму реалізації стратегій з урахуванням людського фактора;
- 4) забезпечення ефективного контролю як компромісу між вартістю системи контролю та її гарантованої ефективністю.

Об'єктивна необхідність креативного менеджменту в діяльності підприємств в даний час обумовлена низкою обставин:

- постійне виникнення в різних сферах діяльності підприємств складних проблем;
- в умовах невизначеності, турбулентності зовнішнього і внутрішнього середовища на підприємствах все частіше виникає необхідність пошуку оперативних нестандартних рішень;
- в сучасних умовах лідером бізнесу стають, як правило, ті підприємства, чий управлінський апарат здатний мислити і діяти креативно, породжувати і ефективно реалізовувати нові незвичайні і оригінальні ідеї;
- добре відомо, що інноваційні переваги швидко тиражуються конкурентами;
- постійні зміни у всіх сферах суспільства, регулярно проявляються надзвичайні ситуації і кризи, вимагають пошуку нетрадиційних рішень, обґрунтування ефективних шляхів розвитку підприємств.

Однак головною обставиною, яка визначає об'єктивну необхідність формування креативного менеджменту на промислових підприємствах в умовах інноваційної економіки, є формування в суспільстві креативного класу як головної продуктивної сили суспільного виробництва.

Отже, креативний менеджмент сьогодні є чинником підвищення конкурентоспроможності підприємства, який дозволяє максимально досягти цілей діяльності підприємства.

Рябов О.В.

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Динамічний розвиток української економіки обумовлює підвищений науково-практичний інтерес до необхідності використання нових, найбільш ефективних інструментів і методів управління організаційними змінами на рівні як галузей, так і конкретних підприємств, які зумовлюють можливості адаптації господарських структур до умов ринкового середовища. В останні роки для української економіки актуальними є проблеми підвищення ефективності управління змінами організацій в умовах відносної нестабільності показників бізнес-середовища, перетворень еволюційного (внутрішні позитивні перетворення) і революційного (злиття, поглинання, об'єднання, роз'єднання) характеру.

Особливий інтерес до управління змінами в останні роки викликаний тим, що темп змін зовнішнього середовища підприємства став вище, ніж час реакції на них системи управління. Це породжує ряд нових завдань:

- 1) підприємства мають істотне невідповідність технологічного, виробничого, організаційного потенціалу вимогам ринку;
- 2) робота в невизначених умовах змушує перебудовувати внутрішньовиробничі відносини й удосконалювати структуру без належного обліку зовнішнього оточення підприємства;
- 3) для реструктуризації підприємства відсутні готові рецепти і методи, мало розвинені методи кількісного аналізу змін.

У свою чергу, результатами проведення спонтанних, недостатньо опрацьованих в теоретико-методологічному аспекті організаційних змін є реальні економічні втрати.

Сучасні підприємства мають істотну невідповідність технологічного, виробничого, організаційного потенціалу вимогам ринкового середовища. Спонтанні процеси самоідентифікації і позиціонування, трансформації власності, поділу та реструктуризації, пошуку адекватної стратегії розвитку істотно дестабілізують внутрішню середу, гальмують раціональне зміна функцій і структур управління, знижуючи показники динаміки їх адаптаційних реакцій до зовнішньому і внутрішньому середовищі.

Тому, керівництву підприємств необхідно докласти всіх зусиль для впровадження в реальну діяльність підприємств багаторівневої якісної динамічної моделі оцінки змін промислових підприємств, управління підприємством на основі застосування якісних регресійних моделей і теорії перевірки гіпотез, методики розрахунку показників ефективності апарату управління і досяжності цілей стратегічного розвитку, що дозволяє вводити нові моделі відповідно до мінливих умов зовнішнього середовища, враховувати в процесі проведення організаційних змін досвід отриманих результатів моніторингу внутрішнього функціоналу промислового підприємства.

Підвищення темпів змін в майбутньому призведе до того, що ефективне функціонування підприємств буде визначатися динамікою їх адаптаційних реакцій до зовнішньому і внутрішньому середовищі. Управління організаційними змінами стає постійним процесом вдосконалення підприємства.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри Менеджменту Обиденної Т.С.

Рябов О.В.

ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ В УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Суб'єкти малого бізнесу мають певні спільні характеристики, які створюють передумова та впливають на необхідність впровадження контролінгу в управління таким суб'єктом господарювання. Характеристики, про які йдеться, змінюють власну значущість або взагалі зникають (з'являються) на різних стадіях життєвого циклу організації.

Традиційна класифікація стадій життєвого циклу передбачає виділення: створення, зростання, зрілість та занепад. Кожна стадія характерна певними особливостями щодо системи управління та характеристик організації. Ці особливості створюють передумова та формують необхідність, доцільність впровадження контролінгу в управління організацією. Взаємозв'язок характеристик підприємства малого бізнесу на різних стадіях життєвого циклу та передумов впровадження контролінгу може бути представлений наступним чином:

На стадія життєвого циклу «Створення» підприємство малого бізнесу має наступні характерні риси: наявність оригінальної бізнес-ідеї, визначення перспективної ринкової ніші або сегменту, наявність групи фахівців, однодумців, партнерів; організацій структура, яка може бути охарактеризована як плоска з високим рівнем інтеграції управлінських функцій.

Можливість та доцільність впровадження контролінгу у діяльність малого підприємства на цьому етапі обумовлено необхідністю підтримувати конкурентні переваги в умовах виходу на ринок, коли ще не досягнуто точки беззбитковості; готовністю фахівців та керівництва використовувати сучасні управлінські технології та інструменти (часто пов'язано у тому числі і з так званим періодом ентузіазму), здатністю засновників, співвласників брати не себе управлінську відповідальність; можливістю в умовах плоскої оргструктури чіткого визначення зон відповідальності керівників та їх інформаційних потреб.

На етапах життєвого циклу «Зростання» та «Зрілість» характерні риси малого підприємства змінюються. Тепер це: дуже часто дефіцит ресурсів (не тільки фінансових та матеріальних, а і людських, інформаційних тощо); функціонування у ринкових нішах, які не є високо привабливими для крупних підприємств; розвиток за інтенсивним або екстенсивним варіантом (екстенсивний розвиток можливий у тому числі за рахунок кредитних ресурсів в умовах дефіциту власних фінансових можливостей); залежність від співробітників, як є носіями ключових компетенцій; чіткість та простота організаційної структури зменшується, кількість спеціальних управлінських функцій навпаки збільшується.

У цих умовах доцільність впровадження контролінгу обумовлено перш за все необхідністю вибору ринкових ніш, інвестиційних проектів, розподілом обмежених ресурсів між бізнес-процесами «поглиначами», різними видами продуктів (діяльності), необхідністю враховувати особливості мотивації окремих співробітників при впровадженні управлінських методів та інструментів.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри Менеджменту Дуднєвої Ю.Е.

Сіладі В.В.

СКЛАДНОСТІ СУЧАСНОГО КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Відповідно до Закону «Про громадські об'єднання» громадською організацією є добровільне об'єднання фізичних осіб для здійснення та захисту прав і свобод, задоволення суспільних, зокрема економічних, соціальних, культурних, екологічних, та інших інтересів. При її утворенні повинні бути дотримані певні принципи, що додають складності в забезпеченні ефективного кадрового менеджменту, тим більш – у впровадженні його інноваційних складових.

Першим таким ускладнюючим елементом є принцип самоврядності – самостійне здійснення управління діяльністю відповідно до мети (цілей), визначення напрямів діяльності громадської організації. Це пов'язане з тим, що при здійсненні певний час діяльності такої організації керівництво та рядові члени поступово можуть змінювати точку зору на процес досягнення мети, про оновлені задачі існування тощо. Це може та часто призводить до конфлікту інтересів керівної ланки громадської організації. Результатом стає намагання змінити мету, або змінити керівництво організацією. Тобто, отримуємо пробелматику роботи управлінського персоналу.

Другим ускладнюючим елементом стає відсутності майнового інтересу їх членів (учасників) організації. Більшість керівного складу виконує керівні функції в організації на волонтерських засадах. Їхньою метою стає отримання коштів від проектів, вирішених задач тощо. В разі їх складності, довготривалості керівний склад звертає увагу на свою основну прибуткову діяльність, тим самим надалі погіршуючи стан громадської організації.

Третім ускладнюючим елементом стає соціальна діяльність організації, бо вона потребує активного залучення благодійників, грантів з державного та місцевих бюджетів. Це може провокувати керівництво громадської організації приймати активну участь в перерозподілі та використанні отриманих коштів, в тому числі й для задоволення власних інтересів. Наприклад, при отриманні будь-якою організацією гранту на візит закордон талановитих дітей може бути, що одним з цих дітей стане член сім'ї керівника організації.

Тому, на нашу думку, сучасний кадровий менеджмент громадської організації повинен містити:

- Основні принципи підбору неупереджених керівників;
- Технології відбору суспільно відповідальних осіб;
- Умови беззаперечного вивільнення з керівного складу людини при певному переліку здійснених нею порушень та процедуру цього процесу (особливо для вищого керівництва організацією);
- Критерії перевірки розуміння потенційним керівником організації її місії та задач;
- Оцінку здатності керівного складу організації поєднувати власні інтереси з суспільними та ін.

Вирішення поставлених питань дозволить частково зменшити складності в організації та функціонуванні кадрового менеджменту суспільної організації.

Федорів А.В.

МІСЦЕ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ В РЕАЛІЗАЦІЇ МІСІЇ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Громадські організації та спілки мають велике розмаїття ідей для створення. Ми розглянемо організацію, що поєднує ідеї з фінансами для їх реалізації. Вона має місію: «Ми з'єднуємо людей, територіальні громади, організації, що мають приголомшливі ідеї, з людьми і організаціями, що володіють великими можливостями: фінансовими, інформаційними, адміністративними та громадськими, з метою реалізувати ці ідеї. Від успіху кожного - до успіху загальному». На наш погляд, для реалізації місії та забезпечення проектів інвестиціями або (що є значно кращим для розробників) благодійними внесками громадська організація повинна, на наш погляд, напрацьовувати базу даних, що одночасно містить два великих блоки: перелік проектів (за тематикою) з орієнтовними потребами на їх доопрацювання та впровадження з одного боку та перелік компаній, що зацікавлені в певній тематиці наукових новацій. Бо більш вірогідним є отримання інвестицій від спонсорів, що потребують наукових розробок саме їх тематики діяльності, ніж від інших учасників ринку. Однак наявність проекту – це не записка отримання від зацікавлених осіб коштів на його впровадження, навіть за умов прибутковості та швидкого повернення коштів з прибутками. Інвестиційна привабливість в сучасному світі передбачає вміння «продати» проект – так його продемонструвати, щоб в потенційного інвестора з'явилося непереборне бажання отримати саме його. Тому, на нашу думку, для посилення інвестиційної привабливості як окремих складових, так і місії організації в цілому, необхідно активно залучати маркетологів та/або навчати як власних співробітників, так і авторів проектів рекламувати розробки, висвітлювати соціальну значущість процесів їх реалізації, процесів допомоги талановитим проектантам.

Враховуючи, що в сучасних умовах одними з представників інвестування можуть та виступають державні органи, важливим етапом формування бази проектів є виділення тих, що є дійсно суспільно значущими, що забезпечать покращення одного або декількох секторів громадського суспільства. З іншого боку, громадська організація повинна досліджувати питання та проблеми громад та створювати їх «каталог» з тим, щоб мати першочергові «адреси» спрямування запитів на фінансування проектів за державний кошт. В цьому випадку інвестор в особі держави, громади є не менш зацікавленим в реалізації проектів, ніж їх розробники.

Ще одною складовою інвестиційної привабливості в сучасному світі є юридичний супровід проектів та їх фінансування. На сьогодні в Україні існує проблема чіткого визначення прав та обов'язків як інвесторів, так і авторів проектів. Особливо це стосується стадії формування проекту. Захист інвестора від недобросовісного розробника, який може не віддавати готову розробку без додаткової винагороди, може не надавати найбільш значущих складових розробки – це можливі ризики інвестора. Переоформлення інвестором всіх прав власності на себе, не забезпечення умов розподілу прибутків від проекту – це ризики розробника. Тому юридичний супровід з захистом інтересів обох сторін – чинник підвищення інвестиційної привабливості реалізації місії організації.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри Менеджменту Кір'ян О.І.

Чала Д.Д.

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В УКРАЇНІ

Громадські організації користуються сьогодні довірою з боку суспільства.

Участь громадських організацій у вирішенні соціальних проблем українського суспільства насамперед залежить від стану партнерських відносин з владою та від рівню соціальної відповідальності кожного інституту громадянського суспільства за прийняття соціально-важливих рішень.

Соціальна відповідальність – це усвідомлення суб'єктами соціальної держави єдності соціального простору, найвищий прояв гуманізму, свідоме виконання своїх обов'язків перед співгромадянами, суспільством, державою. У феномені соціальної відповідальності домінує моральний компонент, який має бути підкріплений юридичною відповідальністю. На жаль на сьогодні дуже невеликий сегмент громадських організацій, які працюють в Україні, мають на меті своєї професійної діяльності хоч якийсь вплив на прийняття соціально-відповідальних рішень органами державної влади та місцевого самоврядування. У зв'язку з цим розглянемо специфічну класифікацію сучасних українських громадських організацій за критерієм реальної мети та завдань їх створення та діяльності:

1. Громадські організації-сателіти, або припартійні громадські організації, які в своїй діяльності керуються виключно вузько партійними інтересами, є молодіжними брендами партій та фінансуються, відповідно, керуючою партією.

2. Громадські організації іміджеві – це громадські організації, діяльність яких направлена на створення та підтримку певного позитивного, соціально-бажаного іміджу однієї людини (бізнесмена, політика, громадського діяча, який, відповідно фінансує дану громадську організацію), та напрацювання для нього так званого соціального капіталу.

3. Громадські організації – «гранітоїди» – це громадські організації, які конкретно відпрацьовують зарубіжні гранти, тобто кошти зарубіжних благодійних фондів, реалізуючи за певний термін певні проекти, які в більшості носять локальний несистемний характер.

4. Громадські організації – диванні, створюються з конкретної, політичної, а часто з комерційною, метою, яка, на жаль, не завжди є соціально-орієнтованою та відповідає заявленій статутній меті даних громадських організацій.

5. Професійні громадські організації (спілки юристів, лікарів, соціальних працівників тощо) – громадські організації, які за своїми статутами створюються і працюють в інтересах певного кола людей, об'єднаного професійними інтересами.

В Україні відзначається тенденція щодо зниження рівня довіри до громадських організацій, це більшою мірою пов'язане з тим, що більшість цих організацій займається досить не прозорою діяльністю, яка визначається в основному особистою зацікавленістю їх членів у тих або інших діях та носить ситуативний локальний не системний і не тривалий характер.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри Менеджменту Дуднєвої Ю.Е.

Швецова В.О.

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Головним предметом соціальної політики є вивчення соціального буття, бо воно виступає в ролі як суспільний феномен, а також, як практична діяльність для усього людства.

Соціальна політика становить собою заходи соціально-економічної установи (місцеві органи організацій, підприємства, місцева влада тощо) які спрямовані на комфортабельність громадян, тобто від: витрат трудових збережень, підвищення цін на первинні потреби, зникнення безробіття тощо. Соціальна політика вимагає «від себе» певний рівень життя, її сутність виражається в точній кількості та якості споживання, які починаються з "первинних" потреб людей (їжа, одяг, засіб пересування, підтримка здоров'я) і закінчуються найскладнішими потребами (задоволення естетичних, моральних та духовних запитів).

Головне завдання соціальної політики – це забезпечити роботу соціально-політичної системи (формулюючи оптимальне співвідношення неоднаковими формами та методами) для отримання очікуваних результатів. Прикладом цих результатів є: нерівність та зменшення бідності у суспільстві, зростання безпеки, як соціальної, так і економічної, для соціальних працездатних громадян на основі власного бажання, та також уникнення соціального та економічного зниження недієздатних громадян.

Мета соціальної політики полягає в умовах створення розвитку та функціонуванню різних співвідношень (показ сил та можливості людини, соціальна стабільність навколо суспільства тощо). Будь-яка соціально-економічна система може задовольняти цю мету, якщо вона «вийде» з колективної традиції, свого власного економічного розвитку та буде враховувати світосприйняття народу.

Але сама головна мета соціальної політики – це надання допомоги людям, які не можуть подбати про себе.

Головні проблеми соціальної політики держави – це суперечність цілей: скоротити дефіцит бюджету або прагнення забезпечення високих соціальних гарантій та висока ефективність виробництва. Надмірність цілей можна пов'язати з невирішеними проблемами структурних перебудов економіки (безробіття та масова злиденність населення, тривалий спад виробництва, виникнення ситуацій спричинених в адміністративно-командних системах). Проблема недостатності соціальної політики пов'язана зі слабкою ринковою економікою (відсутність традицій) та недовіра населення до державної індустрії.

Для соціального захисту громадян у період переходу може бути два типи впливу: адаптація для працездатних громадян та адаптація «слабкішого» населення.

Отже, соціальна політика вміщає усі сфери життєдіяльності своїх громадян (соціальна, політична, духовна) та регулює взаємини між колективом, громадою, і взагалі зі суспільством. Для розв'язання проблем соціальної політики України, а також для більшого ефекту, треба урегулювати проблеми з економічною та соціальною системою та створити добробут для усіх видів громадян.

Шевченко Г.В.

РОЗРОБКА СТРАТАГІЇ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ В ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Інформатизація суспільства, прогресивний розвиток суспільних процесів, інноваційність підходів в управлінні висувають особливі вимоги до працівників вітчизняних громадських організацій. Проста наявність професійно-кваліфікаційних навичок уже не задовольняє потреб нинішніх об'єднань, , котрі вимагають від працівників швидкого реагування, адаптивності, лояльності та мобільності, готовності відповідати за делегованими повноваженнями, постійного прагнення до професійного зростання, комунікацій, самовдосконалення як особистісних, так і ділових якостей, розвитку трудового й інноваційного потенціалів, а також співробітництва в колективі, соціальної відповідальності, підтримки ділової етики, трудової дисципліни та корпоративної культури. Це обумовлює необхідність випереджального, тобто стратегічно орієнтованого, управління розвитком працівників громадських організацій.

Проблеми стратегічного управління персоналом вивчали як зарубіжні, так і вітчизняні вчені, серед яких – М. Армстронг, І. Ансофф, В. Гриньова, А. Кібанов, Г. Лич, В. Маслов, Г. Назарова, А. Ткаченко, О. Ястремська. Центральне місце в стратегічному управлінні персоналом належить процесу розробки та реалізації відповідної стратегії управління персоналом, оскільки від того, наскільки вдало буде обрано й реалізовано стратегію управління, залежатиме успішне функціонування організації в цілому. Процес розробки стратегії управління персоналом слід проводити з урахуванням впливу факторів внутрішнього середовища, можливих змін, а також результатів аналізу сильних і слабких сторін трудового потенціалу громадської організації. Оскільки сам процес розробки та реалізації стратегії управління персоналом відбувається в межах системи стратегічного управління персоналом, у якій реалізується весь комплекс його функцій, то доцільно виокремити її складові елементи підсистеми: планування персоналу; підбір та найм персоналу (аналіз відповідної інформації щодо персоналу; розробка посадових інструкцій; здійснення його відбору та оцінки; формування й комплектування кваліфікованого штату працівників); профорієнтація та адаптація персоналу (постійна робота з персоналом; створення належних умов для роботи та розвитку працівників; ознайомлення із системою цінностей підприємства); оцінка й атестація персоналу (розробка ефективних методів, критеріїв і принципів оцінки персоналу; оцінка кадрів, проведення атестації; оцінка результатів діяльності персоналу); формування кадрового потенціалу; організація постійної роботи з молодими спеціалістами; розробка науково-практичних основ підбору та розстановки керівних кадрів; мотивація персоналу; розвиток персоналу; управління плинністю кадрів; соціальний розвиток та організаційна культура.

Відзначимо, що під стратегічним управлінням персоналом громадської організації варто розуміти багаторівневий комплексний процес визначення довгострокових напрямів із кадрової роботи та забезпечення досягнення стратегічних цілей організації із метою формування, розвитку й ефективного використання персоналу громадської організації.

Антоненко І.

МОВА ЯК ЗАСІБ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ

Мова професійного спілкування (МПС) - це форма сучасної української літературної мови (СУЛМ), специфіку якої зумовлюють особливості спілкування у виробничо-професійній сфері. Володіння мовою професійного спілкування - це, *по-перше*, знання власне мови професійного спілкування, тобто сформованість мовної компетенції, *по-друге*, - вміння використовувати ці знання на практиці.

Метою професійного спілкування є урегулювання ділових стосунків у державно-правовій та виробничо-професійній сферах життя через організацію, стимул, контроль, реакцію, розв'язання професійних завдань та виробничих ситуацій. В основу МПС покладено сучасну літературну мову. Складниками виразності професійної мови є *інформаційна* (змістова) і *виражальна* (чуттєва – мовна) виразність. Тому вважають, що *виразність* – це ознака структурної специфіки тексту, а не лише слів; вона є ознакою культури мови всіх стилів.

Існують різні форми МПС, які допомагають вийти на будь-який контакт з партнерами, або керівництвом. Форми МПС бувають: *усними, писемними, комунікативними, ідентифікаційними, експресивними, мислетворчими* та інші.

Для більшості професій спілкування складає основу діяльності. Від форми, стилю, спілкування значною мірою залежить ефективні роботи. Навички, уміння і здібності в спілкуванні є одними з основних фахових рис працівника, тому у МПС є поняття *мовної комунікації*. Вона передбачає наявність мовленнєвих умінь, що охоплюють *уміння говорити, слухати, читати і писати*, які визначають мовленнєву поведінку.

Також важливим чинником, що впливає на становлення і розвиток професійної мовної компетенції є *креативність особистості*, яка передбачає собою здатність до творчого розв'язання завдань у будь-якій сфері діяльності і комунікації. Креативні якості індивіда стійкі і забезпечують творчий стиль його мовленнєвої поведінки, *унікальність* результатів професійної діяльності, *продуктивність, готовність до творчих конструктивних перетворень*. Креативні особливості формуються протягом усього життя і залежать від індивідуальних особливостей кожної особистості та пізніше від специфіки галузі, у якій вона працює. Для ефективної професійної діяльності важливі такі креативні якості особистості: *мотиваційно-креативні*(потреба в самореалізації), *емоційно-креативні*(здатність відчувати емоційний фон інших), *інтелектуально-креативні*(різнопланове мислення, інтуїція), та інші.

Терміни «*мова професійного спілкування*» і «*ділова мова*» не тотожні. *Діловою мовою* послуговуються представники різних професій, а *мова професійного спілкування* функціонує в межах певної професійної сфери. Водночас елементи ділової мови і мови професійного спілкування можуть використовуватися паралельно, *наприклад, в офіційних переговорах, ділових бесідах* тощо.

Отже, мова професійного спілкування забезпечує різні комунікативні потреби мовців у професійній сфері. Щоб досягти значних успіхів у професійній діяльності, необхідно досконало володіти мовою професійного спілкування.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Чуєшкової О.В.

Атаев Исмаил

ЯВЛЕНИЯ СИНОНИМИИ И АНТОНИМИИ В ТЕРМИНОЛОГИИ

Язык любого народа – это его историческая память, воплощенная в слове, он на всех этапах развития общества неразрывно связан с жизнью народа, его культурой. В языке и через язык выявляются национальная психология, характер народа, склад его мышления, самобытная неповторимость художественного творчества, нравственное состояние и духовность. По словам Ф.И. Буслаева, «...язык есть неистощимая сокровищница всего духовного бытия человечества».

Значительную часть словарного состава современного туркменского языка составляет терминологическая лексика. Закономерности, присущие развитию общелитературных лексических единиц, в основном характерны и для развития слов терминологического характера. В настоящее время научно-технический прогресс способствует появлению в языке множества новых понятий, что в свою очередь вызывает необходимость вовлечения в терминологическую сферу туркменского языка большого количества общеупотребительных слов. С приобретения словами функций научных терминов начинается новый этап их развития. В туркменском языке основным источником обогащения служит собственный словарный запас.

В научно-исследовательских работах по терминологии туркменского языка рассматривается роль семантического, морфологического, синтаксического способов образования новых слов, а также явление синонимии и антонимии.

Синонимия, как одна из лексико-семантической категории, имеет свои особенности в терминологии. Использование синонимичных терминов в терминологии считается нежелательным, поскольку синонимичность термина способствует появлению разнобоя в употреблении термина в качестве названия научного понятия.

В терминологической системе туркменского языка в синонимические отношения вступают в основном терминологические словосочетания. Зависимым компонентом этих словосочетаний являются в основном качественные прилагательные и существительные, выполняющие функцию определения: *zekimli ses* (гласный звук), *zekimsiz ses* (согласный звук), *iş haky* (заработная плата), *zdhmet haky* (оплата труда) и др. Для терминологии свойственна и антонимия, которая в отличие от синонимии не считается вредной для терминологии, а, наоборот, является одним из важных средств точной номинации понятия. Синонимичные и антонимичные термины семантически связаны друг с другом и это в определенной степени способствует появлению в языке антонимичных пар.

Таким образом, можно утверждать, что лексика представляет собой наиболее открытый и подвижный аспект языковой системы, и туркменский язык в этом плане не является исключением. Его терминология открыта для иноязычного влияния и легко заимствует множество терминов. В условиях интеграции различных наук и тенденции к интернационализации терминологии туркменский язык зачастую использует для номинации новых понятий и реалий заимствованные слова в основном из русского языка.

Ачилова Огулджохан

ПАТРИОИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ТВОРЧЕСТВЕ МАХТУМКУЛИ

Термин «мотив» впервые появился в XVIII веке как термин музыкальный, однако быстро прижился в литературоведческом лексиконе, и теоретики немецкого романтизма (начало XIX века) уже активно им пользовались. Однако подлинно научное значение он приобрел после фундаментальных исследований выдающегося русского филолога А. Н. Веселовского, который создал стройное учение о зарождении и взаимопроникновениях разных элементов художественного сознания в любых – даже очень несхожих культурах. Применяв этот метод к исследованию мировых сюжетов, Веселовский предложил вычленять мотивы – простейшие, далее не членимые повествовательные единицы. Этим определением мы будем руководствоваться в нашей работе.

Имя Махтумкули свято для каждого туркмена. По словам венгерского ученого А. Вамбери, туркменам Махтумкули «...представляется как чудотворец, который постиг все книги, все науки мира... Книга его еще долго будет у туркмен занимать первое место после Корана». Народный поэт жил в тяжёлое время, когда жестокий завоеватель иранский шах Надир неоднократно опустошал Среднюю Азию, Афганистан, Индию и Кавказ. Эти события не могли не отразиться в его творчестве. Мотив свободы – главный в творчестве великого Фраги. Немало путешествовавший, знавший восточные языки и обычаи, он своими глазами видел последствия опустошительных походов. А нападение других врагов, кизылбашских разбойников, схвативших Махтумкули и его родичей, стало причиной его личного горя:

Ты прав Махтумкули; везде раздоры,
Повсюду люди затевают споры...

И великий поэт стал проповедником объединения всех туркменских племён:

Единой семьёю живут племена,
Для тоя расстелена скатерть одна.
Высокая доля Отчизне дана,
И тает гранит перед войсками Туркмении.

Основной лейтмотив в поэзии Махтумкули, возвеличивший его в глазах соотечественников, – это призыв к созданию могущественного государства:

Здесь братство – обычай и дружба – закон
Для славных родов и могучих племён,
И если на битву народ ополчён,
Трепещут враги пред сынами Туркмении.

Мысли об устройстве счастливого и справедливого государства никогда не покидали Махтумкули, немалое место уделял он вопросам патриотизма и любви к родному народу. Народный певец свято верил:

Куда бы дороги туркмен ни вели,
Расступятся горные кряжи земли,
Потомкам запомнится Махтумкули:
Поистине, стал он устами Туркмении.

Бавріна С.

ЧИСТОТА МОВЛЕННЯ І ЗАГАЛЬНА КУЛЬТУРА ЛЮДИНИ

Мова є найважливішим засобом людського спілкування та інтелектуального розвитку особистості, безцінною і невичерпною скарбницею культурного надбання українського народу.

Актуальність дослідження зумовлена появою фактів у засобах масової інформації, зокрема в пресі, які свідчать про те, що багатьох людей цікавить лише економічне питання, а мовне їх зовсім не хвилює. На жаль, вони не розуміють, що не можна витягти країну з економічної кризи без об'єднавчої для переважної кількості населення національної ідеї, адже економіка і культура – це як два крила для птаха, що хоче злетіти. Те, що відбувається сьогодні у суспільному житті України, робить відбиток у душах як старшого, так і молодшого покоління. Тому постають питання: Чи варто взагалі обговорювати мовне питання? Чи єднає нас мова, чи роз'єднує? Чи впливає мова на загальну культуру людини? Чи впливає мова на процес державотворення?

Найважливішою особливістю сучасної української мови є її чистота, а це означає, що значення і вживання слів, вимова, правопис, а також утворення граматичних форм підкоряються загальноприйнятому закону.

Чистота мовлення як одна з його комунікативних ознак досягається тоді, коли мовлення нормативне і всі його елементи (фонетико-орфоепічні, лексичні, фразеологічні, граматичні, стилістичні) є літературними.

Тому основною метою роботи є характеристика такого поняття як «чистота» мови, а також детально аналізуються різноманітні порушення чистоти мови (росіянізми, жаргонізми, варваризми, діалектизми, просторіччя).

Завдання лінгвістичного дослідження:

1. Довести, що українська мова – невід'ємний державний атрибут;
2. Дослідити наявність в українській мові русизмів, жаргонізмів, діалектів, різних говірок, варваризмів, порушень мовних норм тощо;
3. Показати негативний вплив стилістично-маркової лексики на культуру мовлення людини;

Об'єкт дослідження – явище поширення в українській мові невластивих їй включень, порушення мовних норм.

Предметом дослідження є мова, чистота мовлення – як частина загальної культури людини, навіть усієї нації, адже основними ознаками народу є національна культура, специфічні риси національної психіки і, звичайно, мова.

Дослідження показало, що студенти вживають такий різновид ненормованої лексики, як жаргонізми: специфічні слова, властиві якійсь соціальній групі людей. Наприклад: зрізатися на екзамені, пара – двійка, кайф – задоволення, хвіст – академічна заборгованість. Мешканці досліджуваного селища Хорошеве й інших населених пунктів Харківського району вживають таку ненормовану лексику: росіянізми, жаргонізми, сленгізми, просторічні слова й варваризми.

Отже, проведене дослідження довело необхідність «боротьби» за чистоту української мови.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Чуєшкової О.В.

Галицька М.

ХАРКІВ ЯК ОСЕРЕДОК НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ВІДРОДЖЕННЯ СЛОБОЖАНЩИНИ У ХІХ СТ.

За перші два десятиліття ХІХ ст. значно активізувалося культурне і наукове життя у Харкові. Значення і роль Харкова у становленні нової української літератури, у розвитку науки в Україні того часу виходили за межі провінційного губерньського міста. Видатний критик В.Г. Белінський відзначав, що Харків у порівнянні з іншими губерньськими містами і за кількістю населення, і за красою є столицею України.

Значення Харкова у першій половині ХІХ ст. як культурного і наукового центру було обумовлене низкою причин. На території Слобідської України був великий відсоток незакріпаченого селянства і це стимулювало розвиток приватного землевласництва, промисловості, ремесел, торгівлі. Порівняно швидко тут проходить формування капіталістичних відносин. У цей час Харків виступає як один з найважливіших економічних і торговельних центрів тогочасної Російської імперії. І саме це місто стає головним осередком українського національно-культурного відродження на першому його етапі – академічному.

Відкриття у 1805 р. Харківського університету стало знаменною подією і мало важливе значення для становлення міста як культурного центру України. З самого початку його діяльності там існувала друкарня, в якій за перші десять років було видано половину всіх книг, надрукованих в Росії. Харківський університет став головним культурно-просвітницьким осередком, який дав старт багатьом починанням у галузі української науки і культури. Діяльність освічених верств суспільства поширюється на всі сфери культурного життя - історію, етнографію, літературу, мовознавство, мистецтво.

У справі збирання фольклорної спадщини, звернення до історичного минулого і сучасного народу, піднесення української мови одними із перших стали представники харківської школи романтиків, до якої відносять І. Срезневського, Л. Боровиковського, А. Метлинського, М. Костомарова та інших. У 1831 р. було видано перший літературний доробок романтиків «Украинский альманах». Також видатним представником української культури першої половини ХІХ ст. був Г.Ф. Квітка-Основ'яненко. Його твори являють собою своєрідну етнографію у художній формі.

Отже у першій половині ХІХ ст. Харків з його університетом посів особливе місце серед культурно-освітніх центрів України. І саме з цим центром було пов'язано становлення історичної науки, формування модерної української літератури.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Щербини І.В.

Долженко А.

МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ

Мова, як інструмент здобуття знань, як засіб життєдіяльності людини має велике значення для всіх. Через спілкування відбувається навчання й виховання, засвоєння різних форм соціального досвіду, норм і правил поведінки, традицій і звичаїв. Культура говоріння тісно пов'язана з мовленнєвим етикетом, тобто з правилами спілкування між працівниками.

Доцільно розрізняти три близькі, але не однакові за обсягом і змістом поняття – «мовний етикет», «мовленнєвий етикет», «спілкувальний етикет». Мовний етикет – це набір засобів вираження, а мовленнєвий етикет – це вибір цих засобів, та їх використання у процесі спілкування.

Професійне мовлення – це розмовно-літературне мовлення яким користуються в процесі виконання службових обов'язків. Мета професійного спілкування – регулювання ділових стосунків у виробничо-професійній діяльності через розв'язання професійних завдань.

Разом з піднесенням рівня знань представників різних професій підвищуються і вимоги до мови. Щоб бути зразковим, мовлення має характеризуватися такими найважливішими ознаками: правильністю, змістовністю, послідовністю, багатством, точністю, виразністю, доречністю та доцільністю.

Процес формування професійної культури мовлення складається з таких основних компонентів:

Засвоєння професійної лексики і термінології фаху;

Формування вмінь сприймання, відтворювання і створення фахових текстів;

Моделювання мовленнєвих ситуацій, які виникатимуть у майбутній професійній діяльності;

Боротьба з мовленнєвою неохайністю в спілкуванні.

Кожна ситуація потребує певних мовних засобів. Для того, щоб ділове спілкування було ефективним, важливо, щоб його учасники обов'язково зверталися один до одного на «Ви». Таке звертання — необхідний інструмент підтримання нормальних службових відносин і трудової дисципліни в колективі.

Формули спілкування, вибір яких є дуже важливим в етикетному мовленні:

Привітання;

Знайомство;

Прохання;

Привітання з певної нагоди;

Згоди, підтвердження;

Співчуття;

Пропозиції, поради;

Конструкції побажальної модальності;

Прощання.

Отже, правила й вимоги етикету є обов'язковими для кожного, бо сприяють створенню здорового морально-психологічного клімату й піднесеного настрою.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Чуєшкової О.В.

Дурдыева Говхертач

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУРКМЕНСКОЙ НАРОДНОЙ СКАЗКИ

Богато и разнообразно народное творчество туркмен. Фольклор до недавнего времени был основной формой поэтического творчества. Широкое распространение имели песни – колыбельные, любовно-лирические, девичьи, плачи, а также поэтические сказания (среди них наиболее крупное – героический эпос «Гёроглы») и дастаны (дестаны) – поэтические романы. Все эти виды народного творчества имели в основном стихотворную форму, многие из них были положены на музыку. Даже загадки, пословицы и поговорки звучали как стихи или как ритмическая проза.

Особенности быта народа, одним из основных занятий которого было пастбищное скотоводство, связанное с медленными передвижениями на огромных пространствах и остановками, когда люди коротали время как могли, а также и то обстоятельство, что туркмены в прошлом почти все были неграмотны, определили и самый факт широкого развития сказочного творчества, и самобытный характер туркменской сказки. Конечно, сказки рассказывались не только пастухами и не только во время остановок торговых караванов, они рассказывались в городах, где на базарах в чайханах собирались люди, в домах и юртах жителей селений, особенно в кругу женщин, стариков и детей. Перекочевки с одного места на другое, встречи с людьми иных национальностей, а еще в большей степени – историческая судьба народа, с XVI и по XIX в. связанная с историей Ирана, благоприятствовали процессу взаимного обмена сказочными сюжетами.

Во всех туркменских сказках есть одна общая черта. Это более или менее отчетливо звучащий мотив назидания. Он замечен и в сказках о животных («Баран и волк» и др.), в волшебных сказках («Советы старого отца», «Щедрый и Скупой», «Сын пастуха», «Умный дайхандин») и особенно ясно звучит в бытовых сказках («Правдивый юноша», «Изгнанный везир», «Девяносто мешков» и др.). Герои сказок бескорыстны (всегда отказываются от награды), миролюбивы (не хотят нападать даже на дэва, когда он спит), склонны к прощению (не всегда чинят расправу над своими обидчиками, не желая уподобляться им), неизменно почтительны со старшими. Жестокость в сказках всегда связана только с возмездием. Бай поплатился всем, потому что был бесчеловечен («Как три брата нанимались в батраки»), рабыню и всю ее семью постигло возмездие за обман и коварство по отношению к несчастной героине («Две сестры»). Замечательна связанность туркменских волшебных сказок с жизнью и бытом народа. О чем бы в них ни говорилось: о городе китайского «падишаха» или о какой-нибудь вымышленной стране, куда героя сказки забросила судьба, – всюду неизменно будет присутствовать упоминание о пустынях и безлюдных степях, о горах и долинах, о ветрах, пыльной буре, одиноких чинарах, о караван-сараях и мечетях. Мораль сказки часто выражена пословицей, например: «Не поджигай – обожжешься, не копай – сам упадешь» («Сын пастуха»), или: «Огонь сначала на себе испробуй; не обожжет – тогда уж на другом» («Как три брата нанимались в батраки»), или: «С сильным не борись, с быстрым не беги наперегонки» («Дыни в подарок»).

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Ротової Н.В.

Жадан В.

ПУБЛІЧНЕ МОВЛЕННЯ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

Публічне мовлення становить собою один із жанрових різновидів мовленнєвої діяльності, досить своєрідної за своєю природою, місцем серед інших видів мовлення, а також за своїми якісними характеристиками. Йому притаманні такі форми:

1) Писемно-усна форма публічного мовлення передбачає попередній запис матеріалу на письмі.

2) Книжно-розмовна форма публічного мовлення характеризується впливом на мисленнєво-мовленнєву діяльність слухача з метою переконання й спонукання його до відповіді чи дії.

Залежно від змісту, призначення, форми чи способу виголошення, а також обставин публічний виступ поділяється на такі жанри як доповідь, промова, бесіда тощо. Вступ є необхідною частиною навіть найстислішого виступу. Він містить кілька речень, за допомогою яких оратор має привернути увагу слухачів, сформулювати та пояснити свій задум і підготувати підґрунтя для сприйняття того, про що йтиметься в розмові. Бажано, щоб оратор-початківець хоча б стисло відобразив ці моменти виступу в конспекті. Слід пам'ятати: якщо завершення має стосуватися суті порушеної у виступі проблеми, то вступ повинен стосуватися слухачів. Саме роблячи вступ до виступу, необхідно зацікавити аудиторію, завоювати її симпатії. Оратор не повинен говорити, що не мав можливості підготуватися як слід, що в нього недостатньо досвіду тощо. Слухачі не хочуть спілкуватися з маленькою і слабкою людиною, неспроможною приховати свій страх. Вони бажають чути компетентного і впевненого в собі оратора. Вступ не повинен бути надто серйозним, надто сухим і надто довгим. Ще оратори Стародавнього Риму рекомендували вже у вступі привернути увагу слухачів приємними для них речами. Що краще знає оратор свою аудиторію, то вдалішим буде початок.

На початку доповіді слід забезпечити контакт з аудиторією та оволодіти її увагою, навести цікавий приклад чи показові статистичні дані, або зачитати афоризм. Під час доповіді слід: підтримувати зоровий контакт зі слухачами; намагатися передати головний зміст доповіді своїми словами; змінювати темп і тональність мовлення; до записів заглядати відкрито, але не демонстративно; не зловживати іншомовними словами і незнайомими термінами; уникати вживання слів-паразитів; незнайомі, незрозумілі для слухачів терміни, абстрактні поняття треба пояснити; не боятися дивитися на слухачів; не заповнювати паузи різними звуками, як-то: «е-е-е», «ну...».

Отже, підбиваючи підсумок всього сказаного вище, наголошуємо на такому. Перед промовою потрібно добре підготувати текст, не заучуючи його, не хвилюватися, знати, що ти бажаєш донести до слухачів. Контролювати свою мову і жести, вміти переконувати людей. Цих навичок важко досягнути, але можливо.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Чуешкової О.В.

Зінчук Г.

КОНФЛІКТИ І КРИЗИ В СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ

Політичний конфлікт – це протиборство різних соціально-політичних сил, суб'єктів політики в їх прагненні реалізувати свої інтереси і цілі, пов'язані, насамперед, із боротьбою за здобуття влади, її перерозподіл, зміну свого політичного статусу, а також з політичними перспективами подальшого розвитку суспільства.

Суб'єкти політичних конфліктів: індивіди, малі й великі соціальні групи, організовані в соціально-політичні організації та рухи.

Основа політичних конфліктів: глибокі розходження між різними політичними системами, державами, партіями, політичними лідерами, основу яких складає відмінність, неспівпадіння, а часом і непримиренність різних політичних орієнтацій.

Найпоширеніші типи конфліктів в політичній науці:

Конфлікт цінностей (зіткнення різних ідеологічних концепцій, розбіжності між якими виступають основними передумовами конфлікту (ліві – праві, ліберали – консерватори)).

Конфлікт інтересів (зіткненням політичних та соціально-економічних інтересів, які призводять до конфлікту між владною правлячою верхівкою та широкими верствами населення).

Конфлікт ідентифікації (простежується при вирішенні питання щодо визначення громадянином тієї чи іншої країни своєї етнічної та громадянської належності).

Конфлікти по своїй природі: глобальні, регіональні, міждержавні, внутрідержавні, місцеві, міжпартійні та внутріпартійні, міжособистісні.

Функції конфліктів:

- негативні конфлікти (створюють загрозу ліквідації наявної політичної системи, негативно впливають на авторитет і функціонування влади, є життєво небезпечними для учасників конфлікту).

- позитивні конфлікти (дають можливість природним шляхом підтримувати динаміку суспільно-політичного життя, що призводить до поновлення і творчої модернізації політичної системи; допомагає зняти напругу в суспільстві, досягти внутрішньо-групової згуртованості; знайти союзників, які здатні підтримати і посилити конфліктуючу сторону; стимулювати свою активність, творчість, домогтися соціальних змін).

Отже, політичний конфлікт – це форма політичного процесу, що характеризується зіткненням різноспрямованих політичних сил з метою реалізації їх інтересів в умовах протидії.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Кашаби О.Ю.

Карпова К.

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У МОВЛЕННЄВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У свідомості суспільства, особливо чоловічої половини, існують стереотипи, які заважають реалізації ідеї гендерної рівності в діловій сфері. Стереотип виступає реальним засобом відтворення певного типу гендерних відносин, оскільки на мовленнєвому, ментальному і поведінковому рівні фіксує “очікування” соціуму і нормативну відповідь індивіда. Стереотипи проявляються в усіх сферах життя людини: самосвідомості, міжособистому спілкуванні, міжгруповій взаємодії. Гендерні стереотипи визначають статусні характеристики чоловіків та жінок, закріплюючи домінуюче становище чоловіків і дискримінаційні практики щодо жінок.

В Україні саме жіночі професії частіше невисокого соціального статусу. Простежується така тенденція: чим вищий соціальний статус професії або посади, тим частіше її назва вживається в чоловічому роді, напр.: професор, декан, доцент, ректор, мер, депутат.

Гендерні особливості в процесі мовної комунікації значною мірою залежать від психічного складу, характеру професії, соціальної ролі досліджуваних. Як показала практика, переважна більшість жінок у мовній комунікації дотримуються стилю співробітництва, а чоловіки – конкуренції, відповідно кожен з них використовує специфічні способи комунікації: жінки, як правило, дотримуються по черговості мовлення, чоловіки тяжіють до самоствердження, встановлення домінування. Розрізняють відповідно й стилі мовлення чоловіка й жінки: мовлення чоловіка більш стримане, вони обдуманно підбирають для свого висловлювання іменники та прикметники. Мовлення у жінок характеризується витонченістю слів, насиченістю експресивно-забарвленої лексики.

Як стверджують психологи, лінгвісти, стиль спілкування жінок і чоловіків найяскравіше репрезентується в діловій та професійній сфері. Чоловічий стиль спілкування зорієнтований на систему домінування. Для них найважливішою є інформація, результат, факти, цифри, для них тільки одна відповідь правильна. У той час коли жінки репрезентують демократичний стиль спілкування: колегіальне прийняття рішень, заохочення активності учасників комунікативного процесу, що сприяє зростання ініціативності співрозмовників, кількості нестандартних творчих рішень. Для зображення вербальної поведінки жінок типовим є підсилення ступеня вияву певної ознаки шляхом таких інтенсифікаторів: дуже, надто, надзвичайно, вельми, сильно, страх (як), здорово, не на жарт, ой! ох! аж он як, тощо. Жінки частіше вживають слова зі значенням невпевненості (мабуть, напевне, певно, очевидно, либонь), а чоловіки демонструють свою незаперечну переконаність (я глибоко переконаний, ясна (звісна) річ, що й казати, зрозуміло).

Отже гендерні стереотипи не дають жінкам і чоловікам можливості реалізувати свій багатий людський потенціал, обмежують права людини і ведуть до гендерної дискримінації. Необхідно докласти величезних зусиль для подолання гендерних стереотипів у суспільній свідомості.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Чуєшкової О.В.

Каюмова Гюльшат

РОЛЬ РОДНОГО ЯЗЫКА В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Многие выдающиеся люди говорили о месте и роли родного языка в жизни человека, так великий киргизский писатель Чингиз Айтматов утверждал, что бессмертие народа – в его языке.

Язык – это средство социального и личностного общения. Язык имеет свои законы, по которым он живет, и эти же законы его ограничивают. Самым загадочным и малодоступным для науки является момент создания того или иного языка. Несмотря на наличие в науке различных теорий происхождения языка вообще и конкретного в частности, вопрос о национальном языке остается загадкой. Образно говоря, между всеми говорящими на определенном языке существует секретный договор, который позволяет им пользоваться языком и выражать самые сложные мысли.

Какова же роль родного языка в жизни человека? Вначале каждый ребенок приобретает навыки владения родным языком, знания которого он совершенствует в течение всей жизни. И в последующие годы жизни, при изучении любого другого языка, базовым остается родной язык, без знания которого изучить иностранный язык невозможно. Даже если человек становится билингом, а второй язык им приобретен, он сохраняет свой родной язык первым, благодаря чему душа наша чувствует себя тепло и уютно; волей-неволей вся гамма эмоций выплескивается на родном языке: гнев, ненависть, энтузиазм, экспрессия. Русский писатель Константин Паустовский сказал: «Родному языку нет цены, он бесценен, как бесценна любовь к отечеству, народу».

Туркменский язык сложился как язык огузов, поселившихся в Приаралье после 8 в. Первый опыт использования собственно туркменского языка в литературе относится к 16 в. (стихи Байрам-хана). Первый памятник старого литературного туркменского языка – Родословная туркменов Абулгазихана (17 в.); к 18–19 вв. относится расцвет туркменской поэзии (Азади, Махтумкули, Сеиди, Зелили). С именем Махтумкули связано сближение письменного языка с разговорным. Первые печатные книги на туркменском языке появились в 19 в. Современный литературный язык сформировался на базе текинско-диалекта в начале 20 в. Письменность на туркменском языке до 1928 существовала на арабской, в 1928–1940 на латинской основе, с 1940 – на основе русской графики с некоторыми дополнительными буквами. В 1993 в Туркменистане было принято постановление о переходе с 1996 на латинизированный алфавит.

Человек, предающий свой родной язык, не заботится о будущем поколении. Язык объединяет всех в единую нацию, он цементирует историю, культуру, религию, аккумулирует все духовное богатство народа. Язык народа определяет духовную и культурную ценность, и он сберегает цельность народа. Благодаря языку все его носители составляют единое целое, что создает единое миропонимание и помогает в решении общенациональных проблем. И это единство и целостность делает его сильным.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Ротової Н.В.

Ковальчук А.

РОЛЬ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦЯ

Спілкування являє собою процес взаємодії особистостей і соціальних груп, в якому відбувається обмін діяльністю, інформацією, досвідом, навичками і результатами діяльності.

У процесі спілкування:

- Передається і засвоюється соціальний досвід;
- Відбувається зміна структури і сутності суб'єктів, між якими відбувається взаємодія;
- Формується різноманітність людських індивідуальностей;
- Відбувається соціалізація особистості.

Культурою мовлення важливо володіти всім, хто за родом своєї діяльності пов'язаний з людьми, організовує і направляє їх роботу, вчить, виховує, веде ділові переговори, надає людям різні послуги.

Дослідники виділяють три аспекти культури мови: нормативний, комунікативний і етичний.

Перший, найважливіший аспект – нормативний. Мовна норма – це центральне поняття культури мовлення. Культура мови, перш за все, передбачає дотримання норм літературної мови, які сприймаються його носіями, що говорять або пишуть, як «ідеал», зразка. Норма є головним регулятором мовної поведінки людей.

Другою важливою якістю культури мовлення є комунікативна доцільність – це вміння знаходити, у мовній системі висловлення конкретного змісту в кожній реальній ситуації мовного спілкування адекватну мовну форму. Вибір необхідних для досягнення даної мети і в даній ситуації мовних засобів – основа комунікативного аспекту мови. Комунікативна доцільність як критерій культури мовлення стосується як форми вираження думки, так і її змісту.

Етичний аспект культури мови наказує знання і застосування правил мовної поведінки в конкретних ситуаціях таким чином, щоб не принизити гідності учасників спілкування. Етичні норми спілкування передбачають дотримання мовного етикету. Мовний етикет являє собою систему засобів і способів вираження відносини спілкування один до одного. Етичний компонент культури мовлення накладає сувору заборону на лихослів'я в процесі спілкування та інші форми що ображають гідність учасників спілкування або навколишніх людей.

Отже, у професійній культурі спілкування стає особливо високою роль соціально-психологічних характеристик мовлення, таких як відповідність мови емоційного стану співрозмовника, ділова спрямованість промови, відповідність мови соціальним ролям.

Курбель Юлія

ДО ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІФОЛОГІЧНОГО АСПЕКТУ ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ

Міф як феномен сьогодні привертає увагу до себе літературознавців, філософів, культурологів. Даючи йому нові визначення, намагаючись з'ясувати його нові форми втілення і можливості, дослідники шукають його присутність у мистецьких творах. Як особливе світовідчуття міф служить глибинною підвалиною літературної творчості, що, в свою чергу, сприймається однією з його можливих маніфестацій. Міф органічно входить у творчий процес і розглядається як один із засобів творення художньої моделі світу.

Дослідження міфопоетичного підґрунтя творчості письменниками вимагає роз'язання питання сутності міфу в сучасному літературознавстві, його властивості та функції, чи має суттєві відмінності традиційне й сучасне міфотворення.

Поняття “міф” у сучасному літературознавстві є багатозначним і застосовується з різною смисловою наповненістю – від “священної традиції” до “ілюзії”. Так, один із найвидатніших дослідників міфу М. Еліаде вважає, що не існує такого визначення міфу, яке приймалося б усіма вченими і в той же час було доступне неспеціалістам, бо міф є однією з найскладніших реальностей культури.

Репрезентанти численних наукових шкіл розглядають міф у різних аспектах: представники порівняльного методу в дослідженні міфології Я.Грімм та М.Мюллер вивчали міф передусім як потужний творчий художній потенціал; З. Фрейд розглядав міф як одну з форм сурогативного здійснення бажань, тоді як К.-Г. Юнг вбачав головним у міфі людський досвід, що має неперехідну цінність; представники антропологічної школи Е. Тайлор і Дж. Фрезер досліджували психопрагматичні функції міфу; як один із літературних жанрів вивчав міф Р. Чейз та Н. Фрай; для представників Кембриджської школи Е. Чемберса, Дж. Уестона, Дж. Харрисона міф – це передусім ритуальний текст; Е. Кассіерер звертав увагу на символічність міфів; О.Лосєв, автор теорії міфопоетизму, досліджував міф як первісну ідеологію; для домінуючої в XX столітті семіотично-структуралістської школи (К. Леві-Стросс, А. Греймас, Р. Барт, Ю. Кристева – Франція; Ю. Лотман, З. Мінц, І. Чернов – Тарту; В. Топоров, В'яч. Іванов, Б. Успенський – Москва) міф – це сукупність знакових систем, універсальна комунікативна система.

Ще один варіант тлумачення міфу пропонує “Літературний енциклопедичний словник”: “Міф – найдавніше сказання, що є неусвідомлено-художньою оповіддю про найважливіші явища, про походження світу, про загадку народження дитини й про походження людства, про подвиги богів, царів та героїв, про їхні поєдинки й трагедії”. Р. Барт вважає, що “... міф – це комунікативна система, повідомлення. Отже, міф не може бути річчю, концептом або ідеєю; він являє собою один із способів означування; міф – це форма”.

Отже, наведені визначення переконливо свідчать, що в сучасному літературознавстві стосовно поняття “міф” залишається більше питань, ніж відповідей.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Ротової Н.В.

Лотоцька Є.

ГЕНДЕРНОЧУТЛИВА МОВА В УКРАЇНСЬКІЙ КАРТИНІ СВІТУ

Сучасні науковці не лише розрізняють, а й чітко протиставляють два поняття: стать (англ. sex) як сукупність анатомофізіологічних ознак організму, що забезпечує відтворення нащадків і дає змогу розрізняти чоловічі й жіночі особини; гендер (англ. gender – рід) як соціально-рольовий статус, соціальні можливості людини (жінки чи чоловіка) в усіх сферах життєдіяльності, в освіті, у професійній діяльності, у доступі до влади, у розподілі сімейних ролей, у репродуктивній поведінці тощо.

Мова, з одного боку, віддзеркалює все те, що відбувається в суспільстві, з іншого, вона сама здатна формувати його ментальність; структура мови визначає мислення і спосіб пізнання реальності. Загальновідомо, що те, як у мові представлені чоловіки та жінки, впливає на ставлення в суспільстві до статей. Також мова відіграє основоположну роль у формуванні свідомості та системи цінностей кожної особистості. Таким чином, не вважаючи поняття «гендер» суто лінгвістичною категорією, актуальним і доцільним є дослідження мови й мовлення з огляду на відображення в них гендерної проблематики.

Однією з ключових тез гендерної лінгвістики – нового мовознавчого напрямку – є така: мова не встигає перебудовуватися слідом за реальним зростанням суспільного значення жінок у сучасному світі, тому потребує певного реформування в рамках відповідної мовної політики. Ужиті заходи мають назву мовного планування, унаслідок якого має утворитися мова, для номінації якої сьогодні пропонують багато термінів: гендернопаритетна мова, несексистська мова, гендерноінклюзивна мова, гендернонейтральна мова, лінгвістична рівність статей, інклюзивна мова, недискримінаційна мова, позитивна мова, неупереджена мова, гендерночутлива мова, гендернонеупереджена мова, неієрархічна мова тощо.

Шляхами творення гендерночутливої мови науковці вважають стратегії фемінізації та нейтралізації. Перша полягає в реформуванні мови шляхом послідовного вживання фемінітивів, друга – у нейтралізації граматичного роду, зокрема, завдяки збірним поняттям, словам спільного роду тощо. Обидві стратегії реалізуються таким чином:

- використанням наявних і творенням нових фемінітивів;
- одночасним використанням паралельних форм і жіночого, і чоловічого роду;
- використанням збірних іменників та описових конструкцій.

Отже, творення гендерночутливої мови – не абстрактна мета, а важливе завдання. Його розв'язання – довгостроковий процес, у межах якого всі культурні, соціальні, політичні й економічні норми зазнають принципових змін. Воно потребує також зовсім нового мислення, коли стереотипні уявлення про жінок і чоловіків не обмежують свободи їхнього вибору для представників обох статей. Забезпечення на практиці рівних прав і можливостей, рівного доступу до ресурсів жінкам і чоловікам повинно стати важливим і рішучим кроком уперед на шляху розбудови демократичного суспільства в Україні. Наша мова має багату дериваційно-номінативну систему, використовуючи яку, можна створити гендерночутливу мову, яка стане органічним складником сучасної української літературної мови. Треба лише сприяти цьому.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Чуєшкової О.В.

Макоссо Рашилд Аспел Жюниор

РОЛЬ АФРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРЫ В РАЗВИТИИ ЗЕМНОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

Африка была родиной многих самобытных культур и могущественных государств. Но со временем внешние силы – вначале арабы, позже европейцы – стали оказывать на нее все более разрушительное воздействие. Африка – это место, где люди живут, придерживаясь правил быта, традиций и культуры, которые сложились еще несколько столетий назад, дошли до сегодняшнего дня практически в неизменном виде и являются четким руководством в обыденном укладе населения. Жители Африки до сих пор успешно существуют за счет рыбалки, охоты и собирательства, не ощущая при этом нужды и острой потребности в предметах современной цивилизации. Это не значит, что они не знакомы со всеми новшествами цивилизации, они просто умеют обходиться без них, ведя замкнутый образ жизни, не выходя на контакт с окружающим миром.

Вероятно, именно Африка была колыбелью человечества. В ущелье Олдовай (Танзания) найдены кости наших далеких предков и орудия труда, возраст которых специалисты определяют более чем в два миллиона лет.

Почти вся культура Африки опирается на семейство, род и этническую группу. Искусство, музыка и устная литература служат, чтобы укрепить существующие религиозные и социальные образцы. Ориентированная на Запад африканская традиционная культура, под влиянием европейской культуры и христианства, сначала была отклонена, но с повышением африканского национализма, произошло культурное возрождение. Правительства большинства африканских стран значительно способствуют развитию национальных танцев и музыкальных групп, музеев, и в меньшей степени, художникам и писателям.

Нынешний уровень наших знаний позволяет с полной определенностью утверждать, что нигде в Африке к югу от Сахары до рубежа VII—VIII вв. н. э. не сложились общества с антагонистическими классами и что лишь после появления в Северной и Восточной Африке арабов народы субсахарской Африки познакомились с письменностью. Бесспорно, однако, что в разных регионах существовали определенные общности, отличавшиеся теми или иными специфическими чертами материальной и духовной культуры, которые правильнее было бы определять как предцивилизации или протоцивилизации.

Эти, условно говоря, древнейшие цивилизации, сложение которых в общем совпало по времени с переходом к железному веку на всей территории субсахарской Африки, формировались в нескольких главных районах, которые разделяли огромные расстояния, где, по-видимому, сохранялось население, жившее еще на ранних стадиях первобытнообщинного строя.

Археологические исследования последних двух десятилетий убедительно показывают прямую преемственность между этими древнейшими цивилизациями и цивилизациями африканского средневековья – великими державами Западного Судана, Ифе, Бенином, Конго, Зимбабве, суахильской цивилизацией.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Ротової Н.В.

Мірошниченко В.

ХАРАКТЕРИСТИКА КЛАСИЧНИХ ТЕОРІЙ ЕЛІТ

Термін «політична еліта» отримав поширення на початку ХХ ст., хоча ідеї політичного елітизму виникли у глибокій давнині.

Ще в стародавні часи з'являються погляди про ієрархію суспільства. Ці ідеї розглядалися в працях Конфуція, Платона, а згодом – Н. Макіавеллі, Ф. Ніцше та ін. Теоретичне обґрунтування ці погляди знайшли в роботах Г. Моска, В. Парето, Р. Міхельса.

Видатний італійський соціолог і політолог Г. Моска доводив, що будь-яке суспільство неминуче розділяється на дві нерівні за соціальним станом і роллю групи. Г. Моска проаналізував процес формування політичної еліти. Він вважав, що найважливішим критерієм для входження в еліту є здатність людини управляти іншими людьми, організаторські здібності. Це сприяє створенню різноманітних привілеїв, в першу чергу, матеріальних. Але не зважаючи на те, що ця верства суспільства найбільш придатна до управління, не всім її представникам притаманні кращі якості, особливо морального та інтелектуального характеру.

В. Парето наголошував, що світом мусить керувати меншість – еліта, яка наділена особливими якостями: психологічними (спадковими) і соціальними (набутими в процесі соціалізації). Сукупність індивідів, чия діяльність у тій чи іншій сфері відрізняється ефективністю, високими результатами, і становить еліту. Вона, в свою чергу поділяється на правлячу (ту, що бере участь в управлінні) і не правлячу (яка володіє необхідними якостями еліти, але не має доступу до керівництва, через низку бар'єрів, що існують у суспільстві).

Вагомий внесок у розвиток теорії політичних еліт вніс Р. Міхельс. Досліджуючи соціальні механізми, які породжували елітарність суспільства, він наголошував на тому, що у суспільстві діє «залізний закон олігархії» – відбувається неминучий процес олігархізації управління суспільством і формування еліт, оскільки керівництво великими об'єднаннями не може здійснюватися всіма їх членами. Поступово формується керівне ядро, яке виходить з-під контролю рядових членів і підпорядковують політику власним інтересам, дбають в першу чергу про збереження свого привілейованого становища. Рядові ж члени організацій недостатньо компетентні, пасивні і виявляють байдужість до повсякденної політичної діяльності. В результаті будь-якою. Навіть демократичною організацією, фактично править олігархічна, елітарна група.

Типологізувати еліту можна за цілою низкою підстав: за мірою володіння владою та способами її здійснення, за якостями її представників, за характером походження та зв'язку з політичною системою, за способами її формування, за територіальним аспектом тощо.

Підсумовуючи, можемо наголосити, що політична еліта це самостійна, найчисленна соціальна група, яка володіє особливими якостями, займає найвищу позицію в суспільстві й бере безпосередню участь у здійсненні рішень, пов'язаних із використанням політичної влади.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Кашаби О.Ю.

Муссинги Ндилу Абрела Од

ПРОИСХОЖДЕНИЕ НАЗВАНИЯ «АФРИКА»

Африка – второй по площади материк после Евразии, омывается Средиземным морем с севера, Красным – с северо-востока, Атлантическим океаном с запада и Индийским океаном с востока и юга. Африкой называется также часть света, состоящая из материка Африка и прилегающих островов. На континенте расположено около пятидесяти стран.

В 1484 году португальский мореплаватель Диего Као первым из европейцев пересек экватор и доплыл до Южной Африки. Его дело продолжил Бартоломео Диас, в 1486 он впервые обогнул Африку, открыл мыс Доброй Надежды (самая южная точка Африки), попал в Восточную Африку. История Африки изучена неравномерно. В то время как история Северной Африки, особенно Египта, исследована достаточно глубоко, история народов, живущих южнее Сахары, мало известна. Это объясняется прежде всего отсутствием письменности у большинства народов.

Африка закрепила за собой множество необычных религий, самобытную культуру, а также загадочную историю.

Одна из загадок континента – его название. Сегодня существует несколько версий происхождения этого названия.

Слово «афри» стали использовать жители древнего Карфагена по отношению к людям, проживающим неподалеку от города. Термин этот пошел от финикийского «афар», который означает пыль. Впоследствии, после того, как Карфаген стал Римской провинцией, слово было сохранено, но к нему добавили суффикс «-ка». Добавленный суффикс означал «страна». Через некоторое время весь континент был назван именно Африкой.

Согласно второй версии, народ «афри» был назван так от берберского термина «ifri» - пещера, обозначающий пещерных жителей. Провинция Ифрикия, которая возникла на тех местах, сохранила этот корень в своем названии.

Существует ещё несколько версий, которые имеют право на существование:

- название происходит от имени внука Авраама Эфера, потомки которого заселяют Ливию;

- слово «Африка» произошло от латинского «агриса», означающее «солнечный»;

- историк Лев Афинский утверждал, что название страны произошло от греческого слова «αφρη» - без холода. По его словам присоединенный префикс «α-», означающий отрицание, к слову «φρη» обозначает страну, в которой нет холода и ужаса;

- Джеральд Мэсси – египетский поэт решил, что слово «Африка» произошло от египетского «af-gui-ka», что означает «поворачиваться лицом к отверстию Ка». Ка называли энергетическим дублем каждого человека. Таким образом, слово «африка» имеет значение «родина».

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Ротової Н.В.

Сівіцький В.

ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

Проблема шляхів і способів демократичної консолідації в незалежних державах тісно пов'язана із становленням громадянського суспільства. Воно є підґрунтям і виявом свободи, свідченням спроможності демократії формальної перетворитися на демократію реальну.

Під громадянським суспільством розуміють складний комплекс добровільних організацій громадян, що працюють в публічному просторі, діяльність яких спрямована на реалізацію певного спільного блага або законного інтересу. Громадянське суспільство передбачає інституційний складник і не може існувати без нього.

Отже, з одного боку, громадянське суспільство – це царина суспільного життя, в якій люди взаємодіють як рівні і вільні індивіди з приводу реалізації та захисту своїх приватних і суспільних інтересів без участі держави. Саме тому надзвичайно цінним є акцентування соціокультурних впливів мережі громадських асоціацій, зайнятих вирішенням повсякденних справ. Ці організації формують «місцеві і особисті свободи», створюють необхідне для демократії активне соціальне поле, поширюють дух солідарності, терпимості та кооперації, а також створюють ситуацію наявності «пильного громадського ока», що повсякчас слідкує за владою.

З іншого боку, це тип взаємодії, певна модель соціальних організацій, про наявність якої можна судити лише тоді, коли в суспільстві є достатньо розвинена мережа ефективно діючих громадських об'єднань (асоціацій).

Громадянське суспільство в незалежній Україні існує лише на етапі зародку. Відсутність демократичних традицій нашої держави обумовлює той факт, що громадянське суспільство має створюватись на "голому місці".

Слабкість громадянського суспільства в Україні пояснюють такі фактори: 1) невдачі перших кроків демократизації суспільства; 2) значні риси прояву авторитарного характеру правління; 3) ментальність українського народу тощо.

Можна виділити такі перешкоди на шляху до формування повноцінного громадянського суспільства в Україні, як: відсутність середнього класу громадян, бідність широкого загалу, низький рівень політичної культури тощо. Становленню ж інститутів громадянського суспільства сприяють потреби суспільства в реалізації професійних, аматорських та інших громадських інтересів.

Отже, громадянське суспільство в Україні поки що не заявило про себе як центр сили, з яким би мусили рахуватися владні структури, не стало протиположністю владі. Заважають вкорінені у масовій свідомості стереотипи тоталітарного минулого, у тому числі й персоналістські орієнтації більшої частини людей; їх сподівання на те, що порятунок прийде від «сильного лідера» і, як наслідок, – вичікувальна позиція замість громадянської активності. Загалом, можна сказати, що структурні (інституційні) зміни поки що не перейшли на культурний рівень і не сформували особистість, здатну захищати свої власні і суспільні інтереси та бути опорою демократії.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Кашаби О.Ю.

Хидирова Гулширин

СИМВОЛЫ ТУРКМЕНСКОГО НАРОДА

У каждого народа есть свои национальные символы, которые связаны с его историей. Один из них – ахалтекинский конь - национальное достояние и предмет гордости страны. Президент Туркменистана Гурбангулы Бердымухамедов говорит: «Ахалтекинские скакуны – настоящее чудо туркменской земли, крылья души туркменского народа, наша национальная гордость». Эти слова в полной мере отражают отношение туркмен к такому бесценному достоянию, как «райские кони».

История ахалтекинцев, часто именуемых «царскими конями», берет свое начало в глубине веков. С 7-6 веков до н. э. античные историки и поэты упоминают о непревзойденной красоте среднеазиатских лошадей, известных под названием нисейских. Впоследствии они стали больше известны как ахалтекинцы — по названию оазиса Ахал и туркменского племени теке, с давних времен занимавшегося разведением этой породы лошадей. Не удивительно, что сегодня, спустя века, Государственный герб Туркменистана украшает профиль великолепного ахалтекинского скакуна — Янардага, мирового чемпиона породы 1999 года. И неудивительно, что в праздничном календаре Туркменистана появился День ахалтекинского скакуна. Этот праздник проходит на уровне национального и отмечается во всех пяти областях страны одновременно. В ашхабадском регионе торжества начинают скачки. Более 20 участников должны преодолеть марафон в 60 километров. Причем, в отличие от других видов состязаний, здесь победителем становится не тот, кто первым пересек финишную линию. Гораздо важнее привести коня к концу дистанции без травм, в хорошем состоянии и самое главное пульс у лошади не должен превышать 64 удара в минуту.

В Туркменистане конь - равноправный член семьи: бережное и трепетное отношение к коню туркмены пронесли через тысячелетия. Уже в V в. до н. э. "отец истории" Геродот сообщал, что предки туркмен избрали коня символом солнца, так как, по их представлениям, самому быстрому светилу на земле должно было соответствовать самое быстрое животное. Интересно то, что у туркмен есть несколько легенд о происхождении ахалтекинцев верят, что ахалтекинцы произошли от небесных коней. Образ "крылатого коня" присутствует и в туркменских народных эпосах - "дестанах". Коням, как ни одним другим животным в мире, туркмены порой присваивали собственные имена, а не клички. И родившихся у лошадей жеребят называют не иначе, как сыновьями и дочерьми, а позже внуками и внучками, уподобляя их людям. В Центральной Азии туркмены - единственный народ, который не потребляет конину, так как для них это животное - священо. В 1986 году этот неписанный закон был оформлен официально.

В историческом наследии туркменского народа имеется множество свидетельств, доказывающих особую роль коня в жизни государства и общества. Наглядным и неоспоримым источником, по которому мы сегодня можем судить о важности этой роли, служат прекрасные памятники туркменской нумизматики, донесшие до нас из глубины тысячелетий яркие образы коней и всадников, их неразрывное, гармоничное единство.

Шемму Амар

БЕЛЫЕ ПЛЕМЕНА – КОРЕННОЕ НАСЕЛЕНИЕ АФРИКИ

Традиционно Африку называют «черным континентом», но, как ни удивительно, сегодня историки коренным населением Северной Африки считают не негроидных африканцев и даже не арабов, а народы, которые принято называть берберами. Ещё большее удивление вызывает тот факт, что эти народы являются народами Белой Расы, подвергшимися насильственной исламизации в 7 веке нашей эры.

Сейчас берберами называют совокупность множества племён, которые проживают на территории всей северной Африки, от Египта на востоке до Атлантического океана на западе, и от Судана на юге до Средиземного моря на севере, а также в других странах. Численность берберов в мире оценивают по-разному – от 20 до 40 млн. человек. Больше всего их проживает в так называемых странах Магриба, по-арабски – «Там, где закат»: Марокко (племена шильхов, амазихов, рифов – около 9,5 млн. человек), Алжир (кабилы, шауйя, туареги – около 4,3 млн.), Тунисе и Ливии (племя нафуси 210 тыс.), во Франции (1,2 млн. чел.), Бельгии, Нидерландах, Германии, США и Австралии.

Сами берберы никогда так себя не называли, это название им дали другие народы. Есть теория, что якобы появилось оно ещё при римлянах. Выводят его из греческого *barbaros*, либо латинского *barbarus* – «варвар». Так греки, а за ними римляне, называли все народы, культуру и язык которых они не понимали. Считается, что сами себя берберы называют *amazigh*, *amasiyen* (может звучать как амазиг, амазир), что значит «люди» или «свободные люди».

Несмотря на тот факт, что сегодня многие историки изучают берберов и их историю, не существует единого мнения, когда же она началась. Разброс во мнениях достаточно велик – по разным источникам история берберов насчитывает от 3 до 11 тыс. лет. А уж о возможном происхождении этого народа конкретно не говорится нигде. На землях Северной Африки берберы жили задолго до всех известных завоевателей- финикийцев, греков, римлян и тем более, арабов, которые пришли на их земли в 7-8 вв н.э. Последние начали оттеснять коренное белое население вглубь континента в пустынные и горные районы. Берберский язык запрещалось использовать в школах и официальных учреждениях, но, несмотря на это, берберам удалось сохранить свой менталитет, культуру и образ жизни. Возможно, это случилось и потому, что берберы сумели сочетать ислам со своими исконными культами.

К сожалению, берберских источников об их собственной истории и культуре не сохранилось, что неудивительно, учитывая количество завоевателей, которые волнами накатывали на этот древний народ. Каждый завоеватель перекраивал культуру и историю завоёванных под себя. С этой целью максимально уничтожалось предыдущее культурное и историческое наследие народа, имеющего несчастье быть завоёванным. Однако, есть у амазихов и кое-что, не подвергшееся стороннему влиянию, словно застывшее во времени. Это берберская традиционная одежда, украшения и архаичные орнаменты предметов народных промыслов.

Шемму Амар

ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРЫ БЕРБЕРОВ

Сегодня одним из наиболее загадочных народов ученые называют берберов, или амазихов, – белых жителей Северной Африки. Существует несколько десятков гипотез их происхождения. К сожалению, берберских источников об их собственной истории и культуре не сохранилось, что неудивительно, учитывая количество завоевателей, которые волнами накатывали на этот древний народ. Как водится, каждый завоеватель перекраивал культуру и историю завоёванных под себя. С этой целью максимально уничтожалось предыдущее культурное и историческое наследие народа, имеющего несчастье быть завоёванным.

Сейчас практически невозможно говорить о том, какая же культура и мировоззрение было у древних берберов. Слишком много напластований случилось в истории этого народа, который в древние времена вбирал в себя мировоззренческие элементы других народов, как своих соседей, например, нубийцев и египтян, так и народов, которые пришли жить на их землю – финикийцев и греков, и в свою очередь, оказывали влияние на верования этих народов. Они почитали и египетского Сета, Осириса и Изиду, а дали им Нейт – богиню охоты и войны. Кроме того, учёные не могут до сих пор определить, чей же всё-таки бог солнца Амон – египетский или берберский. Настолько важную роль он играл в обоих пантеонах.

Безусловно, на сегодняшний день самый глубокий след в берберской культуре оставил ислам, хотя амазиhi и сохранили некоторые доисламские обычаи культуры. Например, они сохраняют традицию древних аграрных праздников и церемоний, отмечаемые по солнечному, а не по лунному календарю, поскольку связаны с днями зимнего и летнего солнцестояния – днями, важными для сельского хозяйства.

На день летнего солнцестояния амазиhi зажигают костры, ритуально обливаются водой, а в приморских районах происходят массовые купания для умиловствования духов воды и очищения души. Есть у них и священные рощи, и священные деревья, которые они украшают пёстрыми лоскутками, которые выступают в роли разного рода «прошений». Интересно, что новый год они отмечают 13 января каждого года и своё летоисчисление ведут от 950 года до н.э. Однако, есть у амазихов и кое-что, не подвергшееся стороннему влиянию, словно застывшее во времени. Это берберская традиционная одежда, украшения и архаичные орнаменты предметов народных промыслов. Так, национальный костюм состоит из длинной верхней рубахи, вышитой понизу и у горловины, и широкого яркого полотна-юбки, которое обматывается вокруг талии. В вышивке преобладают красные тона.

В дополнение к костюму идут великолепно исполненные традиционные украшения. Красивые, тяжёлые, ручной работы, выполненные только из серебра или сплавов на его основе, берберы не носят золото из суеверий – считают, что оно является металлом дьявола и приносит несчастье. Иногда украшения имеют золотистый отблеск, но это достигается за счёт включения в серебро небольшого количества меди.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Ротової Н.В.

Черниціна Д.

ГЕНДЕРНИЙ КОМПОНЕНТ У СКЛАДІ МОВНИХ ДИСЦИПЛІН

Як зауважується у спеціальних дослідженнях, гендерний компонент відрізняється тим, що будь-яку галузь філології можна розглянути через призму відображення в ній гендерних відносин. Назагал дослідження гендеру в мовознавстві стосується двох груп проблем: 1) мова й віддзеркалення в ній статі; 2) мовна й загальна комунікативна поведінка чоловіків та жінок. Мета вивчення першої проблеми полягає в описові й поясненні того, як позначають в мові наявність людей різної статі, які оцінки приписують чоловікам й жінкам і в яких семантичних областях вони виражені найбільше. Мета вивчення другої проблеми – визначити типові стратегії й тактики, специфічний гендерний вибір одиниць лексики, способи досягнення успіху в комунікації, переваги у виборі лексики, синтаксичних конструкцій тощо, тобто специфіку чоловічого й жіночого мовлення. Основними завданнями компонента є такі: схарактеризувати гендерну проблематику у філології; розкрити основні напрями досліджень гендерної лінгвістики; розглянути механізм сприйняття гендерного аспекту професійного мовлення; визначити, як впливає міжкультурна комунікація на конструювання гендерної ідентичності; формувати гендерну культуру мовлення. Складові компонента: проблеми гендерної лінгвістики; гендерні упередження, спільні для всіх мов; роль гендеру у створенні мовної картини світу; мовний сексизм, або дискримінаційне зображення статей у мові; гендерне прочитання текстів; гендерний аспект сучасної мовної політики; гендерна культура мовлення; мовний аспект гендерних стереотипів у текстах; «чоловіча» й «жіноча» мова; образи чоловіка та жінки в мовній свідомості; гендерні аспекти професійної комунікації; гендерна специфіка міжкультурної комунікації.

На думку науковців, включення гендерного компонента в зміст певної дисципліни має на увазі передусім переосмислення самим викладачем раніше розробленого курсу з позицій гендерного аналізу, акцентування уваги студентів на чинникові статі як важливій соціокультурній умові конструювання гендерної рівності.

В Українській інженерно-педагогічній академії читається низка мовних дисциплін, зокрема УМПС та УФМ. Наведемо кілька прикладів того, як за допомогою цих курсів можна формувати гендерну компетенцію студентів, майбутніх інженерів-педагогів. Так, одним із пунктів, включених до лекцій і обговорюваних на практичному занятті, є питання гендерної культури мовлення. Під час його обговорення лектор/ка пропонує студентам/кам аналіз ключових понять (гендер, сексизм, мовний сексизм, андроцентризм, гендерночутлива мова тощо). Результатом обговорення мусить бути висновок студентства про те, що суспільні відмінності між чоловіками та жінками не мають біологічного походження, не є одвічно даними, а лише набутими, приписаними індивідууму суспільством. Дійти такого висновку допоможуть численні приклади андроцентризму, зокрема використання слів у родовому значенні.

Отже, поступові зміни в гендерній свідомості не лише можливі – вони неминучі. Коли людина вперше задумується, чи насправді те, що видається природним і справедливим, є таким вже й правильним і незмінним – то це і є перший крок до зміни мислення і поведінки.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Чуєшкової О.В.

Янгибаев Мердан

ТУРКМЕНСКИЙ КОВЕР – СИМВОЛ ВЕКОВОЙ СЛАВЫ

По словам главы государства Гурбангулы Бердымухаммедова, туркменский ковер – это зеркало, в котором отразились мечты и чаяния народа, его любовь и нежность. Это написанная языком красок и сердца летопись пройденного предками славного жизненного пути. Наши чудесные ковры – это честь и достоинство Родины, мужественного туркменского народа, это его всемирная слава.

Искусство туркменского ковроткачества зародилось не менее шести тысячелетий тому назад. Древность туркменских традиций изготовления ковров подтверждают многочисленные археологические находки, а также письменные источники, которые рассказывают о необыкновенно красивых коврах из Парфии, которая находилась ранее на территории современного Туркменистана.

«На Востоке дом начинается там, где расстелен ковер», говорит туркменская пословица. Истинность этой поговорки подтверждает история Туркмении. В прошлом туркмены были кочевниками. И каждое ковровое изделие тогда имело практическое значение. Одни ковры служили для утепления жилья, другие заменяли мебель и постель, третьи использовались для перевозки вещей. Искусство ткать ковры передавалось через столетия, от матери к дочери, от внучки к правнучке – из поколения в поколение. Существовали целые семьи, даже села и племена мастеров, прославившиеся своим самобытным искусством.

Туркменские ковры самобытны и не похожи на ковровые изделия других народов ни техникой, ни орнаментом, ни цветовыми решениями. В производстве туркменских ковров особое значение придавалось приготовлению и использованию красок, в частности, темно-красного цвета. Именно тёмно-красный цвет доминирует в туркменском ковре. Этот цвет в туркменской мифологии прежде всего ассоциируется с кровью и огнем. Его символические значения очень многообразны и противоречивы. Красное символизирует радость, красоту, любовь и полноту жизни, а с другой стороны вражду, месть, войну, связывается с агрессивностью.

Надо отметить, что у многих народов красный цвет символизирует юг, пламя и жару. В культурах Азии юг обычно связывался с красным цветом, север – с черным, запад – с белым, а восток – с желтым или синим.

Красный цвет считается мужским цветом, это – цвет жизни. Одновременно он символизирует активность и энергию, динамизм и силу, крепость и решимость, а также любовь, страстность, гнев. Красному цвету приписывались также целительные свойства, способность противостоять сглазу и колдовству.

Ковер в Туркмении, наверное, самыми прочными в мире нитями связан с жизнью, со всем многообразием ее проявлений во все времена. В аулах, кочевьях и городах жизнь течет на ковре, с ковром и по коврам. Узоры туркменских ковров – это беседа с человеком его предков, история его народа, это разговор человека и природы, ибо ковровый орнамент впитал в себя ее образы и символы.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри філософії, українознавства і політології Ротової Н.В.