

«ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Науково-дослідна частина
Наукове товариство
студентів, аспірантів і докторантів
Рада молодих вчених

ЗБІРНИК
наукових праць студентів,
аспірантів, докторантів і молодих вчених

«МОЛОДА НАУКА-2022»

Том IV

«Журналістика та інформаційна, бібліотечна, архівна справа»
«Економічні науки»
«Секції ВСП «Економіко-правничий фаховий коледж
запорізького національного університету»
«Менеджмент, логістика та підприємництво»

Запоріжжя
2022

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Фролов М.О. – ректор ЗНУ;
Васильчук Г.М. – проректор з наукової роботи;
Бєлоконь К.В. – заступник директора з наукової діяльності Інженерного навчально-наукового інституту ім. Ю.М. Потебні ЗНУ;
Болдуєва О.В. – начальник науково-дослідної частини;
Грушева Т.В. – заступник декана з наукової роботи історичного факультету;
Дерев'янко Ю.М. – заступник декана з наукової роботи факультету іноземної філології;
Зубцова Ю.Є. – заступник декана з наукової роботи факультету соціальної педагогіки та психології;
Караулова С.І. – заступник декана з наукової роботи факультету фізичного виховання, здоров'я та туризму;
Ковпак В.А. – заступник декана з наукової роботи факультету журналістики;
Копійка В.В. – заступник декана з наукової роботи біологічного факультету;
Леонтєва В.В. – заступник декана з наукової роботи математичного факультету;
Лепська Н.В. – заступник декана з наукової роботи факультету соціології та управління;
Линенко А.В. – заступник декана з наукової роботи економічного факультету;
Меркулова О.В. – заступник декана з наукової роботи філологічного факультету;
Носик М.О. – відповідальний за наукову роботу ВСП «Економіко-правничого фахового коледжу ЗНУ»;
Олійник О.Л. – директор ВСП «Фахового коледжу бізнесу та харчових технологій ЗНУ»;
Олійник О.М. – заступник декана з наукової роботи факультету менеджменту;
Пелех І.В. – заступник декана з наукової роботи юридичного факультету;
Руднік О.Р. – голова НТ САД ЗНУ;
Чопоров С.В. – голова РМВ ЗНУ.

Збірник укладено за результатами XV університетської науково-практичної конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Молода наука-2022», що проходила 18-22 квітня 2022 року.

Автори публікацій несуть відповідальність за достовірність фактичних даних, чіткість викладу тексту, цитування, а також мовно-стилістичний рівень написання матеріалів.

Збірник наукових праць студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Молода наука-2022»: у 5 т. / Запорізький національний університет. – Запоріжжя : ЗНУ, 2022. – Т.3. – 254 с.

УДК: 001 (06)
М 754

©Запорізький національний університет, 2022
©Автори публікацій, 2022

СЕКЦІЯ «ЖУРНАЛІСТИКА ТА ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА, АРХІВНА СПРАВА»

Артамонова Олександра

студентка 3 курсу фак-ту журналістики

Наук. кер.: канд. філол. наук, доц. Тернова А.І.

ІНТЕРВ'Ю В ТЕЛЕМАРАФОНІ «ЄДИНІ НОВИНИ»

Потреба у спілкуванні та, власне, процесі обміну інформацією була завжди актуальною. Особливо затребуваним є «спілкування наживо» на телевізійних екранах, оскільки глядач може і побачити, і почути інтерв'юйованого. Водночас, аудиторія може спостерігати за невербальною мовою респондента (його мімікою, жестами, рухами тощо). Оприлюднення оперативної інформації на суспільно значимі для громадськості теми «з перших вуст» – це є ключовим у журналістській роботі з дотримання такого стандарту як достовірність.

Інтерв'ю під час війни росії з Україною став найпоширенішим жанром в ефірі українського мовника. Через воєнні дії агресора на території України та низки руйнувань (захоплення) телерадіокомпаній з 24 лютого 2022 р. Суспільний телеканал «UA: Перший» розпочав ведення в телевізійному ефірі цілодобовий марафон «Спецефір Напад Росії на Україну» [1; 2]. З 28 лютого в ефірі Суспільного транслюється телемарафон інших каналів. «Зазначимо, що телеканали «Рада», групи StarLightMedia, InterMediaGroup, TABP «Медіа», ТРК «Україна», 1+1 продовжать мовити в одному телемарафоні оборони #UАразом. Кожен із каналів робить у межах марафону свій слот тривалістю 6 годин» [6].

Кожна медіагрупа цілодобово працює в межах свого ефірного часу і інформує аудиторію про найголовніші події цієї миті шляхом залучення спікерів до прямих ефірів через різноманітні засоби зв'язку. То ж, аби екранна бесіда була змістовною, структурованою та цікавою для глядача, ведучим треба бути добре підготовленим до постановки запитань, знатися на проблематиці, географії дій, подій та іншого. Вони мусять попередньо «вивчити» особистість майбутнього співрозмовника, бути впевненим у правильності передбачуваної лінії поведінки, манери спілкування, аби створити потрібну атмосферу розмови, отримати актуальну інформацію й, водночас, не нашкодити оперативній ситуації на фронті, не створити панічні настрої у суспільстві тощо. Завдання інтерв'ю – повідомити новину, сформулювати чи вплинути на громадську думку. Специфіка тут у тому, що ця новина персоніфікована людиною-спікером, думка якої в силу якихось особливих причин важлива для глядача. Завдання ж ведучих під час спілкування – конкретизувати актуальні аспекти теми, не виходячи за «рамки» загальноприйнятої концепції прямоефірного телемарафону.

Дослідниці особливостей ведення інтерв'ю Н. Семен та А. Шкальова стверджують, що «це один з найцікавіших та водночас найскладніших жанрів журналістики. Це діалог між інтерв'юером та героєм, в якому розкривається певна суспільно важлива тема або особистість героя як така. Головним і єдиним об'єктом інтерв'ю є інтерв'ююваний» [4, с. 81].

Водночас, професор В. Здоровега зазначає, що інформаційне інтерв'ю є одним із найпопулярніших видів інтерв'ю, але його підготовка є доволі складною. <...> Для нього важливими є актуальність, новизна інформації, її компактність та зрозумілість. В інтерв'ю не повинно бути невідомих масовій аудиторії термінів, зрозуміти, що заважають зрозуміти суть розмови [3, с. 215].

І ось у цьому сенсі, залежно від мети отримання інформації від інтерв'юваного, формуються такі різновиди як інтерв'ю-розпитування (метою якого є отримання нової інформації) та інтерв'ю-обмін думками (у центрі якого є обговорення загальнозначущої проблеми) [5, с. 180].

Проаналізувавши загальний формат телемарафону, та окремі його частини, ми визначили, що спосіб подачі інформації – не є класичною формою марафону (коли ведучий/і наживо спілкуються безпосередньо з інтерв'ююваним в студії під час прямого ефіру). Задля зручності та безпеки, кожен розмову проводять у ZOOM-форматі. Так чи інакше, у цьому випадку інтерв'ю, як спосіб отримання інформації зберігає свою самобутність і достовірність інформації з «перших вуст». Крім того, в рамках марафону «Єдині новини», відбуваються інтерв'ю у на відкритих майданчиках (наприклад у Бучі).

Крім типових інтерв'ю, щоденно у телемарафоні з'являються брифінги Президента України В. Зеленського та представників Офісу Президента (Д. Шмигала, М. Подоляка, О. Арестовича, І. Верещук та інших). У такий спосіб надаються роз'яснення щодо нагальних питань, які вони попередньо опрацювали для того, щоб дати повну та змістовну відповідь на теми, які хвилюють аудиторію. Ми визначаємо, що брифінг – це, зазвичай, інформативного захід для ЗМІ, однак в умовах воєнного положення він набуває нового значення.

Отже, інтерв'ю як інформаційний жанр під час телемарафону «Єдині новини» стає головним ефірним компонентом в забезпеченні оперативного інформування українців, в процесі якого повідомляється про той чи інший суспільно значущий факт або явище дійсності.

Література

1. Єдині новини | Разом ми сильні. URL: https://www.youtube.com/watch?v=3PsGt1kraEE&ab_channel=RIVNELIVE (дата звернення: 22.05.2022).

2. Єдині новини. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%84%D0%B4%D0%96> (дата звернення: 28.02.2022).

3. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. Львів : ПАІС, 2000. 268 с. URL : <http://194.44.152.155/elib/local/sk682275.pdf>.

4. Семен Н., Шкальова А. Особливості ведення інтерв'ю у програмах "Рандеву" з Яніною Соколовою на "5 каналі" і "Larry King now" на каналі "CNN", 2020. 87 с. URL : https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2020/may/21689/14_0.pdf.

5. Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю. *Науковий вісник Ужгородського університету. Сер: Філологія. Соціальні комунікації*. 2012. Вип. 27. 179-184 с.

6. Суспільний телеканал «UA: Перший» розпочинає вести в телевізійному ефірі цілодобовий марафон «Спецефір Напад Росії на Україну». URL: <https://stv.detector.media/telebachennya/read/7199/2022-02-27-ua-pershyu-ozpochynaie-v->

Болотов Дмитро

студент 1 курсу магістратури фак-ту журналістики
Наук. кер.: канд. філол. наук, доц. Мірошніченко П. В.

ОГЛЯД ДОСЛІДЖЕНЬ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

На сьогодні публікації, які безпосередньо стосуються гендерної проблематики, посідають вагоме місце серед соціальних досліджень. Особливу увагу саме цьому питанню приділяють дослідники західного наукового світу. Проте подібна тенденція наразі спостерігається і в Україні.

За останні роки ми можемо спостерігати впровадження ініціатив, які покликані активно боротися з гендерною дискримінацією в українському інформаційному просторі [3]. Наприклад, прийнятті зміни до Закону України «Про рекламу» щодо протидії дискримінації за ознакою статі, зазначають правила зображення чоловіків і жінок у рекламному контенті.

Поступова трансформація суспільства та відмова від «традиційного» гендерного світогляду, дає змогу людині проявляти свої професійні навички в будь-якій сфері, незважаючи на гендер. Утім, в етерах українських радіостанцій все ще транслуються стереотипні образи маскулінності та фемінності, які негативно впливають на розвиток гендерного балансу в українському суспільстві. Подібна проблема постає й через те, що українські науковці залишають поза увагою норми дотримання гендерної рівності українськими радіостанціями, натомість фокусуються на дослідженнях телевізійного контенту та реклами. У березні 2021 року, Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення за підтримки Швеції та Національного Демократичного Інституту (НДІ) створили «Гендерний моніторинг каналів телебачення України» [1], у якому предметом дослідження стали гендерні стереотипи, а об'єктом медійна продукція (реклама, новинні передачі, пізнавальні програми, розважальні передачі, інформаційно-аналітичні програми, фільми). У матеріалі порівнюється баланс присутності чоловіків та жінок, їх гендерна роль та прояви дискримінації. Хоча сам

матеріал не стосується радіоіндустрії України, у ньому аналізується звуковий супровід та аудіоряд досліджуваного контенту. Також дослідники дали визначення головних термінів, пов'язаних з гендером [2]:

Гендерна роль – нормативний різновид поведінки людини в суспільстві, що очікується та вимагається від неї як від представника/-ці конкретної статі.

Стереотип – це усталене відношення до подій, вироблене на основі порівняння їх із внутрішніми ідеалами.

Сексизм – це дискримінація людей за ознакою статі. Він може бути в текстах та візуальному представленні даних. Сексистською може бути мова. Її часто називають «мовою ворожнечі», адже вона ображає певні групи людей – жінок та чоловіків.

Мачизм – прояв сексизму у повсякденній культурі, який полягає у наголошенні чоловічого домінування над жінками та зверхньо-зневажливого ставленні до них. Він виявляє себе у хизуванні традиційними ознаками маскулінності, насамперед фізичною силою, демонстративною брутальністю, агресивністю та сексуальною гіперактивністю.

За результатами моніторингу, гендерна нерівність в українському інформаційному просторі зберігається. Окрім сексистського зображення чоловіків та жінок у медійному продукті, аудіоряд контенту наповнений «мовою ворожнечі». Тому актуальність дослідження гендерного балансу на українських радіостанціях зберігається, адже наявні матеріали лише частково розглядають гендерну проблематику крізь призму цього виду ЗМІ.

Література

1. Марценюк Т., Швидченко Д., Синицька А. Гендерний моніторинг каналів телебачення України. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. Київ, 2021. 22 с. URL: <https://www.nrada.gov.ua/gendernyj-monitoryng-kanaliv-telebachennya-ukrayiny-metodologiya/> (дата звернення: 19.05.2022)
2. Оксамитна С. Гендерні ролі та стереотипи / Основи теорії гендеру: навчальний посібник. Київ : «К.І.С.», 2004. С. 157–181.
3. Скорик М. Гендер і ЗМК / Основи теорії гендеру: навчальний посібник. Київ: «К.І.С.», 2004. С. 266–280.

Бутенко Олександра

студентка 1 курсу магістратури фак-ту журналістики
Наук.кер.: канд. наук із соц. ком., доц. Любченко Ю.В.

ГЕНДЕРНА ДИСКРИМІНАЦІЯ В НОВИННИХ СЮЖЕТАХ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

В сучасному медіапросторі все частіше постає питання рівності між чоловіками та жінками. Україна як країна, яка прямує до європейських стандартів у висвітленні новин має дотримуватись політики гендерної рівності

у медіа. В законодавчому аспекті всі громадяни нашої країни є рівними, та часто в медіа існує дискримінація, при чому не лише в прихованій формі. У 2022 році громадська організація «Повага» з AI-платформною медіа-аналітики Semantrum презентувала дослідження українських медіа. В результаті виявилось, що негативних новин щодо гендерного питання у 2,5 рази більше. Основними проблемами в зображенні жінки стала її сексуалізація, мізогінія, об'єктивація, сексизм, стереотипізація жінок та чоловіків. При цьому рівень позитивних новин у регіональних медіа 61%, у загальнонаціональних – 39% [1].

Серед науковців ця тема зараз вкрай актуальна. Її досліджують українські науковці Н. Куравська, О. Уварова, О. Кісь, Т. Марценюк, О. Плахотнік, С. Оксамитна, М. Ткалич та ін. Серед закордонних досліджень варто згадати праці К. Коффмана, К. Екслі, М. Нідерле, Н. Крігера. На сьогодні нема єдиного визначення поняттю «гендерна дискримінація». Більш вживаними є поняття «гендерна нерівність» або «дискримінація за ознакою статі». Словник «Сучасне гендерне мислення» дає таке визначення: «гендер – це змодельована суспільством та підтримувана соціальними інститутами система цінностей, норм та характеристик чоловічої та жіночої поведінки, стилю життя та способу мислення, ролей та відносин між жінками і чоловіками, набутих ними як особистостями в процесі соціалізації, що насамперед визначається соціальним, політичним, економічним та культурним контекстами буття» [3]. У своїй роботі «Гендерні аспекти реклами: сексизм як негативний чинник формування гендерних відносин в Україні» О. Кісь зазначає, що гендерна дискримінація пронизує практично усі сторони життя патріархального суспільства, закріплюючи владно-підлеглі відносини поміж чоловіками і жінками [2].

Однією з сучасних проблем нерівності між чоловіками та жінками є стереотипізація представників різних гендерних груп у ЗМІ. Новини вибудовують образи ідеальних чоловіка та жінки за допомогою маскулінності та традиційної фемінності. Дослідниця виділяє найпопулярніші жіночі образи в українському медіапросторі:

1. Щаслива Домогосподарка.
2. Турботлива Матуся (різновид Домогосподарки).
3. Жертва.
4. Богиня.
5. Прикраса.
6. Сама Природа.
7. Дика Кішка [2].

Інше актуальне питання, що стосується дискримінації жінок в українських медіа, – це їх сексуалізація або еротизація, що є найпоширенішим проявом сексизму. За допомогою зображень оголених тіла чи окремих інтимних зон (сідниць, стегон, грудей, живота), відповідних поз (лежачи чи напівлежачи), контексту (серед стереотипно-чоловічих атрибутів – наприклад, оголені жінки біля авто) підсилюється ідея пасивності, підлеглості, залежності та беззахисності жінки щодо чоловіка [4]. Прикладом такого «привернення

уваги» є новинний сюжет на запорізькому телеканалі «Алекс» за 07.01.2022 під назвою «Як запоріжцям відновитися після святкувань». Головними героями є два фітнес-тренери: хлопець та дівчина. Хлопець одягнений у широкі спортивні штани та оверсайз футболку, в той час як дівчина у своєму спортивному одязі – спортивній білизні та легінсах – виглядає напівоголеною.

Якщо говорити про новини на телебаченні, то варто згадати фейсизм, який часто використовують на етапі кадрування. Цей прийом полягає у суттєвій різниці в зображенні чоловіка та жінки. Якщо герой новини чоловік, то увага зосереджується на його обличчі, якщо жінка – на тілі та його частини. В політичних ток-шоу можна зустріти ще один прояв сексизму – мачизм. Це популяризація чоловічого домінування над жінкою, прояв зверхньо-зневажливого ставлення до жіночої статі. Демонструються маскулінні якості чоловіка, підкреслюючи його силу, брутальність, агресивність тощо [4].

У лютому 2021 року Інститут масової інформації провів дослідження, згідно з яким 63 % українських журналістів вживають фемінітиви. Ще 15% зазначили, що в їхніх редакціях немає жорстких вимог щодо цього і хто як хоче, так і пише. 12% опитаних журналістів відповіли, що не до всіх професій можна дібрати фемінітив. Тільки 4% українських журналістів, опитаних ІМІ, вказали, що взагалі не використовують їх у своїх матеріалах [5]. На жаль, більшість журналістів місцевих медіа Запоріжжя не вживають фемінітивів. Телеканал «Алекс» свідомо ігнорує їх використання у своїх титрах. Наочним прикладом можна вважати новину від 10.02.2022 року «Запоріжцям пропонують бустерну дозу вакцини». У сюжеті синхрон Вікторії Колодко підписали як «медичний директор КНП “ЦПМСД №2”». А ось телеканал «Суспільне Запоріжжя» постійно користується фемінітивами. У їхніх титрах фіксуємо підписи: «лікарки», «спортсменки», «директорки», «заступниці» тощо.

Серед позитивних сюжетів, які створені для покращення образу сучасної успішної жінки, варто згадати новину «В Запоріжжі презентували книгу про легендарних жінок краю» від 14.01.2022. У сюжеті показано жінку як фахівчиню своєї справи. Зокрема героїнями сюжету обрано редакторку книги і радницю міського голови з питань медицини. Ще один приклад успішної жінки, спортсменки, бізнес-леді та мами демонструє героїня рубрики «Переможці» на ТК «Суспільне Запоріжжя». У матеріалі під назвою «Тренерка зі стрільби з луку Ірина Приходько» від 17.02.2022 репрезентовано успішну жінку у галузі спорту, яка займається своєю улюбленою справою, має значні результати і реалізована як мама. Та найголовніше, що подібні сюжети не нав'язують моделі поведінки, не стереотипізують образ жінки, не наполягають на наслідуванні.

Отже, досліджуючи регіональне телебачення, можемо говорити, що новинні сюжети не завжди демонструють гендерною рівність. Це виявляється в сюжетних лініях, створених образах чоловіків і жінок, в ідентифікації жінки в професії (використання фемінітивів). Лише ТК «Суспільне Запоріжжя» намагається в сюжетах відстоювати рівність чоловіків і жінок. У решти

телеканалів ці практики скоріше є винятком ніж загальноприйнятим правилом.

Література

1. Багаліка А. Гендерна рівність у медіа: негативних матеріалів у 2,5 рази більше. URL: <https://povaha.org.ua/genderna-rivnist-u-media-negativnyh-materialiv-u-2-5-razy-bilshe/>.
2. Кісь О. Гендерні аспекти реклами: сексизм як негативний чинник формування гендерних відносин в Україні. *Практичні аспекти впровадження принципу рівних прав та можливостей жінок і чоловіків в діяльності Верховної Ради України* / Заг. ред. О.Суслова. 2010. Київ : ФОП Москаленко О.М., С. 50–70 URL: https://www.academia.edu/6544504/Гендерні_аспекти_реклами_сексизм_як_негативний_чинник_формування_гендерних_відносин_в_Україні?from=cover_page
3. Кобелянська Л., Мельник Т. 50/50 Сучасне гендерне мислення. Київ, 2005. 282 с. URL: https://gender.org.ua/images/lib/gender_slovnyk.pdf
4. Про сексизм і гендерні стереотипи в українських медіа. URL: <https://www.nrada.gov.ua/pro-seksyzm-genderni-stereotypy-v-ukrayinskyh-media/>
5. 63% журналістів постійно вживають фемінітиви у своїх матеріалах – дослідження ІМІ. URL: <https://detector.media/infospace/article/185494/2021-03-04-63-zhurnalistiv-postiyno-vzhyvayut-feminityvy-u-svoikh-materialakh-doslidzhennya-imi/>.

Ган Олександра

студентка магістратури фак-ту журналістики
Наук. кер.: канд. філол. наук, доц. Доценко К. О.

ПРОБЛЕМА «МОВИ ВОРОЖНЕЧІ» В СУЧАСНОМУ ВОЄННОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Через повномасштабну війну Росії проти України проблема використання мови ворожнечі набуває все більшої актуальності. Наразі інформаційний супротив не менш важливий, ніж бойові дії на лінії фронту. Мова перетворюється на засіб захисту, де замість куль – слова.

В різні періоди дослідженням мови ворожнечі в журналістських текстах займалися: А. Браун, Д. Дуцик, Т. Ісакова, Т. Кузнецова, Н. Ліщинська, Б. Потятиник, Г. Прищепа, В. Савончак, С. Хейман, Д. Янагізав- Дротт.

Незважаючи на поширеність вербальної агресії серед суспільства, в Україні досі не існує законодавчо закріпленого визначення мови ворожнечі. Відсутня єдина концепція щодо тлумачення цього поняття і в міжнародних нормативно-правових актах.

До прикладу, Комітет міністрів Ради Європи визначає мову ворожнечі як усі форми самовираження, які включають провокування, пропагування, сприяння або виправдовування расової ненависті, ксенофобії, антисемітизму

та інших форм ненависті на основі нетерпимості, в тому числі нетерпимості, що виявляється у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації меншин і ворожого ставлення до них, а також іммігрантів та осіб, що за своїм походженням належать до іммігрантів [14].

В Оксфордському словнику hate speech – це загрозливе усне або письмове мовлення, яке виражає упередження щодо певної групи, особливо на основі расової, релігійної чи сексуальної орієнтації [13]. Мова ненависті рясніє дискримінаційними епітетами, мета яких – образити та заклеїти певну особу або групу осіб через будь-яку відмінність від загальної «норми».

Hate speech – термін, який стосується низки негативних висловів, починаючи від підбурювання й закінчуючи ненавистю, зловживанням, дискредитацією, образливими словами, можливо, надзвичайними прикладами упередження [1].

20 статтею Міжнародного пакту про громадянські та політичні права визначено, що будь-який виступ на користь національної, расової чи релігійної ненависті, що є собою підбурювання до дискримінації, ворожнечі або насильства, має бути заборонений законом [6]. Це означає, що країни мають розробити законодавство, яке б встановлювало кримінальне та інші види покарання за протиправні форми висловлювання. Однак ці закони не мають придушувати голоси незгодних і обмежувати вільний потік інформації та думок. В соціумі тривалий час ведуться дискусії з приводу того, як регулювати і цензурувати мову ворожнечі.

Вживання агресивної риторики здатне призвести до підриву соціальної рівності в суспільстві, спровокувати психологічну чи фізичну дискримінацію, а ще – стати причиною збройного конфлікту. Дослідники Кримської правозахисної групи протягом восьми років війни Росії проти України вивчали, як РФ воює на інформаційному фронті. Численні факти розпалювання ворожнечі та дегуманізації українців в російських медіа доводять, що країна-агресор системно готувала своїх громадян до скоєння воєнних злочинів. Спочатку відбувається «окупація» мізків через глузування, сарказм, створення негативних асоціацій на основі архетипів Другої світової війни, поляризацію на свої-чужі, а потім це перетворюється на геноцид [8].

Активізація внутрішньополітичних процесів та агресивна політика Росії послуговували приводом для трансформації комунікаційних форм українського медіапростору. Змінюються значення слів, закони їх вживання. Нейтральні набувають зневажливого сенсу і викликають цілеспрямовану емоційну реакцію.

Російсько-українська інформаційна війна є прикладом такої когнітивної війни, де боротьба ведеться за програмування мислення як своєї сторони, так і протилежної в потрібному напрямі. І не просто за програмування, а за перепрограмування, в межах якого повністю міняються місцями поняття «друг» і «ворог» [10]. Наразі переважна більшість висловів hate speech в онлайн-виданнях України – це різноманітні метафори, які використовуються

для позначення ворога. Серед прикладів – орки, оркостанці, рашисти, раша-патріоти, русня, свинороси, кацапи, москалі, ватники, Мордор.

Психологи вважають, що принижуючи суперника, ми вивищуємося над ним, він зменшується в розмірі, стає слабким, а ми відчуваємо силу [5]. Така лексика дає змогу висміювати противника і жартувати з травматичної ситуації, пом'якшуючи її болючий вплив і допомагаючи впоратися з внутрішнім напруженням.

Отже, проаналізувавши приклади медійних текстів, в яких використано мову ворожнечі, ми виявили, що в деяких матеріалах журналісти не відокремлюють факти від власних міркувань через емоційну залученість, некомпетентність або недосвідченість у висвітленні воєнної тематики. В той же час, hate speech виконує символічну функцію, що діє на колективну свідомість в умовах війни.

Література

1. Джакобс Дж., Поттер К. Злочини ненависті : карне право і політика ідентичності. Нью-Йорк : видавництво «Оксфордський університет», 1998. С.11.
2. Дуцик Д. «Мова ворожнечі в дискурсі українських медіа». Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Том XIII. Серія Соціологія. Випуск 217. Донецьк, 2012. С. 112–119.
3. Загальна декларація прав людини від 10.12.1948 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015 (дата звернення : 08.06.2022)
4. Ісакова Т. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. *Стратегічні пріоритети. Серія : Політика*. 2016. № 4. С. 90–97.
5. Карп'як О. Вата з укропом: мова політичних мемів. URL: <http://discourse.in.ua/library/vata-z-ukropom-mova-politychnyh-memiv> (дата звернення : 10.06.2022).
6. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/995_043 (дата звернення: 09.06.2022)
7. Мова ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти та підходи. URL: http://noborders.org.ua/wpcontent/uploads/2015/11/guidelines_hatespeech_media.pdf (дата звернення : 09.06.2022)
8. Окупація мізків, зомбування, геноцид : презентована доповідь «Мова ворожнечі в онлайн-медіа, які висвітлюють події у Криму».URL: <https://www.stopfake.org/uk/okupatsiya-mizkiv-zombuvannya-genotsid-prezentovana-dopovid-mova-vorozhnechi-v-onlajn-media-yaki-visvitlyuyut-podiyi-u-krimu/> (дата звернення : 08.06.2022)
9. Потятиник Б. В. Медіа : ключі до розуміння. Львів : ПАІС, 2004. 312 с.
10. Почепцов Г. Особенности пропагандистских механизмов с двух сторон российско-украинского конфликта. URL: <http://discourse.in.ua/node/4221>.

11. Прищеп Г. «Мова ненависті» як лінгвістичний маркер «гібридної війни». *Психолінгвістика. Психолінгвістика. Psycholinguistics*. 2017. Вип. 22 (2). С. 98–112.
12. Савончак В. Я. Мова ворожнечі у ЗМІ: до дискусії про поняття. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2012. С. 4.
13. Hate speech. Oxford living dictionaries. URL: https://en.oxforddictionaries.com/definition/hate_speech (дата звернення : 03.06.2022).
14. Recommendation No. R (97) 20 of the Committee of Ministers to member states on «hate speech». Council of Europe. 1997. URL : <http://surl.li/phed> (дата звернення : 10.06.2022).

Кириченко Марія

студентка 2 курсу фак-ту журналістики

Наук. кер.: канд. філол. наук, доц. Бондаренко І. С.

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ 1+1 MEDIA: ВІЗУАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ БРЕНДА ТЕЛЕКАНАЛУ

Фірмовий стиль є ключовим елементом для створення іміджу компанії або бренда, формує ідентичність товару / послуги, активно працюючи з масовою свідомістю споживача. Професійний брендинг фірми вирізняється на ринку, привертає увагу потенційних клієнтів [4].

Соціокультурні процеси у своєму розвитку змінили останнім часом комунікативну діяльність людини та вплинули на необхідність розробки власного фірмового стилю майже кожного підприємства, організації. Завдяки розвитку всесвітньої мережі Інтернет у сучасному світі дизайнер має змогу займатися розробкою фірмового чи корпоративного стилю за допомогою дистанційної роботи із замовником. Це полегшило та пришвидшило процес співпраці, розширило можливості замовника у виборі того чи іншого дизайнера [1].

Метою нашого дослідження є розкриття значення фірмового стилю та його сутність як засобу ідентифікації бренда телеканалу.

В умовах конкурентного середовища для кожного підприємства питання формування ефективного фірмового стилю стає найбільш актуальним, оскільки фірмовий стиль становить формалізовану систему ідентифікації підприємства. Усі функції фірмового стилю, так або інакше, пов'язані зі створенням позитивного образу підприємства, який повинен запам'ятовуватися і бути привабливим для його споживачів. У цілому фірмовий стиль дозволяє своєму користувачу (власнику):

- а) виділитися серед конкурентів, стати таким, що добре запам'ятовується і впізнається;
- б) демонструвати спадкоємність діяльності, позиціонування;

в) підтримувати сформовану довіру у споживачів та партнерів по бізнесу.

Використання фірмового стилю дозволяє підприємству уніфікувати візуальні засоби маркетингової стратегії, підвищити ефективність їхнього впливу на цільову аудиторію [1].

Фірмовий стиль – це головна частина брендингу будь-якої компанії. В основі створення фірмового стилю полягає підбір вдалого оформлення тих продуктів, з якими зустрічаються ваші клієнти і партнери. Доведено, що саме правильно підібраний фірмовий стиль помітно впливає на те, чи вибере покупець ваш товар або послугу серед конкурентів [3].

Елементами фірмового стилю постають: логотип – оригінальний товарний знак; корпоративні кольори і типографіку – шрифти, розміри шрифтів; візуальний вигляд друкованих матеріалів (візитки, флаєри, банери); маркетинг і просування бренду; зовнішній вигляд продуктів і їх упаковки; сайт; дрес-код персоналу, дизайн приміщення в офісі компанії, виставкові стенди тощо [4].

3 вересня 2020 року провідна українська медіагрупа 1+1 представила оновлений фірмовий стиль, який став лаконічнішим і водночас динамічнішим, як, власне, і діяльність медіахолдингу. Стриманий, проте виразний червоний фон і білі цифри, знайомі кожному українцю, який бодай раз та вмикав телевізор – так відтепер виглядає самодостатній і водночас впізнаваний із першого погляду логотип 1+1 media.

«Ми дуже любили попередній логотип, проте йому час лишитися в минулому, так як динамічний розвиток 1+1 media потребує інших форм та візуалізацій. Минулого року структура холдингу зазнала змін: у його рамках з'явилися бізнес-одиниці та корпоративні сервіси, чий корпоративний стиль відповідно також приведено до єдиної гармонії з оновленим дизайном медіагрупи. Логотип 1+1 media є сучасним, сміливим і водночас певним викликом традиційним підходам до створення фірмового стилю великих компаній із довгою історією. І ми вважаємо, що саме так має виглядати сьогодні 1+1 media: новаторська, незабюрократизована, драйвер індустріальних тем, максимально відкрита компанія», — говорить Наталія Вовк, директор із маркетингу 1+1.

Розробляючи новий фірмовий стиль 1+1 media, креативна група надихнулася так званою модульною системою, яка дозволяє добитися великої кількості варіацій за стислі терміни. Тому особливістю логотипу є те, що він побудований із квадратних модулів, які щільно прилягають один до одного.

«Модульна система чимось подібна до конструктора: маючи певну кількість елементів, можна оперативно створити необхідні графічні форми й водночас мати досить свободи, щоби швидко й без зайвих клопотів адаптувати їх згідно з потребами. Відповідно до цього новий стиль 1+1 media є динамічним і гнучким: модулі можуть міняти не тільки форму, але й колір, що дозволить нам не ставити собі жорсткі рамки і водночас не втрачати впізнаваність бренду. Водночас із цим ми оновили кольори, зробивши їх

яскравішими та свіжішими й наблизили їх до брендоутворюючих кольорів каналів групи. Сучасно, динамічно, адаптивно, яскраво – як результати роботи групи 1+1 media», — говорить Микола Алтухов, керівник відділу дизайну 1+1 [2].

Отже, фірмовий стиль є основою для всіх видів комунікації компанії з громадськістю. Завдяки його використанню можна забезпечити єдність візуальних і змістовних компонентів своїх послуг і товарів, а також будь-якої інформації, яка походить від вашого бізнесу. Завдяки гарній ідентифікації можна досягти узгодженості комунікацій бренда. Усі елементи бренду в процесі створення нових матеріалів або повідомлень повинні бути послідовними і логічними. Графічні матеріали є частиною комунікації бренду, тому що у клієнтів при передачі повідомлень виникають певні почуття і асоціації.

Література

1. Топчій Н. Фірмовий стиль як засіб ідентифікації компанії .URL : <https://int-konf.org/ru/2013/suchasnist-nauka-chas-vzaemodiya-ta-vzaemovpliv-18-20-11-2013-r/609-topchij-n-firmovij-stil-yak-zasib-identifikatsiji-kompaniji>
2. Динамічність зі збереженням впізнаваності: група 1+1 media оновила фірмовий стиль. URL : https://media.1plus1.ua/ua/news/dynamichnist_zi_zberezhenniam_vpiznavanosti_hrupa_11_media_onovyla_firmovyi_styl
- 3.Що таке фірмовий стиль і нащо він потрібен кожній компанії. URL: https://ideadigital.agency/blog/firmovij-stil/#list_title0.
4. Що таке фірмовий стиль? URL : <https://dalistrategies.com/ua/shho-take-firmovij-stil/>

Лащенко Анна

студентка 1 курсу магістратури фак-ту журналістики
Наук. кер.: канд. філол. наук, доц. Усманова О. В.

КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ПРОГРАМИ В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ

Сьогодні формування культурних цінностей, а також загальний розвиток населення відбувається багато в чому завдяки українським ЗМІ, адже журналісти не тільки інформують, а й формують громадянську думку. Результати соціологічного опитування компанії Research & Branding Group довели, що в цьому процесі істотну роль відіграє саме тележурналістика, так як телебачення є найбільш часто використовуваним джерелом інформації для українців [4].

Г. Кузнецов у своїй книзі «Телевізійна журналістика» визначив функції, які виконує телебачення. Дослідник виділяє їх 7: «інформаційна, культурно-просвітницька, інтеграційна, соціально-педагогічна, організаторська, освітня, рекреативна» [2, с. 113]. Серед цього переліку окрему увагу заслуговує

культурно-просвітницька функція, адже завдяки їй глядачам транслюється високоякісний просвітний контент, прив'язуються загальнолюдські культурні цінності та норми моралі. Крім того, телепрограми, що займаються культурно-просвітницькою діяльністю, впливають на національне самовизначення своєї глядацької аудиторії, передаючи на екран інформацію щодо історії та культури країни, української мови, звичаїв та традицій народу.

Культурно-просвітницька функція найбільш повно та ефективно здійснюється в мистецьких програмах. Однак сьогодні ми все частіше спостерігаємо ситуацію, коли телеканали відмовляються від показу мистецьких програм, віддаючи перевагу тим передачам, які є більш вигідними з фінансової сторони. Телекритик Н. Лигачова пояснює: «Те, що добре для ринку, зовсім не обов'язково добре для суспільства. Великі рейтинги приносять зовсім не просвітницькі проекти, а чорнуху і жовтуху... Фактично, існування української журналістики сьогодні, і перш за все її телевізійного сегменту, опинилося під загрозою перетворення її з фундаменту громадянського суспільства в не більш ніж частину індустрії розваг і піартехнологій» [3].

У наш час тележурналісти висвітлюють питання культури або в останніх сюжетах, не в прайм-тайм, або зовсім ніяк. Новини мистецького та культурного життя заслуговують уваги громадськості, але ЗМІ, телебачення в тому числі, подають аудиторії іншу інформацію, яка є більш «модною», «простою» та «рекламною».

До того ж тележурналісти самі не беруться створювати контент про культуру, бо звикли працювати над «сухими» новинними матеріалами та сенсаційними повідомленнями, адже в такому випадку працівник ЗМІ не повинен витратити багато часу на вивчення теми, достатньо використати вже відомі всім канцеляризми, штампи або ажіотажні вислови.

Неприбутковість мистецьких програм зумовлена малою популярністю у глядацької аудиторії. Мистецькі програми транслюють лише вранці або вночі, адже сучасний глядач віддає перевагу новинам, телевізійним серіалам, ток-шоу, шоу-змаганням і розважальним програмам, нехтуючи пізнавальним контентом. На нашу думку, причина цього полягає перш за все у недосконалій роботі телевізійників, що створювали ці проекти.

На українських телеканалах ми бачимо дуже малу кількість культурно-мистецьких програм у повному жанровому розмаїтті в порівнянні з передачами, що розкривають питання політики, надзвичайних подій чи розваг. Хоча, вважаємо, телебачення, як вид журналістської діяльності, з'явилося саме завдяки еволюції культурних явищ.

Сьогодні на українському телебаченні працює лише один культурно-просвітницький телеканал – «UA: Культура». Це свідчить про неготовність тележурналістів виходити із зони комфорту і направляти свою творчість на складніші формати, такі як мистецькі програми.

Але варто відмітити, що регрес культурного просвітництва в журналістиці зупинився через події Євромайдану та АТО. Автори наукової

статті «Тема культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання» стверджують, що «... в останні роки Україна переживає сплеск суспільного інтересу до культури, і, як результат, відбуваються зрушення у висвітленні культурної тематики. Уже можна говорити не про крах і поступовий занепад, а й про позитивні тенденції представлення культурної проблематики в сучасних видань» [1].

Ми вважаємо, що ця думка актуальна і для телебачення також. У мистецьких програмах про кіно глядачі отримують інформацію щодо фільмів про конфлікт на сході України тощо. У передачах літературного спрямування ведучі ознайомлюють аудиторію з творами про події на Майдані. Враховуючи той факт, що все це, безперечно, є новими фактами в українській історії та історії культури нашого народу, можна зробити висновок, що у якийсь момент мистецькі програми знову стали популярними. Але, на жаль, телевиробники не використали шанс зробити більше культурно-просвітницького контенту та створити відповідні програми та телеканали, коли українці того максимально потребували.

Література

1. Гарматій О. В., Кісіль С. С. Тема культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2018. Вип: 896. С. 18-25.
2. Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика. Москва: Высшая школа, 2002. 304 с.
3. Лигачова Н. Кризис самоидентификации. Телекритика. 2008. Вип. 5. С. 12–16.
4. Результати соціологічного опитування компанії Research & Branding Group. URL : <http://rb.com.ua/>

Лащенко Анна

студентка 1 курсу магістратури фак-ту журналістики
Наук. кер.: канд. філол. наук, доц. Усманова О. В.

ТВОРЧИСТЬ ЖУРНАЛІСТА НА ПРИКЛАДІ РОБОТИ ЯНІНИ СОКОЛОВОЇ

Розвиток сучасного світу залежить від еволюції журналістики, яка є каналом сполучення нової інформації з людством. Те, як сприйматиме аудиторія матеріал, залежить від манери, методики роботи журналіста. В свою чергу, ці критерії формуються під впливом особистісних якостей працівника.

Мислення для творчої особистості є основою її творчого життя, адже завдяки мисленню людина аналізує свої вроджені задатки, приймає рішення розвивати свій потенціал та вдається до задумів. Специфіку журналістського мислення досліджував В. Олешко. Він виокремив характерні творчій особистості журналіста навички: здатність до «зчеплення», цілісність сприйняття, гнучкість мислення, легкість генерування ідей [1].

У творчому процесі немає місця страхам, сумнівам та сором'язливості. Робота журналіста передбачає комунікацію з різними людьми. Тому творча особистість журналіста – це та особистість, яка здатна не тільки легко генерувати ідеї, а й вести розмову так, щоб отримати потрібну інформацію, спровокувати потрібну реакцію та створити потрібний настрій бесіди.

Прикладом творчого, безстрашного журналіста, на нашу думку, є Яніна Соколова. Яніна спробувала себе у пресі, телебаченні, кіно. Активність Соколової на YouTube є показником, по-перше, її бажання бути незалежною та вільно висловлювати свої думки, без корегування вищих чинів, по-друге, небайдужості журналістки до молодого покоління. YouTube є дуже популярною платформою серед молоді. Використання цього сайту забезпечує Яніні зближення з людьми. Свої матеріали Соколова подає в розмовному стилі, із застосуванням сленгу, без цензури, вдається до ненормативної лексики, висловлення оціночних суджень, суб'єктивних думок, образливих висловів, через що канал було неодноразово заблоковано. Журналістка висвітлює політичні, економічні, соціальні проблеми в саркастичній манері, яка привертає увагу молоде покоління. На нашу думку, такий спосіб підняття соціально значущих питань, викривання неправдивої інформації через Інтернет-ресурси сприяє залученню до розв'язання спільних проблем тієї частки населення, яка не сприймає телебачення, радіо та газети.

Одним з мінусів проекту Я. Соколової є пропагування обценної лексики, висміювання. Але та інформація, яку у своїх випусках висвітлює журналістка, є корисною для українців хоча б тим, що більш відвертих відомостей вони не зможуть отримати від традиційних ЗМІ, бо ті керуються статутами.

Для того, щоб повною мірою оцінити професіоналізм і творчу складову діяльності Яніни Соколової, ми проаналізували концепції її телевізійних продуктів на прикладі випусків програм «Кіно з Яніною Соколовою» за 11 листопада 2012 року і «Рандеву» за 10 листопада 2018 року. Критерієм відбору двох ефірів стало їх однакове завершення – гість відмовився продовжувати інтерв'ю, але в першому випадку ми спостерігаємо неякісний матеріал, а в іншому – рейтинговий продукт. Однаковий кінець, різний успіх – професійний «стрибок» від провальних спроб до майстерних.

У випуску від 11 листопада 2012 року гостем журналістки була російська актриса, режисер Рената Литвинова, яка приїхала до Києва на прес-конференцію з нагоди прем'єри свого нового фільму [3].

У цьому інтерв'ю Яніна не змогла поставити всі запитання, тому що результатом бесіди стала відмова Р. Литвинової продовжувати розмову. Проаналізувавши архівне відео випуску, ми знайшли на це ряд причин. По-перше, Я. Соколова запитувала про те, що вже обговорювалося раніше на прес-конференції. Незнання свого героя свідчить про непідготовленість журналіста до бесіди. По-друге, помилкою Яніни Соколової стали часті запитання, які тягнуть за собою відповідь «так» або «ні», що не дало Р. Литвінової можливості розгорнуто розповісти те, що їй дійсно хотілось повідомити. По-

третє, протягом усього інтерв'ю режисерка не раз звинувачувала журналістку в риторичних запитаннях. Я. Соколова не стала виправляти свої помилки і продовжила розмову в тому тоні, який задала від початку. Це створювало враження, ніби журналістка не в змозі застосувати творчий підхід і згенерувати новий хід своїх думок.

У 2018 році Я. Соколова знову зіткнулася із ситуацією, коли інтерв'юювана пішла посеред запису ефіру. Але на цей раз, на наш погляд, журналістка зробила вдалий матеріал, тому що змогла розкрити справжнє «обличчя» свого співрозмовника. Йдеться про випуск авторської програми Я. Соколової «Рандеву» за 10 листопада 2018 року. Тоді гостем журналістки була Анастасія Приходько – членкиня команди Юлії Тимошенко, колишня співачка і экс-політик [2].

На зустріч з Я. Соколовою А. Приходько прийшла не сама, а з двома невідомими чоловіками, які відмовлялися називати свої імена. Розмову журналістка почала з запитання про те, хто ці люди, але політик заявила, що вона не буде відповідати.

Цього разу помітні творчий підхід і серйозна підготовка Я. Соколової до ефіру. Журналістка ставила питання, підкріплені фактажем, аналітикою, думками експертів. Анастасія Приходько, яка перебувала на новій посаді 4 день, за пів години розмови не змогла відповісти на жодне запитання, що стосувалося її політичної діяльності. Якщо Приходько і відповідала, то озвучувала або застарілу інформацію, або дезінформацію. І кожен з цих моментів Яніна оскаржувала, аргументуючи фактами.

Журналістка була готова парировати абсолютно всьому, що відповідає її гостя. Це говорить про продумані до дрібниць запитання. Варто відзначити також і їхні формулювання: «Як вам здається, чому Тимошенко припала до душі Анастасія Приходько? Ви ж розумієте, що це явно не пов'язано, напевно, з творчістю, правда?», «Чому ми, українці, повинні проголосувати за вашого патрона на виборах?» та «Як, ви не знаєте, які думки у Тимошенко як у боса в вашої команди?». Це лише декілька запитань, але відразу зрозуміло, що Яніна була не зовсім об'єктивною, та це не завадило, а навпаки допомогло підкреслити невідповідність, некомпетентність Приходько.

Тож, порівнюючи давні матеріали Соколової та сьогоденні, неможливо не помітити її професійний розвиток. Відійшовши від розважального формату, журналістка змогла створити проєкт, який висвітлює важливі для суспільства питання, викриває неправдивих діячів та спростовує уявлення щодо іміджу людей, від яких залежить сьогодення і майбутнє України.

Література

1. Олешко В. Журналистика как творчество : учебное пособие для курсов «Основы журналистики» и «Основы творческой деятельности журналиста». URL : <http://evartist.narod.ru/text8/28.htm>.
2. Кіно з Яніною Соколовою. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=TzZz4M0cFAU>

3. Рандеву з Яніною Соколовою. Анастасія Приходько. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=HOwQrP4zb6c&t=890s>.

Павлюченко Діана

студентка 2 курсу фак-ту журналістики

Наук. кер.: канд. наук із соц. ком. Микитів Г.В.

ВІРТУАЛЬНІ ВИСТАВКИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ

Популяризація й активне використання веб-середовища надало книгарням і бібліотекам можливість працювати з людьми у новому форматі, надаючи послуги online. Однією із популярних форм промоції книг в інтернет-просторі є віртуальна виставка.

Вивченням питання віртуальних виставок та визначенням поняття займались такі дослідники, як М. Алфьоров, В. Бондаренко, О. Великосельська, Н. Збаровська, Л. Кудря, О. Міхно, І. Торлін, Т. Ткаченко та інші. Зокрема, Н. Збаровська під віртуальною виставкою розуміє електронну виставку у форматі PowerPoint – електронної презентації. Авторка пропонує таку виставку при відповідному звуковому оформленні і наявності мультимедійного проектора застосовувати як ілюстративний матеріал на таких комплексних заходах, як літературні вечори, дні інформації [цит. за: 1]. Але на думку О. Міхно така виставка – це демонстрація за допомогою засобів вебтехнологій віртуальних образів спеціально створеної музейної виставки. Тобто, це новий, багатофункціональний інформаційний ресурс, який, по-перше, дає можливість отримання нової інформації широкому колу користувачів, і, по-друге, дає змогу при створенні виставки розширити арсенал використаних засобів і прийомів для реалізації ідеї і концепції виставки (тексти, фото, аудіо, відео та ін.) [4].

Хотілось би додати, що попередником віртуальної виставки була книжкова. Дослідниця О. Великосельська зазначає, що книжкова виставка – це форма просування користувачам кращих видань із числа новинок літератури, або книг, пов'язаних спільною темою, шляхом безпосередньої візуальності, яка обумовлює активну роль читача у виборі книг для читання. Така виставка залишається однією із форм зорової реклами літератури, яка має ціль просування кращих наукових, виробничо-технічних та художніх книг читачам. Основними перевагами книжкових виставок є наочність та оперативність [2].

У цій роботі ми розглянемо позитивні аспекти промоції книжкових видань за допомогою віртуальної виставки.

Віртуальна виставка – це поєднання традиційного (книжкового варіанту) та новітнього (електронного) способів надання інформації [2].

Використання віртуальних виставок має такі переваги, як:

- Використання Інтернету – відсутність обмеження у час та просторі для відвідувачів заходу;
- Використання інформаційних технологій – можливість показати більш ширший об'єм інформації про об'єкт виставки;
- Варіативність – можливість доповнювати, змінювати чи оновлювати інформацію про об'єкт заходу [5].

Важливою перевагою віртуальної виставки є умовна необмеженість у часі та просторі, що реалізується шляхом використання Інтернет-ресурсів. Під час будь-яких подій у світі книжковий магазин або бібліотека у межах віртуальної виставки мають можливість розмістити інформацію різних форматів, що розкриває зміст виставки. Людина може відвідати захід, незалежно від її місця розташування, стану здоров'я або часового поясу.

Віртуальна виставка має бути зручною для сприйняття користувачем у мережі. Для цього може містити такі дані про видання: зображення обкладинки, передмова або вступ, оцифрована частина книги; бібліографічні дані; анотації, рецензії, відгуки; посилання на повний формат тексту, якщо такий є у відкритому доступі книжкового магазину, бібліотеки; додаткові матеріали до теми виставки; посилання на Інтернет-ресурси.

Також використання у видавничій практиці такого способу промоції видання дозволить вирішити низку проблем. До них можна віднести: забезпечення збереженості документів; оперативність організації виставки та можливість постійного її поповнення новими документами; представлення документів у потрібній кількості назв; необмеженість терміну експонування документів; можливість перегляду змісту окремих документів, зокрема збірників наукових праць, та ілюстрацій; розкриття змісту представленого видання за допомогою анотації; представлення документів, які відсутні у фондах даної бібліотеки, але мають певне значення для розкриття заданої теми; можливість дистанційного перегляду виставки без відвідування бібліотеки у будь-який час (24 години на добу, 7 днів на тиждень) [3].

Отже, у такому прогресивному сторіччі з розвитком технологій з'являються альтернативні можливості промоції книжкових видань. Віртуальні виставки – інформаційні продукти книгарень або бібліотек, які поєднують у собі традиційний книжковий та новітній електронний способи презентації інформації. Вони є ефективним засобом популяризації видавничої продукції.

Література

1. Бондаренко В. Віртуальні виставки як дистантна бібліотечна послуга. URL: <http://nbuviar.gov.ua/index.php>.
2. Великосельська О.М. Бібліотека і реклама. Особливості книжкових виставок. Стендова презентація. *Бібліотека в освітньому просторі: інформаційний бюлетень для працівників бібліотек ВНЗ III – IV рівнів акредитації державної форми власності Хмельницької області*. 2009. №7. URL: http://lib.khnu.km.ua/about_library/metodob/Buleten07/bul07_1.html#vel

3. Книжкова виставка: сучасні тенденції. URL: <https://zounb.zp.ua/node/620>.

4. Міхно О. Віртуальна «музична скринька» Василя Сухомлинського: від змісту до форми. *Інноватика у вихованні*. 2021. №14. С. 90–97.

5. Федушко С., Сиров Ю., Кравець Р. Інформація, комунікації, суспільство : матеріали Між нар. наук. конф., м. Чинадієво, 17–19 трав. 2018. С. 81–82.

Перекрест Анна

студентка 1 курсу магістратури фак-ту журналістики
Наук. кер.: канд. наук із соц. ком., доц. Сіріньок-Долгарьова К.Г.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ДЖЕРЕЛО USER-GENERATED CONTENT ДЛЯ СУЧАСНИХ МЕДІА

Стрімкий розвиток технічних можливостей призвів до того, що аудиторія не лише потребує оперативного інформування, а й безпосередньої бере участь в продукуванні інформації. Щохвилини в соціальних мережах з'являється численна кількість фото-, відео-, аудіоконтенту, коментарів та загалом дописів від звичайних користувачів. Все частіше ці дописи стають частиною журналістських матеріалів на сторінках медіа.

Такі публікації в ЗМІ містять UGC (англ. user-generated content) – контент, згенерований користувачами. Таким чином аудиторія стає не пасивним споживачем інформаційного продукту, а активним її виробником, висловлює свою позицію, чи взагалі бере участь у суспільному діалозі. Науковці зазначають, що така активність користувачів є результатом безпосереднього еволюційного розвитку самої аудиторії у відповідь на технічний прогрес.

Зокрема доктор наук з соціальних комунікацій Т. Крайнікова зазначає, що ця особливість сучасного читача є рисою медіапросьюмеризму, який активно інтегрований в вітчизняну медіакультуру. На її думку, медіапросьюмеризм – «тип компетентного медіаспоживання, який виявляється в здатності аналітично вибирати, оцінювати й декодувати медіапродукти, опановувати інформаційні технології й самостійно виробляти повідомлення, підтримувати діалог із редакціями ЗМІ та впливати на їхні концепції тощо» [4].

Схожу думку має й дослідник В. Гвоздєв, наголошуючи, що зараз аудиторія досліджується «не тільки як споживач медіапродуктів зі своїми сформованими звичками, а і як повноправний, незалежний учасник публічної сфери, масово-інформаційних процесів». Також він додає, що головна ознака сучасної медіааудиторії є креативність у створенні контенту на різних платформах [1, с. 192].

Попри різноманіття користувацького контенту, представленого в медіа, в науковому дискурсі наразі немає єдності у визначенні його типології.

Переважно класифікації науковців базуються на рівні залученості користувача в медіапродукування. Так дослідник А. Жуков наголошує на тому, що весь користувацький контент в медіа можна поділити на два види – первинний та вторинний [2, с. 98]. Первинний контент складається з постів в соціальних мережах чи блогах, що користувач публікує безпосередньо на своїй сторінці та створює привід для обговорення. А от вторинний контент становить власне рефлексію на первинний і складається з коментарів, повідомлень під постами в соціальних мережах та навіть коментарі на сайтах ЗМІ.

У свою чергу дослідниця М. Осюхіна наводить власну узагальнену типологію користувацького контенту, що містить класифікації за:

- ступенем участі користувача у створенні (високий, середній, низький);
- ступенем унікальності (первинний, вторинний);
- розміщенням в ЗМІ (у складі готових матеріалів, паралельно, окремо);
- обставинами створення (спонтанно, з метою, спільно з іншими);
- способами передачі контенту (старі, нові) [6, с. 71].

Соціальні мережі, що спочатку мали на меті лише задовольнити потребу користувача у спілкуванні, тепер стають місцем активного вироблення та споживання контенту. Facebook, Instagram, Twitter та Telegram завдяки високій інтегрованості в наше життя можуть не лише створювати контент для традиційних та онлайн-ЗМІ, а й змагатись з ними в інформуванні аудиторії.

До основних переваг UGC на відміну від професійної журналістики М. Лукіна відносить: високу оперативність; доступність; міжособистісну комунікацію; самомотивацію та особисту зацікавленість авторів; обмежене охоплення, але активну аудиторію; вільне мовне кодування; високу емоційну включеність [5, с. 311].

У зв'язку з цим, користувацький контент має високий рівень довіри з боку аудиторії. Про це свідчать зокрема дослідження маркетингового стартапу Crowdtap спільно з глобальною дослідницькою компанією Ipsos. За результатами, медіа чи ресурси, що використовують в матеріалах контент, вироблений користувачами, мають на 50% вищий рівень довіри, а їх контент запам'ятовуються на 35% краще, ніж в традиційних медіа [8].

А згідно з результатами опитування ГО «Детектор медіа», в якому взяли участь сучасні українські журналісти та експерти в медіагалузі, соціальні мережі нині активно використовуються журналістами як джерело інформації [7]. Цю ж особливість сучасного інформаційного наповнення ЗМІ підтверджують і результати дослідження Інституту масової інформації. Як виявили автори, кожна п'ята новина в центральних онлайн-медіа взята із соціальних мереж. Більшість інформації в ЗМІ потрапляє з Facebook – 63% всіх матеріалів, узятих із соцмереж, 23% інформації взято з Instagram, 6,5% – з Twitter, 4,5 та 3% – з Telegram та Youtube [3].

В результаті еволюції технічних можливостей та активної інтеграції соціальних мереж в повсякдення життя людства явище користувацького контенту зайняло особливе місце в сучасній журналістиці. Аудиторія вже не

тільки пасивно сприймає інформацію, а й активно її продукує на особистих сторінках. Таке активне продукування контенту науковці називають характеристикою сучасного суспільства, а дописи в соціальних мережах вже стають складовою частиною журналістських матеріалів в традиційних ЗМІ.

Література

1. Гвоздєв В. Креативність як ознака сучасної медіа-території. URL: <http://prima.franko.lviv.ua/faculty/jur/vypusk7/n13/tv13-26.pdf> (дата звернення: 23.05.2022).
2. Жуков А. Пользовательский контент в новых социальных медиа. URL: <https://moluch.ru/archive/62/pdf/516/> (дата звернення: 25.05.2022).
3. ІМІ. Інформації із соцмереж більшає, а фактчекінг не посилюється. Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/informatsiyi-z-sotsmerezhibilshaye-a-faktcheking-ne-posylyuyetsya-i29719> (дата звернення 25.05.2022).
4. Крайнікова Т. Медіапросьюмери як виклик українським ЗМІ. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/14298/2015-09-29-mediaprosumery-yak-vyklyk-ukrainskym-zmi/> (дата звернення: 24.05.2022).
5. Лукина М. Интернет-СМИ: теория и практика : учеб. пособ. для студ. URL: <https://docplayer.com/55578762-Internet-smi-teoriya-i-praktika-podredakciey-m-m-lukinoi.html> (дата звернення: 25.05.2022).
6. Осюхіна М. Використання контенту користувачів (UGC) в українських телевізійних новинах: види, частота, особливості подачі. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/obraz_2016_4_11.pdf (дата звернення: 25.05.2022).
7. Толокольнікова К. Соцмережі давно стали джерелом інформації. Що робити ЗМІ? URL: <https://detector.media/community/article/143795/2019-01-03-sotsmerezhi-davno-staly-dzherelom-informatsii-shcho-robyty-zmi/> (дата звернення 25.05.2022).
8. Millennials Love User-Generated Content [Infographic] URL: <https://www.business2community.com/infographics/millennials-love-user-generated-content-infographic-01497502> (дата звернення: 25.05.2022).

Пода Тетяна

студентка 3 курсу фак-ту журналістики

Наук. кер.: канд. філол. наук, доц. Тернова А.І.

ТЕЛЕКАНАЛ «UA: ПЕРШИЙ» ДОВОЄННИЙ КОНТЕНТ

«UA: Перший Суспільне» – це медіа, яке, незважаючи на всі виклики у нашому суспільстві та протидії сторонніх зовнішніх і внутрішніх впливів, гарантує кожному громадянину виконання професійних стандартів, дотримання визначених цінностей та роботу на користь суспільства [3].

Головний принцип цього унікального медіахолдингу – не просування власного контенту чи платформ як самоціль, а поширення ідей, важливих для суспільства. Суспільний телемовник України – це універсальне медіа, яке почало своє формування з к. ХХ ст. задля надання об'єктивної збалансованої інформації українському суспільству. Цей процес функціонування незалежного суспільного мовлення в Україні торкнувся й жанрової палітри контенту, зокрема в телеєфірі з'явилися нові формати програм, відмінні від інших українських мовників концепції ведення програм, різні журналістські практики подачі інформації тощо. «Канал змінив концепцію, перезавантажився, став на шлях оновлення програмування, підвищення якості програм. Видно, що намагається вибудовувати власний, упізнаваний бренд, базуючись на інформаційному контенті <...>. Трапляються навіть форматні експерименти <...>. У сітці стоять новаторські за форматами, надзвичайно корисні для суспільства, яскраві програми <...>. Випуски новин з погляду журналістської роботи, контенту, зйомки тощо відповідають сучасним стандартам» [1].

У зв'язку з цим виникає необхідність проведення дослідження, спрямованого на з'ясування особливостей програмно-змістового наповнення Суспільного мовника України. Для аналізу жанрово-тематичної специфіки нами було проведено моніторинг тижневого ефіру довоєнного періоду з 14.02.2022 р. по 20.02.2022 р.

Зауважимо, що 24 травня 2022 р. у зв'язку з оновленням дизайн-системи брендів «НСТУ» телеканал «UA: Перший» змінив назву на «Перший» [2]. То ж головними напрямками для цього каналу є інформаційне та суспільно-політичне мовлення (із просвітницькими блоками) і орієнтація на широку цільову аудиторію. Програмна сітка «Першого» телеканалу за будовою майже традиційна: випуски новин (українські новини, світові новини, спортивні новини) та низка форматних лінійок (журналістські розслідування; пізнавальні та авторські програми; ток-шоу: соціальні, публіцистичні, політичні; програми для дітей тощо). В сітці також є кінопокази: серіали, документальні та короткометражні фільми, спецпроекти тощо.

Новинні програми чітко структуровані, динамічні, збалансовані, незаангажовані; ведучі працюють професійно; візуальна складова якісна, сучасна і приваблива. За змістом вони містять найактуальнішу інформацію про події в Україні, а також про знакові культурні, спортивні та міжнародні події.

Значну частину мовлення телеканалу займають передачі соціальної («По-людськи», «Зворотній відлік», «Прозоро: про соціальне») та політичної тематики («Прозоро: про головне», «Полюси», «Прозоро: про актуальне»). Окреме місце серед телеконтенту – споживча тематика («Перша шпальта»), просвітницька («Своя земля», «Шо? Як?», «Дивацька історія України»). Такими проектами у програмі передач, як «#@)є? \$0 з Майклом Щуром» і «Країна пісень» представлено розважальний та музичний контент. «Спорт» – програма, яка знайомить з останніми спортивними новинами України і світу,

презентує коментарі безпосередніх учасників подій та фахові оцінки експертів. Жанр інтелектуальної гри представлений програмою «Що? Як?».

У жанровій палітрі програм «Першого» багато аналітичних програм, зокрема журналістських розслідувань («Зворотній відлік», «По-людськи», «Схеми», «Наші гроші» та ін.). Вони транслювалися у певний час у будні та представлені на екрані у популярному на сучасному телебаченні форматі стрім-шоу, що передбачає, як правило, активну чи пасивну участь глядачів у студії. У сегменті журналістського контенту одними із лідерів є публіцистичні програми, провідна функція яких – формування суспільної думки (реалізуються і у жанрі бесіди-дискусії («Перша шпальта», «Тиждень на Суспільному»). Інша частина журналістського контенту – це документальні телефільми, які транслюються частіше у вихідні дні та присвячені певній календарній події.

В етері «Першого» не представлені програми-нарис, замальовки та реаліті-шоу. Можна сказати, що контент-стратегія каналу пов'язана насамперед із випуском матеріалів на гостру суспільно-політичну та соціальну тематику.

Отже, довоєнне мовлення «Першого» стрімко розвивалося і системно вибудовувало власну сітку мовлення із урахуванням потреб і запитів аудиторії. Жанрова палітра контенту була досить стала у будні, у вихідні вона ставала різноманітнішою за рахунок включення до програми передач спецпроектів та документальних стрічок. Жанрова палітра телевізійного продукту у цілому характеризується існуванням як традиційних форм, так і сучасних реалізацій інформаційних приводів. Часто журналісти піддають матеріали процесам трансформації та використовують компоненти інших жанрових форм, тобто відбуваються дифузійні процеси всередині жанрових форм телематеріалів. Інформаційне мовлення на «Першому» залишався домінуючим.

Література

1. Панасівська О. Одна з головних проблем програмування «UA: Першого» – одноманітність форматів. Аналіз контенту телеканалу. URL: <https://stv.detector.media/telebachennya/read/2029/2015-12-14-ua-pershyy-mayut-buty-vsi-formaty-krim-nudnykh/> (дата звернення: 20.03.2022).
2. Суспільне Мовлення оновлює дизайн-систему брендів. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/5036> (дата звернення: 24.05.2022).
3. «UA: Перший». URL: <https://suspilne.media/> (дата звернення: 02.02.2022).

ЗМІНИ МОВНОЇ НОРМИ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Модернізація мови відбувається за певних обставин. Такими обставинами можуть бути історичні події, вплив діалектів, технологічний розвиток тощо. В умовах розвитку інформаційно-комунікаційних технологій на мовлення відчутно впливає інтернет, а особливо блогерство. Блогери сприймаються як лідери думок, їх слухають та копіюють, переймаючи мовний стиль, який може поширюватися вірусно. Яскравим прикладом такого впливу є слово «ніт», яке зараз більшість використовує замість літературного слова «ні». Вперше це слово з'явилося в епізоді YouTube-каналу «Телебачення Торонто». Цей епізод став мемом, а слово «ніт» – загальноживаним. Помітні зміни в живому інтернет-мовленні українців спостерігаємо і з початком війни.

В умовах російського збройного нападу зміна мовної норми є проявом зневажливого ставлення до ворога. В етерах більшості українських телеканалів з'являються такі слова та словосполучення як «ванькі», «росіянське», «бойові буряти», «орки», «русня». Так маркується огида до ворога та оцінка недолугих дій російських військ та всієї росії. Ці мовні форми знаходять своє вираження не лише в інтернеті, їх функціонування спостерігаємо на провідних українських теле- та радіоканалах, що засвідчує однозначне ставлення до загарбників на різних рівнях функціонування медій.

Не складно помітити, як сучасне мовлення українців переповнюється аргонізмами, жаргонізмами та просторіччями. Легендарна фраза про «руський воєнний корабель» з нецензурною лексикою часто з'являється в публічному мовленні як мем, використання якого засвідчуємо на білбордах, футболках, поштових марках тощо. Такі фрази на позначення окупанта та агресії стають буденністю.

Відхилення від чинного правопису в соціальних медіа щодо власних назв також прояв ставлення українського народу до росії. Трансформації зачепили як міста росії, так і саму країну-агресорку, – власні назви, пов'язані з росією, тепер пишуться з малої літери для підкреслення меншовартості всього російського (*авт.: «росія» – ми також свідомо пишемо з малої літери*). На відміну від написаного вище, спостерігаємо правопис прикметника «Український» у соціальних медіа з великої літери. Можна припустити, що зазначені процеси можуть бути закріплені у правописі вже після нашої перемоги. Також після перемоги у правописі літературної мови конструкція «Збройні сили України» кожне слово буде писатися з великої літери – «Збройні Сили України».

Цікавим явищем є рекомендація уникати назв – «Західна Україна», «Східна Україна». Для номінації частини країни дописувачі соціальних мереж

рекомендують говорити «Захід України», «Схід України». Такими висловами носії мови не протиставляють, а поєднують захід та схід країни.

Особливої актуальності сьогодні набуває крилатий вислів Панаса Мирного, що «Найбільше і найдорожче добро в кожного народу – це його мова, ота жива схованка людського духу, його багата скарбниця, в яку народ складає і своє давнє життя, і свої сподіванки, розум, досвід, почування». Важко не погодитися з його словами, так само важко не погодитися із тим фактом, що мова є засобом об'єднання нації. А сучасні зміни в мові, зумовлені загарбницькими діями росії на території України, покликані продемонструвати єдність та цілісність України, бажання якнайшвидше здолати ворога. Ми не знаємо, чи зафіксуються ці зміни в літературній нормі, але однозначно ці зміни демонструють, що мова – дзеркало соціальних змін.

Література

1. Дудик П. С. Стилїстика української мови: Навчальний посібник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2005. 368 с.
2. Савчук М. П. Мовна норма та її соціальне значення. URL : <http://intkonf.org/savchuk-mp-movna-norma-ta-yiyi-sotsialne-znachennya>.
3. Струганець Л. В. Мовна норма: Стале та змінне. Культура слова, Київ : Інституту української мови НАН України. Вип 74, 34–43.

Самойленко Олександра

студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: канд. філол. наук Лебідь Н. М.

АДАПТАЦІЯ МАТЕРІАЛІВ ТРАДИЦІЙНИХ ЗМІ В УМОВАХ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

Стрімкий розвиток науки та техніки за останні два десятиріччя призвели до появи нових цифрових та інформаційно-комп'ютерних технологій, котрі активно та успішно впроваджуються в усі напрямки громадського життя, у тому числі й у сфері комунікацій. Їх активне використання та збільшення аудиторії інтернет-користувачів призвело до переходу традиційних ЗМІ до електронних ресурсів.

Питаннями специфіки оформлення традиційних ЗМІ займався В. Іванов, який у своїх працях концентрує свою увагу саме на візуальному оформленні традиційного видання. Він послідовно і системно розкриває концептуальні засади та конкретні практичні прийоми оформлення періодичних видань [1]. Питаннями текстового наповнення традиційних ЗМІ займалися Д. Баранник, І. Чередниченко та В. Зайцева, які у своїх наукових роботах акцентували увагу саме на стилях тексту, які притаманні для традиційних засобів масової інформації. Вже в сучасному науковому дискурсі з'являються розробки на тему новітніх медіа та електронних видань. Т. Киричок та О. Лотоцька детально розкрили питання про електронні видання, їх види, специфіку та їх засоби створення [2]. Завдяки науковим розвідкам було розроблено

національний стандарт «Видання електронні. Основні види та вихідні відомості: ДСТУ 7157:2010», розробкою якого займалися Н. Петрова, Г. Плиса та Т. Жигун [3].

На сьогодні відкритим для дослідження залишається питання вивчення ступеню адаптації матеріалів традиційних ЗМІ до нових вимог, які виникли з появою електронних заміників традиційним ЗМІ, що й зумовило актуальність обраної теми дослідження.

Нами було досліджено видання «Голос України», що має два варіанти подачі матеріалів: друкований та електронний. Для дослідження я взяла друкований варіант «Голос України» №103-104 (7853-7854) за 17 травня 2022 та № 88 (7838) за 16 квітня 2022. Серед проаналізованого матеріалу були виділені спільні особливості подачі матеріалу, а саме: корпоративний стиль, зміст текстів, ілюстративний матеріал. Так, у традиційному та електронному варіанті ЗМІ збереглися всі вище перераховані елементи. З 53 проаналізованих матеріалів видання не було знайдено відмінностей у корпоративному стилі та змісті текстів. У двох варіантах видання звичайний текст візуалізують у вигляді зображень, діаграм, графіків і так далі, що спрощує сприймання великих текстів (а особливо цей метод актуальний, якщо у матеріалі багато цифр). Наприклад, у матеріалі «Про звернення громадян до Верховної Ради України у січні – березні 2022 року» у вигляді діаграми продемонстрували наочно кількість питань, які були розглянуті Верховною Радою.

Натомість були віднайдені специфічні особливості в поданні матеріалу в електронних ЗМІ, а саме: оформлення контенту та ілюстративний матеріал. Такі особливості в оформленні віднайдені у номері за 17 травня 2022 та його електронному відповіднику, де у одній статті було порушено тенденцію збігів у ілюстративному матеріалі – ілюстрації в одному матеріалі на обох видах ЗМІ відрізняються. Це може бути спричинено тим, що у електронний варіант можна внести зміни для більш чіткого візуального інформування, що не можна зробити для традиційного виду ЗМІ. Також на електронному ресурсі додаються гіперпосилання для глибшого ознайомлення та вивчення питання, яке розкривається у матеріалі. У статтях є посилання на першоджерело їхнього матеріалу, що демонструє достовірність і точність викладу матеріалу у електронному ЗМІ.

Оскільки ЗМІ публікуються в Інтернеті, який охоплює комунікативну функцію, то вони мають змогу використовувати її для отримання фідбеку (зворотного зв'язку) від читача. На електронному ресурсі видання ми можемо бачити кількість переглядів на матеріалі, кількість користувачів, яким сподобався матеріал та маємо змогу поширювати матеріал у різних соціальних мережах. На сайті ми можемо самостійно знайти потрібний матеріал за рубрикацією на сайті або ж використати пошукову систему ресурсу, на відміну від традиційного видання.

Традиційні ЗМІ поступово переходять до електронних ресурсів, що зменшує тиражування друкованої продукції і збільшення матеріалу на інтернет-ресурсах. Адаптація традиційних ЗМІ у інтернет-ресурсах звичайно

присутня, як ми можемо бачити на прикладі газети «Голос України». Так, зберігаються основні елементи — логотип та колірна гама видання. Також не підлягають змінам стиль мовлення та зміст матеріалу. Але ці два види ЗМІ суттєво відрізняються у подачі матеріалу. Якщо всі звикли до традиційних ЗМІ, які виглядають як текстовий та ілюстративний матеріал, то електронний варіант набагато різноманітніший.

Література

1. Іванов В. Техніка оформлення газети : курс лекцій : навч. посібник для студ. фак. Журналістики. Київ: Знання, 2000. 222 с.
2. Киричок Т., Лотоцька О. Мережеві електронні видання: довідник. Київ: НТУУ «КПІ», 2016. 298 с.
3. Петрова Н., Плиса Г., Жигун Т. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості: ДСТУ 7157:2010. Київ : Державне підприємство «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» (ДП «УкрНДНЦ»), 2010. 14 с.

Суханов Максим

студент 1 курс магістратури , факультету журналістики
Наук.кер.: канд. філол. наук, доц. Доценко К.О.

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАСОБАМИ PR ОРГАНІЗАЦІЙ «ТРЕТЬОГО СЕКТОРУ» В УКРАЇНІ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

На сьогодні, питання позиціонування організацій «третього сектору» в Україні стоїть неабияк гостро, адже в умовах повномасштабної війни з росією робота цих організацій стала предметом широкого зацікавлення громадськості. Українські дослідниці Л. Газуда і В. Слюсаренко зазначають: «У вітчизняній літературі під громадськими організаціями розуміють добровільні формування громадян, які утворюються в результаті вільного волевиявлення з метою висловлення колективних інтересів і вирішення громадських питань та проблем» [2]. Як відомо, у закордонних наукових джерелах підкреслюється неурядовий і неприбутковий характер таких формувань. Варто говорити про те, що громадські об'єднання пройшли тривалий шлях свого формування та еволюції і є продуктом соціально-економічного та суспільноісторичного розвитку кожної країни. «Серйозний вплив на їх характер накладають особливості соціально-культурного розвитку, історичні традиції, демографічні й етнокультурні процеси, особливості релігії та інші чинники» [2].

В навчальному посібнику «Громадські об'єднання в Україні»: стверджується, що через громадські об'єднання, громадськополітичні рухи, політичні партії до активної державотворчої діяльності залучаються широкі верстви населення, реалізуються і захищаються політичні та економічні інтереси тієї чи іншої частини суспільства (народу, нації, соціальної групи).

Вони є формою підтримки зв'язків між громадянським суспільством і державою. Громадські об'єднання не залежать від держави, вони здатні впливати на державні інститути і водночас захищати суспільство від необгрунтованого втручання [3, с. 12].

Різні аспекти позиціонування досліджували численні науковці, але різних позицій настільки багато, що єдиної думки з цього приводу не вироблено. Найпотужнішими вченими, думки яких лежать в основі цього аспекту наукового дискурсу, є Д. Аакер, Ф. Котлер, Г. Ассель, Ж-Ж. Ламбен, М. Портер, Дж. Траут, С. Дібб, Г. Хулей, О.В. Зозульов та інші. Уперше концепція позиціонування була запропонована Дж. Траутом і Е. Райсом (наукова праця «Позиціонування: битва за впізнаваність»): «Позиціонування – це створення для товару певної позиції серед конкуруючих товарів, своєрідної ніші, яка знайшла б віддзеркалення в ієрархії цінностей, сформовані у свідомості потенційного покупця» [10]. Інший дослідник Д. Аакер говорить про те, що «позиціонування – це обличчя стратегії бізнесу, що демонструє бажання компанії стосовно її сприйняття (порівняно з конкурентами та ринком у цілому) покупцями, працівниками і партнерами» [12]. Для того, щоб правильно позиціонувати ті чи інші організації третього сектору України в ситуації повномасштабної війни, слушно, на нашу думку, позначити переваги і недоліки у їхній діяльності, на які вказують дослідники у довоєнний період:

1. Невідповідність діяльності громадських організацій призначенню громадянського суспільства.
2. Слабка підтримка організацій громадського сектора населенням внаслідок тривалого обмеження державою можливостей організацій громадянського суспільства відігравати роль у вирішенні нагальних проблем громадян.
3. Фіктивність існування великої кількості регіональних НУО.
4. Недостатнє фінансування.
5. Недостатня розвиненість горизонтальних зв'язків між окремими структурами громадянського суспільства та владою (обмін інформацією, проведення спільних заходів) внаслідок того, що кожен з них займає окрему нішу, є практично самодостатнім і діє самостійно [1].

Хоча відзначалися і переваги у діяльності українських НУО, це насамперед:

1. Розширення сфер діяльності та форм активності НУО.
2. Актуалізація тенденції залучення коштів іноземних грантів до здійснюваних проєктів.
3. Професіоналізація громадського сектору (зокрема, це стосується політичної сфери).
4. Активізація становлення аналітичних центрів на регіональному рівні як прояв професіоналізації третього сектору.
5. Поширення випадків об'єднання зусиль кількох громадських організацій для реалізації спільних проєктів [1].

Варто підкреслити, що такі моменти, як розширення сфер діяльності та форм активності НУО та актуалізація тенденції залучення коштів іноземних

грантів до здійснюваних проєктів дуже поживалена у сьогоднішні. Так наприклад, працює Благодійна організація «Благодійний фонд «Волонтерський центр «Паляниця» (Запоріжжя), яка є чи не найпотужнішою організацією з допомоги фронту і вимушеним переселенцям на Запоріжжі.

Дуже слушною щодо НУО у сьогоднішні є думка Ф. Котлера про поділ усіх стратегій позиціонування торговельних марок на сім груп: за атрибутами, за перевагами, за способами чи ситуацією використання, за споживачем, стосовно конкурентів, за товарною категорією, за співвідношенням «ціна/якість» [6]. Ж.-Ж. Ламбен додає «позиціонування за стилем життя» [7]. Зустрічаються стратегії, що базуються на якості товару, сервісному обслуговуванні, технологіях виробництва [4; 5; 11]. Завдяки постійній присутності і звітуванню про пророблені дії в телеграм-каналі та на сторінках соцмереж, «Благодійний фонд «Волонтерський центр «Паляниця» (Запоріжжя) постійно проводить свою піар-підтримку, вони щиро розповідають про ті обсяги роботи, які змогли організувати, за такий короткий проміжок часу і вийти лідери та бут впізнаваними. За канонічною теорією М. Портера [8], акцент робиться на створенні продукту (сукупності матеріальних і нематеріальних атрибутів), який споживач сприймає як щось унікальне. Якраз це можна засвідчити, аналізуючи діяльність «Паляниці». Це і унікальні бронежилети, в тому числі для чотирилапих захисників України, і купа гуманітарної допомоги, яку вони здійснюють за допомогою закордонних організацій і грантових вливань, це і краудфандингові кампанії на величезні грошові суми, які вони закривають миттєво через свій репутаційний капітал, і ко-брендингова діяльність – спільні проєкти з Фондом Сергія Притули та іншими найвідомішими благодійними фондами України.

Дослідниця НУО Б. Стельмах говорить, що PR у таких структурах, це насамперед «інформаційний супровід заходів організації, які вона здійснює. І тут важливо, щоб про ті заходи і результати дізналося якомога більше представників цільової аудиторії і загалом усієї громади...», а «які методи і форми «піару» використовувати – залежить і від заходів, і від мети й конкретних завдань в діяльності організації» [9]. Саме від своєї постійної присутності в медіапросторі і створення чесної репутації залежить успішно робота НУО, скільки головні зусилля їх у сьогоднішні спрямовані на збір пожертвувань (донеїтів) для допомоги армії та вразливим категоріям населення і волонтерську діяльність.

Література

1. Взаємодія громадянського суспільства та влади на місцевому рівні : збірник матеріалів конференції. Львів, 2008. 32 с.
2. Газуда Л., Слюсаренко В. Громадські організації як „третій сектор”/ *Науковий вісник Ужгородського університету* : Серія: Економіка / В.П. Мікловда, М.І. Пітюлич, Н.М. Гапак. Ужгород: Видавництво УЖНУ «Говерла», 2011. Вип. 2 (34). С. 77–84.
3. Громадські об'єднання в Україні : навч. посіб. для вузів / за ред. Бесчастного В.М. Київ : Знання, 2007 . 415 с.

4. Дибб С., Симкин Л. Практическое руководство по сегментированию рынка: цели, анализ, стратегии / Салли Дибб, [пер. с англ. С. Жильцова]. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 390 с.
5. Зозульов О.В. Типи позиціонування товарів і марок на споживчому ринку. *Маркетинг в Україні*. 2008. №6. С. 49-52.
6. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент : анализ, планирование, внедрение, контроль. Санкт-Петербург : Питер, 1998. 896 с.
7. Ламбен Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива [пер. с франц. Б. И. Лифляндчик, В. Л. Дунаевского, С. А. Бурьяна]. Санкт-Петербург : Наука, 1996. 610 с.
8. Портер Майкл Е. Конкурентная стратегия : методика анализа отраслей и конкурентов [пер. с англ. 2-е изд.]. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. 454 с.
9. Стельмах Б. PR-діяльність громадських організацій : спостереження та рекомендації. URL : <https://gurt.org.ua/articles/11594/>
10. Траут Дж., Райс Е. Позиционирование. Битва за узнаваемость [пер. с англ. С. Жильцова]. Санкт-Петербург : Питер, 2004. 256 с.
11. Хулей Г., Сондерс Д. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование. Москва : Баланс Бизнес Букс, 2005. 800 с.
12. Aaker David A., Mc. Loughlin Damien. Strategic Market Management: Global Perspectives. New York : John Wiley and Sons, Ltd, 2010. 368 p.

Таточенко Катерина

студентка 3 курсу фак-ту журналістики

Наук. кер.: д-р наук із соц. ком., доц. Ковпак В. А.

ДО ПИТАННЯ ПОНЯТТЯ КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ДИСКУРСІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

За останні роки кризи вплинули на усі сфери людської діяльності: економічну, соціальну, політичну та інші. Публічне управління – не виняток. 2020 рік був роком епідемії COVID-19 для всього світу. В умовах пандемії більшість підприємств та бізнес-структур перейшли в онлайн-режим. Органи публічного управління, у свою чергу, максимально адаптували свої структури до карантинних умов та перевели у дистанційний режим ті підрозділи, в яких це було можливо. Дистанційні освіта та робота стали нормою. І це значно спростило адаптацію більшості сфер до умов нової кризи – воєнного стану у зв'язку з повномасштабним вторгненням росії в Україну 24 лютого 2022 року.

Для того, щоб краще оперувати поняттям кризових комунікацій, звернемося до понятійної бази кризових комунікацій та до їхньої класифікації. У робочому тлумаченні кризою йменують різку зміну звичного стану речей, загострення становища, проте поняття «криза» має безліч інтерпретацій. Наприклад, автори посібника «Стратегічний менеджмент» визначають кризу як «крайнє загострення внутрішньовиробничих і соціально-економічних відносин,

а також відносин організації із зовнішньоекономічним середовищем» [1, с. 311]. А з позиції кризового управління криза – це припинення нормального процесу, непередбачена подія, що ставить під загрозу стабільність підприємства, раптова серйозна подія, що має потенціал, здатний зашкодити репутації компанії або навіть зруйнувати її [2]. А. Киричок, який визначає кризові комунікації як збір, обробку і поширення інформації, необхідної для вирішення кризової ситуації, виокремлює серед них такі, що акцентують увагу на заходах з управління, що виходять за рамки звичайних або загальноприйнятих процесів управління; такі, що акцентують на критичному стані ситуації і на такі, що підкреслюють неналежний контроль, невизначеність, порушення законодавства, етичних норм та інші зловживання [3].

Д. Коник визначає кризові комунікації як зв'язок між місцевою владою та громадою: членами громади, громадськими активістами та іншими групами – до, під час і після кризової ситуації [4]. Наголошуючи на необхідності кризових комунікацій, він пише про те, що в деяких випадках вони здатні не тільки полегшити або усунути наслідки кризи, але й сформувати для організації більш позитивну репутацію, ніж вона була до кризи.

У посібнику «Комунікації у публічному управлінні» знаходимо наступне визначення кризових комунікацій: «Криза в публічному управлінні – це переломний стан у розвитку і функціонуванні політичної системи суспільства, структур публічного управління, який характеризується нестабільністю, розбалансованістю діяльності політичних інститутів, зниженням рівня керованості соціально-економічними процесами, загостренням політичних конфліктів, підвищенням критичної активності громадськості щодо органів публічного управління» [5, с. 132]. Кандидатка політичних наук Н. Яковлева в одній зі своїх статей поділила внутрішньодержавні кризи на довгострокові, середньострокові та короткострокові [6]. Однією із довгострокових криз в Україні авторка називає анексію Криму беззбройним шляхом. На її думку, це було підтвердженням вкрай слабкої єдиної державної комунікаційної політики в аспекті національної ідентифікації [6]. Також, відповідно до цієї класифікації, до середньострокових криз можна віднести парламентські та урядові кризи, а також кризу протистояння різних соціальних груп з офіційними органами державної влади, наприклад, Революція гідності 2013–2014 років [6]. Короткотривалі кризи є наслідком політичних скандалів, які швидко згасають. Найтипівішими категоріями таких криз Н. Яковлева називає відставку посадової особи, кризи, пов'язані зі стихійними явищами чи катастрофами, оприлюднення конфіденційної або ж таємної інформації тощо [6]. Також дослідниця поділяє кризи на передбачувані, пов'язані із закономірностями розвитку політичних процесів держави, та непередбачувані, що виникають стихійно і найчастіше не залежать від державних інституцій [6].

За масштабами прояву дослідники розрізняють загальні, що охоплюють усю систему, та локальні кризи, що охоплюють лише певну її частину; за причиною – природні, політичні, фінансові, економічні, суспільні та

екологічні; за проблематикою виокремлюють макро- і мікрокризи: «Макрокризи – масштабної проблематики й обсягів, а мікрокризи охоплюють лише окрему проблему чи невелику їх групу (мікрокриза здатна викликати ланцюгову реакцію, поширитися на всю систему та призвести до макрокризи)» [7, с. 23].

У контексті функціонування підприємства, організації кризи можна класифікувати на технологічні (виробничі); соціальні (соціально-управлінські); фінансові; організаційні; інформаційні; кризи взаємодії між власниками організації або з владою [1, с. 311–312].

З погляду наслідків, В. Овсяник пропонує поділяти кризи на такі, що пов'язані з фізичним руйнуванням і такі, що не пов'язані з ними, а також політичні, економічні, демографічні та кризи в культурі [2]. Автор також пропонує розрізняти кризи за походженням на навмисні кризи, пов'язані з фізичними руйнуваннями та не пов'язані з фізичними руйнуваннями. «Навмисні кризи, пов'язані з фізичними руйнуваннями – це терористичні акти, замах на життя і свободу людей, підробка товарів, якщо наслідки пов'язані з людськими жертвами або псуванням майна. Навмисні кризи, не пов'язані з фізичними руйнуваннями, – це загроза вибуху, зловмисне розповсюдження чуток та інші неправомірні дії» [2].

Наслідком кризи може бути як відновлення системи, так і її руйнування, як розв'язання накопичених суперечностей, так і виникнення нової кризи [7, с. 25].

Першочерговою та найактуальнішою вимогою в умовах кризи стає оперативність циркуляції інформації в системі публічного управління, прийняття на її основі рішень, що адекватні запитам оточення, швидкого і точного доведення цих рішень до відповідних об'єктів управління, отримання реакції каналами зворотного зв'язку [8]. Громадськість хоче знати все те, що знають високопосадовці, органи місцевого самоврядування та чиновники. У таких спосіб можливо і необхідно протистояти непорозумінням, чуткам, фейкам та дезінформації в інформаційному просторі громадськості. «Місьцеве самоврядування повинно взяти на себе провідну роль у забезпеченні надходження важливої інформації до громадськості, засобів масової інформації, організацій, що реагують на надзвичайні ситуації, та інших державних установ» [4, с. 6].

У сучасних реаліях інформація виступає стратегічним ресурсом, а відтак є ключовою складовою у процесі вирішення будь-яких суспільно-політичних питань [9]. О. Кудіна наголошує на тому, що для управління ситуацією кризи потрібно використовувати інформаційний ресурс, тим самим тримаючи під контролем процес формування комунікативного політичного простору [9]. Оскільки криза розриває сталі комунікативні зв'язки та інформаційні потоки, вибиваючи споживача зі звичних для нього джерел інформації, може з'явитися дефіцит інформації. Як зазначає В. Дрешпак, традиційні джерела інформації втрачають змогу виконувати притаманні їм функції, а кризові обставини вимагають принципово нової за змістом та оперативністю інформації [8]. Різні

моделі застосування Інтернет-простору в кризовій ситуації є в сучасному світі надзвичайно актуальними:

- застосування сайту організації (інструменти: прес-реліз, PDF-версії друкованих документів аудіо– та відеоролики з ключовими особами компанії, конференції, випуски новин, інформаційний бюлетень);
- активізація інтерактивного складника Інтернету через залучення користувачів, створення форумів, перегляд відеорепортажів та відеотрансляцій конференцій в Інтернеті;
- виклад власного погляду (версії) на ситуацію, що склалася через розміщення низки документів та новин, інтерв'ю, відеоматеріалів та ін., а також створення сторінок для різних груп громадськості;
- формування зворотного зв'язку через коментарі та відгуки;
- використання блогінгу, який набуває домінантних позицій у системі кризових комунікацій [10].

Інтернет у кризових комунікаціях надає ширші можливості для охоплення аудиторії, оперативного реагуванні на ситуацію та постійного підтримання контакту, що вкрай необхідно в умовах кризи. Перспективним дослідженням є аналіз офіційних чат-ботів у месенджерах соціальних мереж в умовах воєнного стану.

Література

1. Стратегічний менеджмент. Навч. посіб. За заг. ред. Бутка М. [М. Бутко, М. Дітковська, С. Задорожна та ін.] Київ: «Центр учбової літератури», 2016. 376 с.
2. Овсяник В. Кризові комунікації в умовах надзвичайних ситуацій. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія : Державне управління*. 2018. № 2. С. 105–111.
3. Киричок А. Начерки з розвитку досліджень у галузі кризових комунікацій. Київ: КІІ ім. Ігоря Сікорського, 2016. *Соціальні комунікації*. № 4. (54). С. 81–87.
4. Коник Д., Хагт Л. Довіра громади: Кризові комунікації органів місцевого самоврядування. Практичний посібник. Київ. 2020. 69 с.
5. Дрешпак В. Комунікації в публічному управлінні. Навчальний посібник. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2015. 168 с.
6. Яковлева Н. Особливості політичної комунікації в умовах українських внутрішньодержавних криз. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. Випуск 3/4 (23/24). 2014. С. 166–171.
7. Мудрак Л. Комунікація і криза. Як громадам протистояти викликам і успішно діяти в період кризи. Посібник. Київ. 2020. 106 с.
8. Дрешпак В. Комунікації в публічному управлінні. Навчальний посібник. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2015. 168 с.
9. Кудіна О. Комунікаційна політика в умовах політичної кризи: антикризові заходи та особливості їх застосування. Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова. *Молодий вчений*. № 11 (14). 2014. С. 240–242.

10. Баранецька А. Інформаційно-комунікаційний менеджмент: кризові практики. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. С. 112–119.

Ткаченко Олександра

студентка 3 курсу фак-ту журналістики

Наук. кер.: канд. філол. наук, доц. Горбенко І. Ф.

ФОТОГРАФІЯ ЯК НОСІЙ ІНФОРМАЦІЇ У ФОТОАЛЬБОМАХ

Ми розглядаємо фотографію як фіксоване відображення дійсності, її розміщують у періодичних та неперіодичних виданнях.

У періодичних виданнях фотографія є ілюстративним матеріалом, який виконує ряд функцій. По-перше, доповнює текст та допомагає розкрити головну тему матеріалу, а по-друге є основним засобом привернення уваги. В деяких жанрах наявність фотографії є обов'язковою, зокрема у фоторепортажах.

У неперіодичних виданнях функції фотографій значно відрізняються. Здебільшого вони також є ілюстративним матеріалом, але іноді можуть виступати і в ролі самостійного носія інформації, який не доповнює текст, а навпаки замінює його.

Одним з таких видань, де фотографії є основним джерелом інформації, є фотоальбом. В Національному стандарті України ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять» немає терміну на позначення «фотоальбому», замість нього тлумачать термін «альбом», де він подається як різновид образотворчих видань: «альбом – образотворче видання з пояснювальним текстом чи без нього [1, с. 4].

Фотоілюстрації завжди привертають увагу реципієнта, адже ми завжди сприймає фотографію як достовірне джерело інформації, яке точно передає картинку світу.

Різновиди фотографій напряму пов'язані з різновидами фотоальбомів.

Л. Касян виділяє такі види фотоальбомів:

І. За сферою створення та функціонування:

1. Приватний фотоальбом (створений окремою фізичною особою (особами), яка керується приватними особистими інтересами, побутує в особистому приватному просторі).

2. Офіційний фотоальбом (створений юридичною особою, упорядковується від імені органів державного управління, державних установ, організацій, військових підрозділів, різних суспільно-громадських, культурно-освітніх, військових, територіальних об'єднань для виконання певних завдань. Побутує у державно-управлінській, суспільно-громадській сфері).

ІІ. За автором-упорядником:

1. Персональний фотоальбом (творцем-укладачем фотоальбому є окрема особа).

2. Колективний фотоальбом (творцем-укладачем фотоальбому є (в широкому розумінні) певна спільнота, колектив (процесуально-технологічно це може робити і якась одна визначена особа, але лише від імені спільноти та при узгодженні матеріалу з іншими членами колективу).

III. За сюжетом:

1. Біографічний.
2. Родинний.
3. Подієвий.
4. Альбом про хобі.
5. Видовий [2, с. 184–185].

Велика кількість різновидів фотоальбому є показником, що зміст фотографії може так само, як і текст, виконувати інформаційну функцію та мати тематичний розподіл.

Отже, розглянувши різницю мотивації використання фотографій у періодичних та неперіодичних виданнях, виділивши фотоальбом як видання, де фотографії відіграють роль головного носія інформації, а також розібравши типологію фотоальбомів, можемо зробити висновок, що фотографія може бути самостійним елементом у виданні та може замінювати текстовий матеріал, маючи змогу розкривати тему без додаткового тексту.

Література

1. ДСТУ 3017:2015 Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. [Чинний від 2015-06-22]. Вид. офіц. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 42 с.

2. Касян Л. Г. Фотоальбом як спосіб збереження і презентації інформації, архівний документ, історичне джерело: тематико-типологічний аналіз. *Архіви України*. 2016. № 3–4. С. 174–190.

Христіч Вероніка

студентка 2 курсу фак-ту журналістики

Наук. кер.: канд. наук із соц. ком. Рогова Т.А.

ТИПИ ІНТЕРВ'Ю НА СТОРІНКАХ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ

Інтерв'ю – це досить популярний й важливий жанр та метод здобуття інформації в журналістиці. Так, за свідченням доктора філологічних наук І. Михайлина, «цей метод дає від 80 до 90 відсотків потрібної журналістові інформації» [4, с. 330]. Як метод інтерв'ю може зустрічатися у будь-якому інформаційному або аналітичному журналістському творі для надання більш детальної характеристики описуваній події. На сторінках друкованих та онлайн видань, а, крім того, в аудіовізуальному форматі, інтерв'ю також зустрічається як самостійний жанр. Дослідниця Ю. Казімова вказує, що цей жанр «становить суспільно важливу новинну інформацію у вигляді запитань кореспондента та відповідей інтерв'ююваної особи» [2]. Хочемо розширити поняття «інтерв'ю» як окремого жанру та надати власне визначення:

«Інтерв'ю – це самостійний журналістський жанр, який полягає в отриманні необхідної, зазвичай, суспільно-важливої інформації шляхом вербальної комунікації суб'єкта (журналіста-інтерв'юера) та об'єкта (інтерв'ююваного / их), під час якої інтерв'юер ставить питання учаснику / ам розмови, щоб дізнатися їхню думку».

Виділяють три групи інтерв'ю за метою розмови: оперативно-інформаційні, цікаво-розважальні, пізнавально-аналітичні [1, с. 170]. Перший вид присвячений висвітленню різної за тематикою та ступенем важливості інформації суспільно-політичного характеру, другий – розважальної, ознайомленню з героєм розмови, як правило публічною або з цікавим для громадськості захопленням чи умовами життя особою, третя – глибинному дослідженню певної проблеми. Далі, інтерв'ю також поділяється за видами на інформаційне, оперативне, розслідування, портретне та бліц-опитування [3]. Кількість учасників бесіди залежить від теми, що обговорюється та виду, так, зазвичай, героєм виступає одна особа в усіх видах, окрім опитувань, це є інтерв'ю-монологом; два та більше учасника, коли необхідно дізнатися різнобічні погляди на явище – це вже інтерв'ю-діалог або полілог (лолілог).

Цей жанр займає досить значне місце в запорізькій пресі. Наприклад, в газеті «Індустріальне Запоріжжя – Панорама» у середньому в одному випуску зустрічається близько трьох матеріалів жанру інтерв'ю, що, зважаючи на складність підготовки до розмови, переважання інформаційних публікацій, де інтерв'ю виступає як метод, та розмір робіт аналітичних жанрів, що потребують критичного занурення у проблему, є достатнім. На нашу думку, аналіз інтерв'ю з двох представників регіональних друкованих медіа дозволить зрозуміти, які типи та теми є більш пріоритетними.

Для аналізу було обрано матеріали двох видань з першого січня 2022 по 23 лютого 2022. Перше інтерв'ю це «...І приголомшливі пляжі на березі океану» у газеті «Індустріальне Запоріжжя – Панорама». Це цікаво-розважальне інтерв'ю-діалог, в якому розповідається про подорож запорізького подружжя до Занзібару. Усього тут дев'ять питань, більшість з них прямі та відкриті, проте є й закриті і три непитальних речення, що запрошують до розмови. Оформлена публікація правильно, текст легко сприймається блоками, є фото, що відповідають темі. В загалом, діалог вийшов повним та цікавим, розглянуто багато важливих аспектів життя на островах, усю інформацію надали респонденти, її не помістили у ліді, або як доповнення до відповідей. І хоча деякі питання побудовані не вірно, це не завадило отримати гарні відповіді.

Після перегляду декількох публікацій цього жанру у газеті «Індустріальне Запоріжжя – Панорама», ми дійшли висновку, що найбільшою популярністю тут користуються портретні, розважальні інтерв'ю, в яких розповідається про, здебільшого, місцевих жителів, що мають певні таланти або цікавий досвід. Бліц опитування зустрічаються рідко, розслідування відсутні. Інформаційні / оперативні також наявні, але частіше у таких матеріалах інтерв'ю виступає як метод.

Наступне інтерв'ю це бліц-опитування «Як на вашу думку, чи є солодощі необхідним продуктом у нашому харчуванні? Чи відчуваєте ви шкідливість споживання солодощів?» в газеті «Правда ЗР». Обрана тема, на нашу думку, є досить важливою та дозволяє зрозуміти ставлення суспільства до споживання солодких продуктів. Усього відповіло п'ять респондентів різних професій та віку, завдяки чому було досягнуто балансу думок. Однак, обидва питання побудовані неправильно – вони закриті, тобто на них можна відповісти односкладно. Зважаючи на малу кількість інтерв'юйованих, питання мають бути конкретніше; якщо б було опитано понад 100 осіб, то тоді б побудова не мала значення через першочерговість порівняння простих відповідей «так» або «ні», а відповіді демонстрували валідну думку. Ми погоджуємося зі словами дослідниці М. Лукіної щодо того, що «закриті питання не стимулюють розвиток діалогу, тому що фактично повідомляють співбесіднику, що інтерв'юер зацікавлений тільки у підтвердженні або запереченні інформації» [3].

Проаналізувавши матеріали на сторінках газети «Правда ЗР», можна сказати, що жанр інтерв'ю представлений тут виключно бліц-опитуваннями у кінці кожного випуску та рідкими інтерв'ю-портретами, зазвичай, без вказання питань. У середньому зустрічається 1 інтерв'ю на випуск, що не є достатнім, однак, варто зважати на маленьку кількість сторінок видання та скорочений бюджет. Підготовка великого інтерв'ю у газеті, що спеціалізується здебільшого на короткому висвітленні суспільно-політичної інформації не є дуже вигідною. Тоді, в цілому, таку незначну кількість матеріалів цього жанру вважаємо все ж негарним показником, але цілком обґрунтованим.

Отже, інтерв'ю залишається популярним жанром, воно займає третє місце в обох виданнях за частотою публікацій серед інших журналістських жанрів. Найбільш розповсюдженими його типами є портретні, інформаційні та бліц-опитування. Розслідування не представлені в жодній з описуваних газет. До реалізації цього жанру підходять, як правило, професійно, коло тем, що обирається для висвітлення є цікавими та важливими для читачів.

Література

1. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
2. Казімова Ю. До поняття формату жанру інтерв'ю у журналістиці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2018. № 896. С. 65–69.
3. Лукина М. Технология интервью. Москва : Аспект Пресс, 2008. 192 с.
4. Михайлин І. Основи журналістики. Київ : «Центр учбової літератури», 2011. 496 с.

РОЛЬ ЗМІ В РЕІНТЕГРАЦІЇ ТИМЧАСОВО ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЙ

Окупація українських територій – Криму і частини Донбасу, і війна, що триває восьмий рік, залишаються головними проблемами України. Зважаючи на те, що в окремих районах Донецької та Луганської областей та на анексованому півострові Крим підростає нове покоління, якому нав'язують російську ідеологію, влада України мусить робити усе, щоб реінтегрувати українців. І далеко не останню роль у цьому відіграють ЗМІ. Саме у новинних телевізійних випусках, стрічках, повідомленнях, що лунають радіохвилями можна дізнатися, що відбувається на окремих територіях насправді: про закони, які набувають чинності у державі; про нововведення, які створює влада для поліпшення життя внутрішньо переміщених осіб. Важлива інформація буває і для тих, хто отримує грошові виплати від держави про функціонування Ощадбанку. Важливо розуміти, що для ефективності повноцінної реінтеграції має зберігатися інформаційний паритет: жителі підконтрольної Україні території мають знати про особливості життя в регіонах, де владу захопили бойовики.

Актуальність роботи обумовлена тим, що внаслідок перебування у замкнутому інформаційному середовищі та посиленні російського інформаційного впливу мешканці окупованих територій більше тяжіють до російсько-радянських цінностей та наративів.

Ефективне вирішення будь-якої проблеми потребує не лише боротьби з наслідками, а перш за все, ліквідації причин. Український телевізійний контент має демонструвати громадянам результати практичного втілення цінностей цивілізованого суспільства. На нашу думку, для мешканців непідконтрольних територій країна асоціюється, передусім, із державою, владою, від так український контент має ілюструвати позитивні зміни у суспільстві внаслідок ефективної модернізації державного управління. Російські ЗМІ вже переключилися з проблем «бандерівців» та «утисків російськомовних» до «вкидання» умов, на яких Донбас може повернутися в Україну. Їх час від часу озвучують і російські ставленики на непідконтрольних територіях. Тому мешканцям ОРДЛО з екранів телевізорів варто доносити те, що умови повернення – це результат, перш за все, суспільного договору в рамках всього українського суспільства, а не ультиматумів Російської Федерації [2].

На сайті Міністерства інформаційної політики України оприлюднений «Проект Стратегії інформаційної реінтеграції окремих територій на Сході України, на яких органи державної влади тимчасово не здійснюють свої повноваження, та територій, прилеглих до району проведення антитерористичної операції». У частині характеристики проблеми, що

потребує розв'язання, увага акцентується на послабленні інституційних зв'язків з Україною, формуванні негативного образу України, відмінностях в оцінці політичної ситуації та конфлікту на Сході України громадянами на підконтрольних та непідконтрольних територіях. Зазначається, що «процес фізичної реінтеграції тимчасово непідконтрольних Україні територій повинен передбачати паралельну реінтеграцію українських громадян на рівні їхніх переконань та ставлення до України» [3].

Стратегічну мету інформаційної політики для вирішення проблем реінтеграції коротко можна визначити так:

- формувати модерну державу та її імідж як цивілізованої європейської країни;
- виховувати громадянина та громадянську ідентичність, формувати на підґрунті базових демократичних цінностей політичну націю
- забезпечувати майданчик для загальнонаціонального діалогу щодо вирішення гострих проблем суспільства;
- об'єднувати суспільство проектом спільного майбутнього [2].

До 24 лютого 2022 року лише телеканал «Дом» мав пріоритетне завдання – реінтегрувати українців з тимчасово окупованих територій. «Дом» забезпечує стабільне і якісне мовлення для аудиторії тимчасово окупованих територій та прилеглих регіонів. Постійно намагається розширювати своє покриття.

Команда журналістів телеканалу «Дом» продовжує активно висвітлювати процес мирної реінтеграції тимчасово окупованих територій Криму та Донбасу. Телеканал «Дом» продовжує виконання власної місії з інформування громадян, що мешкають на непідконтрольних Україні територіях [1]. Інформаційний відділ новин показує конкретні успішні приклади змін, які ведуть до економічної стабільності, зміцнення цінностей демократії та підвищення відчуття безпеки у громадян. Починаючи з 24 лютого – вторгнення російських військ на територію України цю функцію на себе взяв і марафон «Єдині Новини».

З тимчасово окупованих територій складно отримати правдивий і якісний контент; звідти трошки більше можна дізнатися, завдяки стримерам, громадським організаціям, адвокатам, які не перестають говорити про порушення прав людини, політичне переслідування. Про екологічні проблеми теж можна дізнатися завдяки дописам у соцмережах, спостереженням із супутників.

Реінтеграція громадян – доволі складний процес, який без впливу ЗМІ ніяк не можливо повноцінно реалізувати.

Література

1. Про канал – Дом. *Офіційний сайт телеканалу «Дом»*. URL: <https://kanal-dom.tv/about/>. (дата звернення: 5.05.2022).

2. Реінтеграція окупованих територій: інформаційна складова. *Аналітичний центр «Обсерваторія демократії»*. URL:

<https://od.org.ua/uk/реинтеграция-оккупированных-террито/>. (дата звернення: 5.05.2022).

3. Стратегія інформаційної реінтеграції Автономної Республіки Крим та м. Севастополя : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2018 р. № 1100-р. *Офіційний вісник України*. 2019. № 12. С. 82.

Чернявська Юлія

студентка магістратури фак-ту журналістики
Наук. кер.: д-р наук із соц. ком., доц. Чернявська Л.В

СОЦІАЛЬНА ПАМ'ЯТЬ ЯК ФЕНОМЕН КОМУНІКАЦІЇ

Пам'ятати своє минуле – дуже важливо для кожної людини. Історія дає нам ключ до розуміння подій далекого для нас минулого, можливість аналізувати наше сьогодення та прогнозувати події майбутнього. Останнє може вберегти людство від багатьох помилок. Соціальна пам'ять людства - важлива характеристика цього процесу. Це величезна жива система, яка росте кожен день та «харчується» спогадами соціальної спільноти, її історією та культурою.

Французький вчений П'єр Нора вважає, що соціальна пам'ять знаходиться в «постійному процесі еволюції». Результатом трансформації соціальної пам'яті є історична пам'ять, ознаками якої є індивідуальність, суб'єктивність і продуманість [6, с. 441].

Таке явище, як «соціальна пам'ять» вивчається фахівцями різних наук: істориків, філософів, психологів, соціологів. Існують різні визначення цього терміна залежно від методологічного підходу до її вивчення. Наприклад, з точки зору психології, соціальна пам'ять визначається як термін, що слугує для позначення всієї інформації, наявної в суспільстві [1, с. 121]. Ми ж будемо визначати згідно з комунікаційним підходом, який нам пропонує дослідник О. Соколов: «соціальна пам'ять – це мнемічна діяльність і рух сенсів у соціальному часі» [2].

Інтенсивна розробка методології дослідження соціальної пам'яті починається на початку 60-х рр. ХХ ст. Основи інформаційної концепції пам'яті було закладено Я.Ребане. «Вона має яскраво виражений інтегративний характер. Соціальна пам'ять характеризується як накопичена в ході культурно-історичного розвитку інформація, зафіксована в результатах практичної і пізнавальної діяльності, що передається з покоління в покоління за допомогою соціокультурних засобів і є основою індивідуального і суспільного пізнання» [3, с. 112]. Тлумаченню феномену «соціальна пам'ять» присвячена низка ґрунтовних праць українських та зарубіжних дослідників: В. Артюха, В. Вашкевича, М. Барга, В. Данилова, С. Єсельчика, Б. Кравченка, Р. Каменської, В. Масненка, О. Овсяннікова, В. Полянського, Л. Репіної, І. Савельєвої, В. Трояна та ін.

Соціальна пам'ять виникає з того моменту, коли людина починає усвідомлювати себе не просто як член родової спільноти, а вільним суб'єктом, який здатен самостійно визначати орієнтири власного буття. Цей феномен дозволяє уникати побудови ряду випробувань по моделі «проб- помилок», оскільки закріплює раніше знайдений спосіб і форму взаємодії. Вся практична діяльність закріплюється в соціальній пам'яті успішного досвіду. Будь-яка інформація, може зберігатися у суспільстві у пам'яті індивідів, і за допомогою зовнішніх засобів.

Науковець В. Устьянцев акцентував свою увагу на існуванні у суспільстві організацій, які спеціалізуються на збереженні соціальної пам'яті – музеї, бібліотеки. Не стільки сам зміст таких організацій, скільки принцип організації і класифікації знання в межах даних організацій служить способом збереження стереотипів осмислення пізнавальної діяльності людини. Такі організації завжди виступають в ролі репродуктивних інститутів, які є відповідальними за передачу цінностей як соціальних груп, так і суспільства у цілому.

Можна відзначити два аспекти соціальної пам'яті. Перший аспект полягає в змістовному характері соціальної пам'яті, яка зберігає якісь зразки в образах, символах, артефактах. Другий аспект має інструментальний, технологічний характер, коли пам'ять забезпечує, підтримує існування якогось соціального феномену.

До функцій соціальної історичної пам'яті можна віднести:

- ідентифікаційна (дозволяє ідентифікувати соціально-етнічну приналежність);
- мобілізаційна (здобутки предків мотивує суспільство у важкий час на подолання перешкод);
- психологічна (укріплює психологічний стан);
- виховна (історичні приклади дозволяють на кращих зразках формувати характер);
- політична (формує та підтримує самосвідомість, прагнення зберегти державу, передану як спадщину від предків);
- інтеграційна (об'єднує навколо загального історичного минулого громадян в єдине товариство, що має спільних предків, спільну історію);
- етична (формування і підтримка соціальної відповідальності, борг перед предками за збереження здобутого ними героїчними зусиллями);
- інституційна (формування та підтримка соціальних норм, міцність яких забезпечується тривалістю існування і спадкоємністю);
- культурологічна (пам'ять є важливим компонентом культури суспільства);
- комунікаційну (пам'ять забезпечує зв'язок між людьми завдяки загальним символам і знакам, що зберігаються в пам'яті минулого досвіду);
- сакральну (сакралізація образів минулого).

Віктор Городяненко визначаючи соціальну пам'ять як сукупність соціокультурних засобів, що здійснюють відбір та перетворення актуальної

суспільної інформації в інформацію про минуле з метою збереження накопиченого суспільного досвіду і передачі його від покоління до покоління, зауважує на таку обставину: «Соціальна пам'ять може сприяти прискоренню одних соціальних процесів і, в той же час, гальмувати або блокувати інші. Нерідко проявляється і захисна соціальна амнезія – усунення із пам'яті травмуючих подій минулого» [2, с. 428].

Отже, соціальна пам'ять немає кордонів. Вона може припинити існувати тільки в тому випадку, якщо зникне все людство, до єдиної людини. Оскільки навіть одна людина може відтворити все минуле свого роду. Соціальна пам'ять є певною ментальною здатністю, котра не може існувати ізольовано від соціального контексту. Науковий дискурс соціальної пам'яті стає основою процесів соціальної самоідентифікації, конвенціоналізації суспільних відносин у межах комунікаційного середовища.

Література

1. Колеватов В. Социальная память и понимание. М. : Мысль, 1984. 190 с.
2. Соколов А. Общая теория социальной коммуникации : учеб. Пособие. Спб : Изд-во Михайлова А.В., 2002. 461 с.
3. Коннертон П. Як суспільства пам'ятають. Київ : Ніка-центр, 2004. 184 с.
4. Бендас Т. Гендерная психология [Текст]: учеб. пособие для вузов. М. ; Спб. и др.: Питер, 2005. 431 с.
5. Устьянцев В. Культура и социальная память. Закон возрастания роли культуры. Саратов, 1998. С. 5–10.
6. Нора П. Память, история. 50/50: Опыт словаря нового мышления. М.: Прогресс, 1989. С. 441.

СЕКЦІЯ «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»

Баришева Марія

студентка 2 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Сейсебаєва Н. Г.

ВІТЧИЗНЯНЕ ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ПОТРЕБ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ

На сьогоднішній день усі ми знаходимося в умовах жорстокої війни, тому ситуація, коли держава витрачає понад 1 млрд грн щорічно на програмне забезпечення агресора, фактично фінансуючи його збройні сили, просто неприпустима.

В 2017 році, коли вперше запровадили санкційні обмеження щодо компаній і торгових марок, афілійованих із країною-агресором, перед вітчизняними користувачами «підсанкційного» програмного забезпечення

постала непроста дилема: або продовжувати користуватися, програмними продуктами, до яких користувачі за багато років звикли і в розвиток та адаптацію яких вже були вкладені чималі кошти, або починати використовувати вітчизняні розробки [3].

До основних причин, які на той час стримували від переходу на вітчизняні програмні продукти були: відсутність частини функціональних можливостей, потреба перенести накопичену за роки інформацію зі старої системи до нової, необхідність перенавчання користувачів. Але вже в перший день повномасштабного вторгнення Росії в нашу країну в українських користувачів 1С «злетіла» ліцензія. Через місяць користувачі програми окупантів стали отримувати листи з приводу майбутніх санкцій компанії проти українського ринку [2].

Також продовжуючи користуватися «1С» або його російськими аналогами, можуть виникнути певні ризики: без оновлення програми деякі інструменти не працюватимуть належним чином; якщо одного разу програма перестане працювати, це зупинить чи порушить внутрішні процеси компанії; аналітичну інформацію можуть стерти і її доведеться відновлювати вручну; може статися витік внутрішньої інформації – це можуть використовувати як проти самої компанії, і проти української економіки загалом [1].

Серед підприємців є думка, що якісної заміни «1С» немає, проте це твердження хибне. За минулі п'ять років вітчизняна галузь розробки програмного забезпечення отримала потужний поштовх у своєму розвитку, і тепер українські програми не поступаються «підсанкційним», а часом і перевершують їх. Конкретно про програму «MASTER:Бухгалтерія» можна сказати, що це програмний продукт для ведення бухгалтерського та податкового обліку на підприємствах малого та середнього бізнесу і комунальних підприємствах. Він створений для українського ринку та відповідає чинному законодавству України. Доступний у хмарному та стаціонарному рішеннях. «MASTER:Бухгалтерія» підходить як для державних установ, так і для приватних компаній різного розміру. У програмі є модулі для обліку виробництва, автотранспорту, харчових продуктів, лікарських засобів, агронапрямів, ЖКГ, контрактно-договірного обліку, підтримка повноцінного аналітичного обліку [4]. У програмі можна використовувати вже вбудований сервіс електронного документообігу Signy, адже вони мають один розробник – компанія IT-Enterprise. Так ви можете не використовувати сторонні системи. Ще ви додатково посилите безпеку внутрішньої інформації компанії.

Ми готові розвивати вітчизняний ринок програмного забезпечення, зокрема для бухгалтерського, фінансового і оперативного обліку та звітності. Ми цим займалися до війни, займаємося зараз, і будемо продовжувати робити це й надалі. Разом ми збудуємо незалежну країну з сильною економікою.

Література

1. Чим замінити російський «1С»? Огляд українських програм для бухгалтерів. URL: <https://mc.today/chem-zamenit-rossijskij-1s-obzor-ukrainskih-programm-dlya-buhgalterov> (дата звернення: 17.04.2022).
2. Російське програмне забезпечення: бути чи не бути? URL: <https://ibuhgalter.net/articles/886> (дата звернення: 17.04.2022).
3. Акт тижня: Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій). URL: https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA010389 (дата звернення: 17.04.2022).
4. MASTER:БУХГАЛТЕРІЯ. URL: <https://masterbuh.com/product/1> (дата звернення: 17.04.2022).

Батерук Ярослава

студентка 2 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Сейсебаєва Н. Г.

ОСТАТОЧНА ВІДМОВА ВІД РОСІЙСЬКОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Як відомо тільки бюджетним установам довелося відмовитись від російських програмних забезпечень у примусовому порядку ще з 1 січня 2018 року. Вони мали перейти до інших аналогів українського виробництва. Але приватні підприємства не підлягали таким заборонам, і вони, як і раніше, використовували будь-яке програмне забезпечення для обліку. Проте компанії, що мислили не теперішнім а, майбутнім ще тоді відмовилися від російський програм. Адже знали що все одно прийдеться шукати заміну, адже в Україні у них не має майбутнього [1].

Залишається питання, чому підприємства цього не зробили? Адже якщо поцікавитись, то є достатня кількість української продукції. Чому тільки після повторної агресії проти Україні, підприємства почали відмовляються від їхньої продукції? Звісно це добре, адже краще пізніше ніж ніколи. Давайте повернемося до першого питання. Чому підприємства цього не зробили? Я здебільшого вважаю це, тому що по-перше вони вже достатню кількість років або ж навіть десятиліть працювали з російськими програмами, такі наприклад як «1С» і просто звикли до них. А коли шукали аналоги з українського виробництва, то можливо вони їм здавалися не такими професійними або ж доступними. А деякі, мені здається, взагалі думали, що українського продукту як такого немає [2].

Це була їх помилка. Адже він є і не один. Наприклад таке ПЗ як «ХЕП-БУХ». Ця бухгалтерська програма є основним продуктом софтверн компанії

«Баит». Її можна скачати як демонстраційну на 30 днів щоб виявити для себе переваги та недоліки. Також мають свій сайт <https://heppy-buh.com.ua/index.html>. Клієнтів та партнерів фірми є досить багато та з різних сфер діяльності (виробництво та будівництво, сільське господарство, торгівля школи та садочки, бюджетні установи та комунальні заклади, бари та кафе та інші сфери). Також компанія пропонує демонстраційні навчальні відеоролики (22), які знаходяться на сайті. Програма дозволяє повністю вести й автоматизувати різні види обліків. Наприклад: основні засоби, кредиторської та дебіторської заборгованостей, необоротні активи, каси, податковий облік тощо [3].

Є багато інших програм, вибір є великий, залишається тільки обрати щось для себе і маю надію, що кожне підприємство з задоволенням перейде на український продукт і остаточно відмовиться від російського ПЗ.

Література

1. Чим замінити російський «1С»? Огляд українських програм для бухгалтерів. URL: <https://mc.today/uk/chim-zaminiti-rosijskij-1s-oglyad-ukrayinskih-program-dlya-buhgalteriv> (дата звернення: 18.04.2022).

2. Облік по-українськи – як працює вітчизняна альтернатива «1С». URL: <https://nachasi.com/creative/2017/11/21/mb-alternatyva-1s> (дата звернення: 18.04.2022).

3. Софтверна компанія. URL: <https://heppy-buh.com.ua> (дата звернення: 18.04.2022).

Блощаненко Олена

студентка 2 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Малтиз В. В.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

Досліджуючи систему управління сучасних підприємств, слід зазначити, що до числа важливих завдань в умовах, що склалися є питання ефективного управління підприємством у реальній практиці. Сучасними дослідниками приділяється велика увага проблемам пошуку нових функцій управління тому це питання не втрачає актуальності.

Актуальність проблеми формування розвитку менеджменту залежить від модифікацій та консолідації у рамках формування цілісних управлінських систем. Зокрема, сильно зростає інтерес до ролі прогнозування у системі управління підприємства. Так, висловлюють ідеї, що «основою теоретичного обґрунтування управлінських модернізацій є конструювання майбутнього». Як дуже важливі теми в цьому питанні можу виділити: Управління та партнерство в бізнесі, Управління міжнародними соціальними проектами,

Управління розвитком бізнесу в Україні. Вважаємо, що дані теми варто підіймати на розглядання, так як усвідомленість по цих темах дає змогу більш раціонально і продуктивно використовувати свої сили в якійсь із даних сфер розвитку [1].

Головне призначення розвитку системи управління полягає у менеджменті, має інтуїтивний пошук оптимальних рішень у сфері управління персоналом. І такий підхід є недостатнім. Часто на керівні посади призначають тих, хто стане найбільш лояльним до осіб, які їх призначили. А багато топ-менеджерів, які працюють на малих і великих підприємствах, нерідко виконують роль кризових менеджерів, які рятують підприємство від повного розвалу. Характерними ознаками розвитку є те, що Український менеджмент щороку дедалі більше намагається впроваджувати західні схеми управління, не завжди враховуючи особливості місцевого менталітету. Менеджери все частіше бажають працювати в західних компаніях або їх представництвах в Україні, оскільки система мотивації та стимулювання праці в них прогресивніша. Український менталітет поєднує американський дух індивідуалізму та японські працездатність та прагнення до вдосконалення.

Отже дану інформацію ми можемо використати для потенційної оцінки розвитку систем управління в Україні. Розвиток ми помічаємо навіть в тому, що Україна вже не один рік впроваджує Європейські технології, розвиває систему стимулювання праці.

Аналізуючи наукові джерела за обраною темою, слід зазначити, що на межі століть вчення Вернадського про ноосферу виявилось необхідною платформою для вироблення триєдиної концепції сталого соціально-економічного розвитку. Узагальнення цієї концепції було зроблено всесвітніми самітами ООН, за участю понад 180 країн світу, багатьох міжнародних організацій та провідних учених. Таким чином, нова концепція системно об'єднала три основні компоненти сталого розвитку суспільства: економічну, природоохоронну та звісно ж – соціальну [2].

За наведеною інформацією можна зробити такі висновки: що в Україні є всі шанси для потужного розвитку системи управління, адже впровадження європейських формул, це вже великий крок вперед, головне не гальмувати цей процес, а продовжувати впровадження зарубіжного досвіду та технологій у систему управління підприємствами в сучасних умовах.

Література

1. Малтиз В., Метельська Н. Шляхи підвищення кадрового потенціалу в сучасних умовах. *Вісник Запорізького національного університету : Збірник наукових праць. Економічні науки*. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2019. № 1 (41). С. 122–127.

2. Цілі розвитку тисячоліття Україна – 2010 : Національна доповідь. Київ : Міністерство економіки України, 2010. 108 с.

Бондаренко Анастасія
магістрантка 1 курсу екон. фак.
Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Сейсебаєва Н. Г.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Корпоративна соціальна відповідальність (далі – КСВ) в Україні перебуває на стадії становлення, втім дедалі більше українських підприємств вдаються до впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності у своїй діяльності. 24 лютого 2022 року Президент України Володимир Зеленський видав Указ № 64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні», яким в Україні було введено воєнний стан із 05 години 30 хвилин 24 лютого 2022 року строком на 30 діб. Повітряний простір над Україною повністю закритий для цивільної авіації, а Агентство з авіаційної безпеки Європейського Союзу вважає всю територію зоною активного конфлікту. Президент оголосив про розрив дипломатичних відносин із Росією. Цивільні польоти над Україною, а також Молдовою та частиною Росії були закриті через загрозу ураження.

Відкритий воєнний напад РФ за підтримки Білорусі на Україну, початий о 3:40 24 лютого 2022 року. У засобах масової інформації та документах російське вторгнення в Україну 2022 року розглядають як агресивну війну Росії проти України. Генеральна асамблея ООН у своїй резолюції від 2 березня 2022 року засудила російське вторгнення в Україну та назвала його агресією Російської Федерації проти України.

Аналітик Йоганн Мішель, який працював над звітом Міжнародного інституту стратегічних досліджень про армії світу, зауважив, що хоча Росія має загалом значно більше військ, ніж Україна, але на початку вторгнення біля кордонів було зосереджено далеко не всі, а приблизно 200 тис. військовослужбовців, поділених на 60 бойових груп. За даними оборонного відомства США, Росія зосередила біля кордонів України 150 тис. військовослужбовців. Як повідомляли пізніше полонені російські солдати, частину з них відправили для участі в бойових діях обманним шляхом, кажучи, що це військові навчання.

В даний час війна забирає людські життя, завдає збитків бізнесу, заважає законотворчим процесам у країні. Діяльність закладів громадського харчування, торговельно-розважальних центрів, фітнес-центрів, закладів культури, закладів торговельного та побутового обслуговування населення на окупованих територіях неможлива, тому власники і працівники залишилися без джерела доходу. В умовах війни головною метою діяльності всіх підприємств стає збереження бізнесу, виконання основних функцій:

виготовлення товарів, забезпечення населення робочими місцями, поповнення бюджету держави, задоволення потреб споживачів. Зміни курсу валют, зменшення або відсутність прибутку, низька купівельна спроможність населення, обмеження діяльності не дають підприємствам змоги нормально функціонувати і розвиватися.

КСВ – це серйозний крок, який потребує багато зусиль. Проте бути соціальною відповідальною компанією може навіть невеликий бізнес. Можна почати з малого та поступово формувати свої принципи та культуру. Попри те, що бізнес в Україні страждає і доходи зменшилися, підприємці усвідомлюють, що без їх допомоги держава не здатна забезпечити всі лікарні і хворих необхідним обладнанням, засобами захисту та медикаментами. У такий період попит щодня змінюється і виробники повинні швидко реагувати на відповідні зміни. Треба проаналізувати власні можливості, ресурси, логістику, обладнання та кількість персоналу, яку можна залучити для вирішення суспільної проблеми.

Хорошою ініціативою було б створення сайту, де розміщувалася б інформація про проблеми, що вимагають термінового вирішення і де необхідна підтримка підприємств. Така підтримка може передбачати купівлю медичного обладнання, засобів індивідуального захисту для медичних працівників, забезпечення транспортних і логістичних операцій для переміщення товарів або людей, надання у використання складських або офісних приміщень для зберігання медичних засобів, підтримка в галузі ІТ.

У нашій країні та поза її кордонами існує велика кількість волонтерських спільнот, які допомагають людям, що постраждали від війни. Діяльність таких організацій не має комерційних цілей, тому їм необхідні грошові ресурси, які можуть надати підприємства. Корпоративна соціальна відповідальність передбачає, що кожне підприємство самостійно і добровільно обирає якого підходу притримуватися, куди направляти свої ресурси. Період війни – це складний час для населення, бізнесу, держави. Оскільки зупиняється діяльність багатьох підприємств і промисловий комплекс не може повноцінно функціонувати і розвиватися, це призводить до зростання безробіття, виїзду українців за межі своєї країни. З досвіду минулих місяців війни в нашій країні ми розуміємо, що для подолання цієї війни необхідне об'єднання сил та ресурсів виробників, держави та населення для скорішої нашої перемоги.

Література

1. Фрідман М. Соціальна відповідальність бізнесу полягає у збільшенні прибутку. URL: <https://cutt.ly/aC2ajhT> (дата звернення: 17.04.2022).

2. Указ № 64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні». URL: <http://surl.li/dadwk> (дата звернення: 18.04.2022).

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ОНБОРДИНГУ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

В умовах жорсткої конкуренції на ринку, важливим стратегічним ресурсом будь-якої компанії є висококваліфікований персонал. Саме професійні знання та навички, рівень підготовки та кваліфікації, особисті якості, здатність до нових ідей та інновацій, а також постійний розвиток робітників виступають запорукою успішного функціонування будь-якої організації. Наявність такого персоналу в компанії свідчить про якісне кадрове забезпечення, однак навіть найкращої системи підбору робітників буде недостатньо для ефективної роботи компанії, якщо не буде проведено необхідний процес онбордингу персоналу.

Існує багато наукових підходів щодо трактування поняття онбордингу (іншими словами адаптації), однак у загальному вигляді – це «процес пристосування працівника до внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства» [1], а також пристосування цього підприємства, як до особистісних, так і до професійних особливостей нового робітника [2]. Взаємний процес адаптації є складним та відповідальним, однак, сьогодні кадрові служби мають недостатньо серйозний підхід до нього. Так, за даними статистики 90% працівників, які звільнилися протягом року після влаштування на роботу, прийняли таке рішення ще в перші дні перебування в компанії [3]. Серед них, за даними інституту Геллапа, 88% робітників вважають, що їх роботодавець погано впорався з реалізацією процесу адаптації [4]. Тому актуальним є дослідження проблем процесу онбордингу з метою його удосконалення для новоприйнятих працівників та тих, хто намагається пристосуватися до кризових умов в компанії.

Сьогодні, кризовим явищем для організацій є спалах пандемії COVID-19, яка вплинула на всі сфери нашого життя та змусила змінити побудовані роками бізнес-процеси. Більшість компаній перейшли на віртуальний режим роботи або впровадили гібридну модель, коли частина працює онлайн, а інша – офлайн. Такий формат роботи для більшості був незвичним, виникло багато труднощів пов'язаних з забезпеченням повноцінних та ефективних умов праці для кожного працівника.

Загалом, процес онбордингу персоналу не змінився, він має початок та кінець і умовно поділяється на чотири основні етапи [2], які представлено на рис. 1.

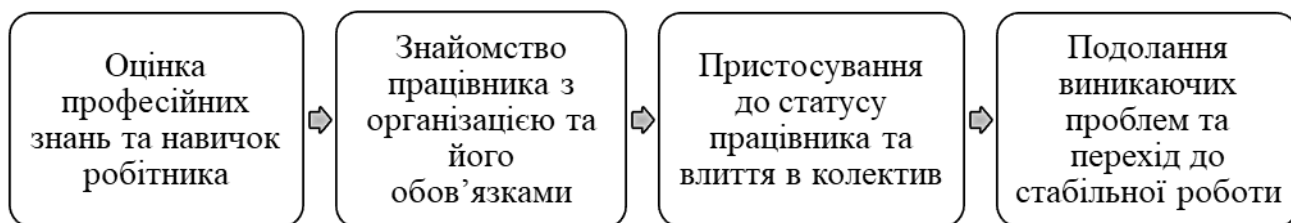


Рисунок 1 – Етапи адаптації персоналу

Однак, зважаючи на обставини, для успішної адаптації нових працівників, відділу навчання та розвитку персоналу знадобиться більше часу й уваги приділити кожному з цих етапів. Це дасть компанії можливість, навіть в умовах пандемії, досягти цілей процесу онбордингу, а саме збільшити ефективність нових співробітників з метою зниження початкових витрат; зменшити у працівників стрес, тривожність, невпевненість у своїх силах та скоротити плинності кадрів [2].

На жаль, HR-менеджери раніше не мали досвіду в управлінні персоналом в умовах цифрової реальності, тому зіткнулися з низкою проблем. За даними дослідження, ініційованого групою компаній Rost Group у червні 2020 року, бачимо, що ключовими викликами для HR-спеціалістів були комунікації – 32%, адаптація нового персоналу – 13%, організація віддаленої роботи – 12%, скорочення працівників – 11% та їх мотивація – 9% [5]. Крім того, необхідним було швидке реагування на ситуації, які виникали та негайне їх вирішення; формування завдань, планування заходів та контролювання цих процесів в автоматизованому режимі; надавання психологічної підтримки працівникам. Незважаючи на виникнення ряду труднощів, 78% опитуваних зазначили, що змін в бізнес-процесах компанії в період карантину не відбулося, лише у 16% респондентів спостерігалось спрощення процедури узгодження документації, а ще 6% розповіли про скорочення етапів під час підбору персоналу. Проблема з комунікацією також не була вирішена відповідним чином, адже лише 22% вжили певні заходи (16% – впровадили програмне забезпечення для проведення нарад та інших робочих заходів, 6% – обрали платформу для підтримки зв'язку та створили робочі чати) [5].

Така повільна адаптація до нових умов або повна її відсутність негативно вплинула на співробітників. Основні проблеми, які виникли у працівників під час віддаленої роботи – це невизначеність, страх перед майбутнім; відсутність балансу між роботою та домашніми справами, що додавало зайвого клопоту під час виконання поставлених завдань; нестача живого спілкування з колективом та відсутність потрібного робочого клімату; емоційне вигорання та втома від одноманітності. Для новоприйнятих співробітників також не вистачало уваги з боку менеджера та забезпечення якісним методичним і практичним матеріалом; виникали складнощі при знайомстві з колегами та принципами функціонування організації.

Щоб усунути проблеми, які виникли в HR-менеджерів та працівників під час адаптації до дистанційного режиму роботи в умовах COVID-19, на мою думку, рекомендовано дотримуватися наступних порад:

а) менеджери повинні переконатися, що кожен робітник має технічні засоби для роботи, які оснащені спеціальним програмним забезпеченням. За необхідності, допомогти оволодіти тією чи іншою програмою;

б) менеджери повинні забезпечувати професійний розвиток своїх робітників, тому необхідним є впровадження онлайн-навчання (підвищення рівня іноземних мов, вивчення основ тайм-менеджменту, тренінги з самоконтролю, мотивації тощо);

в) необхідно більше часу приділяти комунікаціям, це стосується як робочих моментів, так і звичайного спілкування. Для цього можна створити робочі чати, використовувати платформи для відеоконференцій, влаштовувати розважальні онлайн-заходи;

г) працівникам треба планувати свій час, щоб використовувати період свої максимальної продуктивності з користю;

д) менеджерам необхідно контролювати роботу свого персоналу, але ненав'язливо: сформулювати цілі, встановити відповідний дедлайн, під час якого безпосередньо перевіряти виконання кожного етапу роботи.

Отже, система онбордингу персоналу є дуже важливою для забезпечення стабільного й ефективного функціонування компанії, тому доцільним є розробка загальної та антикризової програм адаптації. Таке рішення дозволить працівникам почувати себе комфортно, як при першому знайомстві з бізнес-процесом компанії, так і в період пристосування до непередбачуваних умов. А компанія, в свою чергу, зможе отримати від персоналу максимальну віддачу, зекономивши при цьому часові та грошові ресурси. Програми адаптації обов'язково повинні включати в себе методи за допомогою яких буде реалізовано цей процес.

Серед існуючих методів, найбільшої уваги заслуговує наставництво і коучинг, адже вони дають змогу підлаштуватися під особливості кожного працівника, що є дуже необхідним в кризових умовах, яких сьогодні знаходиться світ.

Література

1. Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : Кондор, 2009. 308 с.

2. Адаптація персоналу підприємства : лекція. URL: <http://surl.li/buama> (дата звернення: 17.04.2022).

3. Адаптація персоналу : лекція. URL: <http://surl.li/bualu> (дата звернення: 17.04.2022).

4. Jen Dewar. 10 Employee Onboarding Statistics you Must Know in 2022. The Sapling Blog. URL: <https://www.saplinghr.com/10-employee-onboarding-statistics-you-must-know-in-2022> (дата звернення: 18.04.2022).

5. Результати HR-дослідження українського ринку: як COVID-19 змінив життя компаній. The Rost Group Blog. URL: <https://cutt.ly/5C2fxXZ> (дата звернення: 18.04.2022).

Гнідкова Анастасія

магістрантка 1 курсу екон. фак.

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Сейсебаєва Н. Г.

ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Корпоративна соціальна відповідальність (далі – КСВ) та її не менш важливі супутники – принципи екологічного, соціального та корпоративного управління (ESG) здобули нову популярність у світі, де те, як підприємство веде економічну діяльність, впливає не лише на прибуток, але й загалом на його здатність працювати, конкурувати та залучати найкращих фахівців, інвесторів та клієнтів.

Зрозумівши важливість розвитку та включення ініціатив КСВ як частини своєї ділової практики, підприємства стикаються із рядом проблем, пов'язаних із її формуванням, а саме:

1) Вимогою прозорості щодо розкриття інформації – всі зацікавлені сторони, від споживачів до постачальників, членів команди, інвесторів та місцевих громадських організацій, все частіше вимагають більшої прозорості підприємств, з якими вони мають економічні відносини. Підприємствам потрібні бізнес-практики, які визначають пріоритети ефективних способів збору, організації, аналізу та керування своїми даними для чіткої, точної та повної звітності про фінансову та господарську діяльність.

2) Тиску з боку інвесторів – КСВ є важливим фактором для залучення інвестицій, тому що компаніям-інвесторам потрібні плани, розроблені з урахуванням довговічності, гнучкості та швидкості реагування. Інвестори, частіше, ніж будь-коли, вкладають власні кошти у компанії з високими оцінками щодо позицій їх корпоративної відповідальності та стійкості (з огляду на соціальні та екологічні проблеми).

3) Різними пріоритетами корпоративної культури – для підприємства дуже важливо виступати єдиним фронтом щодо ділової етики та її позицій щодо політичних, екологічних та соціальних питань. Але дуже часто підрозділи підприємств мають різні пріоритети та цілі, які можуть

узгоджуватися з корпоративними цілями в кінцевому підсумку, але не обов'язково з збігатися ініціативами КСВ.

4) Підключенням КСВ до ланцюга створення вартості та прибутковості – Щоб показати позитивний внесок КСВ у розробку продуктів і послуг, які відповідають вимогам нормативно-правових актів, цілям компанії щодо прибутковості та продуктивності, а також очікуванням споживачів, потрібні інвестиції в цифрові програмні рішення, які об'єднують різні джерела даних і забезпечують вимірювану цінність КСВ завдяки статистиці та покращеній фінансовій звітності.

5) Далекозорістю – те, що працює сьогодні, може миттєво стати планом катастрофи завтра. Цей фактор світ виявив після спалаху COVID-19, який фундаментально змінив світову економіку та життя людей по всьому світу. Справжня корпоративна соціальна відповідальність вимагає плану вирішення не тільки актуальних проблем, які виникають, але й до проблем, які можливо виникнуть.

Отже, взявши під контроль планування КСВ організації та приділивши час для вироблення обдуманих позицій з питань, які мають найбільше значення для споживачів, персоналу та акціонерів, можна створити ланцюжок нематеріальних, але в кінцевому підсумку корисних результатів, які зможуть покращити прибутковість, корпоративну культуру та матимуть конкурентні переваги в довгостроковій перспективі.

Література

1. The Challenges of Corporate Social Responsibility. Planergy. URL: <https://planergy.com/blog/corporate-social-responsibility-challenges> (дата звернення: 08.04.2022).

Горбуліна Олександра

студентка 2 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Сейсебаєва Н. Г.

ВІДМОВА ВІД РОСІЙСЬКОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Санкції України проти Росії у 2017 році: відмова від «ВКонтакте», «Однокласників», «1С» і «Яндекс». Багато людей тоді задавалось питанням: чому ми відмовляємося від цих програм. А відповідь дуже проста – санкції стосуються не програмних продуктів, а фізичних та юридичних осіб. Це було обумовлено загрозами у сфері безпеки.

Російське програмне забезпечення має несанкціонований доступ до інформації. Такий висновок можна зробити, тому що у грудні 2016 року були атаки на фінансовий сектор України і виявилось, що на всіх вражених комп'ютерах було встановлено саме російське програмне забезпечення.

У 2017 році ми не перейшли на українське програмне забезпечення, і тому сприяло дуже багато факторів: треба було перенавчати користувачів, функціональні можливості були не на вищому рівні, перенесення інформації з однієї програми до іншої.

Проте за п'ять років ситуація дуже змінилася. Тепер наші програми не тільки можуть замінити російське програмне забезпечення, а ще й перевершити його.

Наприклад, наша українська програма «Дебет Плюс». Уже понад 20 років компанія «Дебет Плюс» працює на ринку вітчизняного програмного забезпечення для автоматизації бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Програмний комплекс «Дебет Плюс» отримав експертний висновок за №1231 від 1 квітня 2021 року, який підтверджує відповідність програми вимогам технічного захисту інформації згідно з затвердженим спільним наказом Адміністрації Держспецзв'язку та Держспоживстандарту України від 25.04.2007 р.

Також програма «Master:Бухгалтерія» значно перевершує російське 1С. «Master:Бухгалтерія» – один із лідерів ІТ-індустрії в Україні, що протягом 30 років займається створенням та впровадженням сучасних програмних продуктів для підприємств.

Разом з даним продуктом користувачі можуть використовувати ще один – MASTER:Зарплата і Кадри. Він забезпечує автоматизоване та комплексне управління персоналом (облік кадрів, штатний розпис, розрахунок заробітної плати тощо) в єдиній інформаційній базі.

Переваги цього забезпечення:

- відповідає вимогам чинного законодавства України та вимогам з технічного захисту інформації в Україні з рівнем довіри Г-3;
- надає можливість збереження всієї бази даних, напрацьованої за багато років;
- дозволяє вивантажувати документи в законодавчо затверджений формат *.xml для подальшого надсилання до контролюючих органів;
- функціонал може впроваджуватись у типовому рішенні або налаштовуватись індивідуально під потреби замовника.

Отже, як ми можемо помітити, українські програми значно кращі за російські, тому що в них достатній рівень захисту інформації та високий функціонал.

ДОПОМОГА БАНКАМ ВІД НБУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Пріоритетними завданнями Національного банку за умов воєнного стану в Україні є мінімізація негативного впливу російської військової агресії на фінансову систему країни та підтримка її стабільної роботи. З цією метою, зокрема:

- 1) скасовано проведення у 2022 році щорічної оцінки стійкості банків;
- 2) уточнено положення про незастосування заходів впливу до банків та відповідальних осіб банківських груп за порушення економічних нормативів, лімітів відкритої валютної позиції, строків подання та опублікування звітності, якщо такі порушення виникли після початку військової агресії;
- 3) призупинено строки подання/розгляду інформації та документів, визначені нормативними правовими актами Національного банку у період дії воєнного стану;
- 4) уточнено порядок надання Національному банку інформації про дотримання економічних нормативів та іншої інформації.

Національний банк продовжує послаблювати та уточнювати перелік обмежень на валютному ринку. Так, з 8 березня 2022 року Національний банк:

- 1) надав банкам можливість відкривати рахунки військовослужбовцям та здійснювати їхню ідентифікацію та перевірку з військовим квитком;
- 2) дозволив клієнтам на територіях, які перебувають під загрозою окупації державою-агресором, знімати з рахунків готівкову національну та іноземну валюту без обмежень за суми;
- 3) уточнено, що видача банківських металів з рахунків клієнтів банків здійснюється без обмежень у межах їх залишку на рахунку та за наявності їх у касі філії або у відділенні;
- 4) розширено можливість для резидентів та нерезидентів здійснювати перекази на рахунки благодійних фондів не лише в гривнях, а й в іноземній валюті [1].

З метою забезпечення надійного та стабільного функціонування банківської системи Національним банком встановлено такий порядок складання та подання українськими банками фінансової звітності в умовах воєнного стану: по-перше, банки, які не завершили роботу щодо складання річної фінансової звітності та консолідованої річної звітності за 2021 рік у зв'язку з запровадженням воєнного стану, повинні продовжувати цю роботу після припинення чи скасування воєнного стану; по-друге, по можливості банки подають та публікують на своєму веб-сайті річну фінансову звітність та

консолідовану фінансову звітність за 2021 рік разом з аудиторським висновком і подають фінансову звітність; по-третє, Національний банк не застосовує санкції до банків за порушення термінів подання річної фінансової звітності та зведеної річної фінансової звітності за 2021 рік разом з аудиторським звітом.

Національний банк врегулював питання використання хмарних сервісів українськими банками у свої діяльності. Це розширить можливості забезпечення стабільної роботи банківської системи України під час воєнного стану. Таким чином банки отримали можливість надавати банківські послуги, а також обробляти транзакції з використанням електронних платіжних інструментів, використовуючи хмарні сервіси, що надаються з використанням обладнання, розташованого в ЄС, Великій Британії, США та Канаді [1].

Література

1. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 16.04.2022).

Гушан Анна

студентка 3 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: д-р екон. наук, проф. Варламова І. С.

РИЗИКИ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРСПЕКТИВНО АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ (ВІТРОВА ЕНЕРГЕТИКА)

Магістральним напрямом модернізації світової енергетики є розвиток так званої альтернативної (нетрадиційної) енергетики. Її широке трактування має на увазі використання інших, ніж домінуючі нині в даній країні (регіоні), джерел, технологій та форм організації виробництва енергії – енергоефективних технологій, а також екологічно чистих, низьковуглецевих джерел енергії, включаючи відновлювані джерела (ВДЕ) та АЕС, які поступово витісняють вуглеводневі види палива.

Альтернативна енергетика, що ґрунтується на відновлюваних джерелах енергії (ВДЕ), демонструє великі темпи зростання по всій планеті. За останні чотири роки її частка у світовому споживанні електрики подвоїлася та становила 20%.

Три важливі фактори зумовлюють прискорений розвиток альтернативної енергетики. Два з них тісно пов'язані один з одним, йдеться про фактор екологічної чистоти та екологічної безпеки та фактор зниження ризиків кліматичних змін. Адже за інших рівних умов «зелені» технології та виробництва менш масштабні та ризиковані, ніж індустриальні технології ХХ століття. При застосуванні цих технологій скорочуються викиди в навколишнє середовище шкідливих забруднюючих речовин і парникових

газів, знижуються ризики великомасштабних аварій, подібних до радіаційних катастроф у Чорнобилі (СРСР, 1986 р.) та у Фукусімі (Японія, 2011 р.) або промислове (США, 2010). Третій чинник – висока науковість розробок. Технологічність альтернативної енергетики та сполучених «зелених» виробництв забезпечує прискорений перехід до нового (шостого) технологічного устрою. Саме він визначатиме особу світового господарства та конкурентоспроможність національних економік, ймовірно, вже в середині нинішнього століття.

У поєднанні з новим поколінням вітрових турбін мегаваттного розміру, дало нове життя вітряній енергії як життєздатній альтернативі не лише в Сполучених Штатах, а й у всьому світі. Розвиток вітроенергетики у багатьох країнах світу спричинило до технологічного прориву, у тому числі до збільшення потужності вітрогенераторів.

За оцінками фахівців, у Європі протягом найближчих 10 років обсяг виробленої енергії вітру зросте на 140 ГВт. Вітер як невичерпне джерело екологічно чистої енергії знаходить все ширше застосування.

Не слід забувати, що вітер – нестійке джерело енергії. Сила вітру дуже мінлива і часто непередбачувана, що вимагає використання додаткового буфера для накопичення надлишкової електроенергії або дублювання джерела для страхування.

Якщо говорити про малу генерацію, то навіть найкращі зразки автономних вітроелектростанцій можуть забезпечити регулярне виробництво лише невеликої кількості електроенергії. До того ж малі вітряні турбіни не працюють за дуже сильного вітру, а гроза, ураган або сніговий буран можуть таку турбіну пошкодити. Все це призводить до того, що якщо малі вітроелектростанції і окупаються, то дуже довго.

Втім, і з великою вітряною енергетикою не все так просто. Незважаючи на масове виробництво, вартість будівництва сучасної вітряної електростанції є великою. При цьому вітряні електростанції, як правило, тягнуться на великі території і знаходяться на відстані від споживача, що створює додаткові витрати на транспортування енергії. Збереження надлишкової енергії, виробленої вітряними турбінами, також потребує додаткових рішень: акумуляторів або перетворювачів інших видів енергії. Тобто для того, щоб отримувати «безкоштовну» енергію вітру спочатку доведеться добре заплатити, адже вітряна електростанція відрізняється високою початковою вартістю. Крім того, в різних частинах Землі в різні часи вітер дме по-різному. Під час будівництва вітряних електростанцій необхідне попереднє дослідження та розробка карти вітрів, що збільшує вартість такої електростанції.

Прибічники вітроелектроенергії постійно підкреслюють, що у порівнянні зі шкідливим впливом традиційних енергоджерел вплив

вітроенергетики на екологію планети мізерний. Але є ризики. Насамперед вітряки несуть загрозу крилатим істотам – птахам і кажанам. Деякі дослідники стверджують, що вітряки змушують деякі види птахів міняти шляхи міграції, а хто не змінює, ризикують загинути від лопат турбін. Вітрові електростанції шкодять і людям. Так, багато хто живе поблизу них скаржаться на постійний шум. Вітряні турбіни справді створюють шум, який можна порівняти з шумом автомобіля. Інша несподівана особливість вітряних енергоустановок виявилася в тому, що вони виявилися джерелом досить інтенсивного інфразвукового шуму, що несприятливо впливає на організм людини, що викликає постійний пригнічений стан, сильний безтурботний і життєвий дискомфорт.

Є ще серйозніші побоювання. Згідно з деякими дослідженнями, розгортання вітроенергетики хоча б до 33% рівня нинішньої світової електрогенерації призведе до гірших наслідків для клімату, ніж подвоєння вмісту вуглекислого газу в атмосфері. Тим часом, за сучасними науковими уявленнями, подвоєння вмісту вуглекислого газу в атмосфері неминуче викличе воістину катастрофічні зміни клімату та масове вимирання видів. Словом, теоретично дуже бурхливий розвиток вітроенергетики може призвести до зростання середніх температур влітку та їх падіння взимку. Отже, до екологічної катастрофи планетарних масштабів.

Література

1. Wind Power: The Ultimate Renewable Energy Source. URL: [The_Ultimate_Renewable_Energy_Source.pdf](#) (дата звернення: 16.04.2022).
2. Альтернативная энергетика как фактор снижения рисков и модернизации экономики. URL: <https://fs.guap.ru/2015/011-18/002.pdf> (дата звернення: 16.04.2022).
3. Подводные камни ветряной энергетики: «лопасти-убийцы» и другое. URL: <https://www.eprussia.ru/epr/311-312/8740486.htm> (дата звернення: 16.04.2022).
4. Альтернативная энергетика: международный опыт, проблемы и перспективы в Украине. URL: https://uz.ligazakon.ua/magazine_article/EA009783 (дата звернення: 16.04.2022).

Дужич Катерина
магістрантка 1 курсу екон. фак.
Наук. кер.: д-р екон. наук, проф. Варламова І. С.,
канд. екон. наук, проф. Рибалко О. М.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

У даній роботі спробуємо розглянути головні аспекти обліку та реалізації готової продукції на підприємстві та виокремимо основні проблемні ланки господарського процесу з ймовірними варіантами їх вирішення.

На сьогодні, для кожного вітчизняного підприємця, залишається досить актуальним питання ефективності організації, обліку та реалізації готової продукції. Виробництво товару забезпечує основу прибутку підприємства. Саме під час випуску та реалізації продукції настає заключний етап обігу господарських засобів на підприємстві. Від того, як саме визначатимуть фінансовий результат від продажу готових виробів, залежить формування загального фінансового результату компанії.

Проте облік готової продукції, як і будь-який інший господарський процес, має певні проблемні питання. Досліджуючи роботи різних авторів, ми виокремили досить актуальні проблеми пов'язані з даним процесом.

Так, автори Хаустова Є. Б. та Іваницька В. О. зацентували свою увагу на проблемі неповної автоматизації облікового процесу з реалізації продукції. Вирішення даної проблеми дозволить контролювати надходження платежів за відвантажену продукцію від покупців, що значно зекономить час як для визначення обсягу податкового зобов'язання з ПДВ, так і для процесу розподілу позавиробничих витрат. Також, для процесу автоматизації обліку, корисним буде введення мікропроцесорної техніки, котра здатна ідентифікувати окрему одиницю готової продукції. Використання такої техніки є необхідною умовою, адже вона дає змогу отримати повну операційну інформацію із зазначенням часу та місця її здійснення [1].

Автори, Запорожець М. Г. та Стельмах Н. Є., так само, зосередили увагу на проблемі дослідження можливостей програмного забезпечення для автоматизації бухгалтерського обліку готової продукції та її реалізації. Проте їх напрям дослідження, скоординовано у бік створення внутрішніх мереж, які повинні бути з'єднаними між собою за допомогою автоматизованих робочих місць, які дозволятимуть зручно та ефективно обробляти отриману поточну інформацію, щоб згодом на її основі приймати доцільні та актуальні управлінські рішення. Для цього, автори вважають за потрібним підібрати таке програмне забезпечення, яке б давало змогу фахівцям орієнтуватись на комплексну програмну оцінку отриманих та оброблених даних обліку [2].

Також, автори виокремили проблему, яка притаманна в особливості великими підприємствам, а саме недосконалість аналізу та контролю за випуском та збутом продукції. Для цього вони рекомендують використання логістичних способів і прийомів управління випуском та збутом. З використанням зазначених прийомів, збутова діяльність та інформаційне забезпечення збуту товару, яке ще називають логістичним сервісом, зможуть давати більш кращі результати [2].

Наступні автори, такі як Домінська О. Я. та Волкова І. В. у своїй роботі вважають вагомою проблему підвищення ефективності процесів пов'язаних з продукцією. Для цього, автори рекомендують посилено вводити управлінський облік на виробничих підприємствах. Такий вид обліку забезпечить визначення номенклатури витрат для планування й обліку конкретного цеху або ділянки. У рамках управлінського обліку, потрібно буде розробити методику підрахунку й оцінки залишків незавершеного виробництва, порядок визначення результатів господарської діяльності та вирішення інших супутніх питань [3].

Загалом, під час дослідження, проаналізувавши отриману інформацію та погляди різних авторів, можемо сформулювати перелік основних проблем аналізу готової продукції, таких як:

- неповна автоматизація облікового процесу з реалізації готової продукції, що у свою чергу може призвести до помилок у відображенні надходжень платежів від покупців; збільшення часу для визначення обсягу податкових зобов'язань та позавиробничих витрат;
- застарілість або невідповідність програмних забезпечень, які не дають комплексної оцінки господарських процесів в області обліку готової продукції;
- неналежна увага до управління випуском та збутом продукції; недосконалість аналізу та контролю;
- низька результативність виробничих процесів у зв'язку з неефективним або відсутнім управлінським обліком на підприємстві.

Отже, невід'ємною складовою діяльності підприємства є наявність та рух готової продукції, яка потребує раціонального управління компетентними спеціалістами. За допомогою сучасних програм, технологій та впровадження їх в обліковий процес, з'явиться можливість ефективно здійснювати бухгалтерський облік, підвищить якість виробництва, що у свою чергу підтримає конкурентоспроможність виробленої продукції як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках збуту.

Література

1. Хаустова Є. Б., Іваницька В. О. Проблеми обліку готової продукції та її реалізації. *Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні*. Київ : КНУТД, 2017. С. 141–143.

2. Запорожець М. Г., Стельмах Н. Є. Удосконалення організації обліку та реалізації продукції у власній торговельній мережі підприємства. *Міжнародний журнал: науковий огляд*. Київ, 2020. № 2 (65). С. 6–20.

3. Домінська О. Я., Волкова І. В. Проблеми обліку та аналізу готової продукції та її реалізації. *Науковий журнал : збірник наукових праць. Економічні науки*. Хмельницький : ХКТЕІ, 2016. С. 77–83.

Замешайлова Карина

магістрантка 1 курсу екон. фак.

Наук. кер.: д-р екон. наук, проф. Дашко І. М.

ПЛАНУВАННЯ Й ОРГАНІЗАЦІЯ КАР'ЄРНОГО ПРОСУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

Будь-яка людина планує своє майбутнє керуючись своїми потребами і враховуючи соціально-економічні умови. Нема нічого дивного в тому, що вона хоче мати повну інформацію про перспективу свого службового росту і можливості підвищення кваліфікації в даній організації, а також умови, які вона повинна для цього виконати. В іншому випадку мотивація поведінки зменшується, людина працює не в повну силу, не намагається підвищити кваліфікацію і розглядає організацію як місце, де можна почекати деякий час перед переходом на нову, більш перспективну роботу.

При влаштуванні на роботу людина ставить перед собою визначені цілі, але оскільки організація, приймаючи її на роботу, також ставить визначені цілі, то робітнику необхідно уміти реально оцінювати свої ділові якості, вміти їх зіставляти з тими вимогами, які ставить перед ним організація або його робота. Від цього залежить успіх всієї його кар'єри. Кар'єра в широкому розумінні означає успішне просування в службовій, науковій чи виробничій діяльності, в досягненні слави, більш високого статусу, влади, матеріальних цінностей.

Кар'єра – це суб'єктивне усвідомлення позиції і поведінки в сфері трудової діяльності, пов'язаних з посадовим чи професійним підвищенням протягом трудового життя людини. Це є самовираження, зміна навиків, знань, здібностей, просування вперед обраним шляхом діяльності, як у межах організації, так і поза нею. Кар'єра – це не тільки просування на роботі. Життя людини позаробочим місцем має значний вплив на кар'єру, є її частиною [2].

Поняття кар'єри не означає обов'язкове і постійне переміщення вгору в межах організаційної ієрархії. Людина свою кар'єру порівнює не тільки зі службовим просуванням, але й з життєвими цілями.

Успіх у кар'єрі можна розглядати як просування від однієї посади до іншої, більш високої, і як оволодіння суміжною професією, новими знаннями, досвідом і навиками [1].

Професійна кар'єра – підвищення знань, вмінь, навичок. Конкретний працівник у процесі трудової діяльності проходить різні стадії розвитку: навчання, професійне зростання, підтримка індивідуальних професійних здібностей і вихід на пенсію. Професійна кар'єра може проходити по лінії спеціалізації (поглиблення в одній сфері, обраній на початку професійного шляху) або транспрофесіаналізації (оволодіння іншими сферами діяльності).

Планування й контроль кар'єри починається з моменту найму працівника в організацію та триває аж до його звільнення, з визначенням просування його за системою посад або робочого місця. Це сприятиме визначенню цілі професійної діяльності, міри динамічності, а основне – специфіки індивідуальної мотивації. Формування трудової кар'єри здійснюється поетапно. Науковий менеджмент виділяє наступні її етапи протягом трудового життя людини. Підготовчий пов'язаний з одержанням середньої чи вищої освіти, професії. В цей період людина може змінити декілька видів діяльності в пошуках такої, яка б найкраще її задовольняла. Якщо така діяльність визначена, починається процес самоствердження працівника як особистості. Адаптаційний – це період освоєння здобутої професії, набуття досвіду, навиків. На цьому етапі формується кваліфікація, виникає необхідність незалежності. В цей період створюється сім'я, що мотивує працівника до збільшення свого доходу.

На різних етапах кар'єри людина задовольняє різні потреби і керується різними мотивами. Кар'єра може бути динамічною, пов'язаною із зміною робочих місць, і статичною, що здійснюється шляхом професійного зростання на одному місці або за однією професією [3].

Отже, кар'єра працівників, врахування їх потенційних можливостей значною мірою визначається структурою управління на підприємстві, соціальними ієрархіями, організаційними формами використання працівника, а також морально-етичними нормами. Трудова кар'єра значною мірою залежить і від початкових кроків у трудовому житті працівника – від професійної орієнтації, оцінки особистих якостей і потенційних можливостей, рівня освіти, мотивації. Різноманітність факторів, їх комбінації відповідно до окремого працівника обумовлюють і різноманітність видів трудової кар'єри.

При плануванні розвитку кар'єри доцільно дотримуватись таких принципів: результативність роботи; компетентність потенційні можливості працівника; здатність добре організовувати формальний бік справи; винагорода умінь, тобто дочекатись свого «зіркового часу» і одержати заплановане; загальні здібності. Дотримання цих принципів сприяє створенню нормального клімату в колективі, покращенню ставлення до праці і фірми в цілому.

Література

1. Гугул О. Я. Теоретичні засади управління розвитком персоналу. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6 (44). С. 194–198.
2. Довбенко В. І., Мельник В. М. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посіб. Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2010. 232 с.
3. Пшоняк О. Планування кар'єри. *Всеукраїнська студентська науково-технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки: актуальні питання»*. URL: <https://core.ac.uk/download/60826594.pdf> (дата звернення: 17.04.2022).

Зачепило Дар'я

студентка 4 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, проф. Рибалко О. М.

КОНТРОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАБІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Економічна ситуація, яка зараз склалась в нашій країні, дуже складна і серед причин, які стимулюють економічну кризу та перешкоджають переходу до фази економічного зростання є низька інвестиційна активність України. Аналізування інвестиційної політики є дуже актуальною темою, тому що інвестиції визначають процес економічного зростання не тільки підприємства але й держави в цілому. Сьогодні, вони є інструментом виходу з криз, зростання технічного прогресу, а також підвищення ефективності підприємницької діяльності на макро- та мікрорівні.

Мета роботи полягає у тому, щоб дослідити механізми формування ефективної системи інвестиційного контролінгу.

Сьогодні в Україні складна економічна ситуація. Серед головних причин, які утримують нашу державу до економічного зростання, можна виділити низьку економічну активність. Дана негативна тенденція має тісний зв'язок зі зменшенням обсягів капітальних вкладень, а також зі скороченням бюджетного фінансування в українські підприємства.

Головну роль у виході економіки України з кризового стану відіграє ефективна інвестиційна політика держави, тому що вона:

- 1) виділяє джерела, напрями та структуру інвестицій;
- 2) запроваджує заходи, які направлені на виконання програм.

До контролінгу інвестицій відносять три основних напрями, такі як планування діяльності в розрізі стратегічного та оперативного плану, реалізація інвестицій, контроль над реалізацією інвестиційних проєктів.

За допомогою даних напрямів можна виділити основні завдання контролінгу:

- формування методології планування інвестицій;
- розробка системи критеріїв для оцінки проектів;
- координація систем, які пов'язані з плануванням та бюджетуванням;
- оцінка тенденцій змін в зовнішньому та внутрішньому середовищі;
- адаптування планів проектів відповідно до змін;
- аналізування причин різниць між фактичними та плановими показниками;
- Оцінка майбутньої ефективності проекту;
- Контроль над виконанням [2].

На підприємствах виділяють два типи рішень, які пов'язані з інвестиціями:

- 1) Оновлення основних засобів (оновлення вже наявних основних засобів, будівництво та інше), автоматизація процесу виробництва
- 2) Придбання додаткових основних засобів, що включають у себе: аналіз ринку; капітальне вкладення в основні фонди; злиття/поглинання іншої компанії [1].

Система контролінгу має бути: гнучкою та легко адаптуватися до змін. В літературі виділяють два напрями для впровадження системи інвестиційного контролінгу в діяльність суб'єкта господарювання.

Відповідно до першого варіанту, щодо впровадження систем інвестиційного контролінгу, для оціни впливу даної системи на стабільність діяльності суб'єкта господарювання, звітність повинна включати фактичні та планові показники діяльності (у тому числі причини відхилення між ними) та зміни зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

Відповідно до другого варіанту передбачається здійснення шести етапів для створення системи інвестиційного контролінгу. Об'єктом в даній схемі виступають управлінські рішення, які направлені на прийняття управлінських рішень. Ранжування показників відбувається за ступенем значущості до об'єкта, а це допомагає легше знайти причини відхилень між плановими та фактичними показниками.

Отже, контролінг інвестицій відіграє головну роль в стратегії інвестиційної діяльності підприємства, а також є важливим інструментом, що забезпечує стабільну діяльність суб'єкта господарювання. Запровадження на підприємстві системи контролінгу допоможе підвищити стабільність та ефективність всього процесу управління інвестиціями на підприємстві.

Література

1. Михайлишин Н. П., Мельник Н. Г. Контролінг інноваційної діяльності як засіб реалізації інноваційного потенціалу підприємства. *Інноваційна економіка*. 2010. № 1. С. 101–105.

2. Сторожик М. Контролінг / за ред. М. Сторожик, Н. Голубятнікова. Львів, 2004. 210 с.

Згурська Тетяна

магістрантка 1 курсу екон. фак.

Наук. кер.: канд. екон. наук, проф. Рибалко О. М.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗА АНГЛО-АМЕРИКАНСЬКОЮ СИСТЕМОЮ ОБЛІКУ

В процесі податкового контролю зарубіжними країнами використовуються різноманітні прийоми аналізу інформації про платників, у тому числі оцінка бухгалтерської звітності і податкових розрахунків з позиції достовірності звітних показників. Для податкових органів бухгалтерська і податкова звітність являється основним доступним джерелом інформації про суб'єкта господарювання. Дані фінансової звітності дозволяють розрахувати систему аналітичних коефіцієнтів, які дають можливість оцінити економічне становище підприємства.

В країнах англо-американської моделі (Великобританія, США, Канада та інші) залежність системи обліку від оподаткування слаба, а в деяких взагалі відсутня. Така модель припускає паралельне існування бухгалтерського та податкового обліку і виконання різноманітних цілей, лежачих перед ними.

При розгляді особливостей англо-американської моделі, не дивлячись на те що в податковому законодавстві США та Канади покладено 2 види обліку на практиці оподаткований прибуток розраховується виходячи з даних бухгалтерського обліку. Причому разом з декларацією про податок в США контролюючі органи потребують від суб'єкта роз'яснень з приводу різниць між прибутком і заявленою величиною прибутку в цілях оподаткування.

З існуючих в наш час бухгалтерських стандартів при проведенні податкового контролю пріоритет надається аналізу грошових потоків підприємства, тобто звіту про прибуток та збиток. На міжнародному рівні існує величезне різноманіття форм «Звіту про прибутки та збитки».

В практиці зарубіжних компаній країн англо-американської моделі склались 2 підходи до представлення доходів і витрат в звіті. Одноступінчаста – спочатку представляються всі доходи, потім витрати і відповідно різниця – прибуток періоду. Багатоступінчаста – прибуток розраховується покроково, при цьому співставляються зв'язані між собою доходи та витрати. Слід зазначити, що реєстрація доходів здійснюється принципом накопичення. Прибуток підлягає включенню в склад звіту якщо вона була зароблена в обліковому періоді незалежно від того, чи були суми фактично отримані протягом року чи ні.

На основі такої моделі аналітик, безумовно, буде оцінювати управління по функціям підприємства, співставляючи витрати з реалізованою продукцією. Крім того, така модель найкращим способом відображає інтереси інвестиційного суспільства.

Ще однією не мало важливою тенденцією є те, що основною функцією податкового контролю є запобігання правопорушень, а не покарання, і на практиці до можливих безнамірних порушень законів, відносяться достатньо ліберально. Велике значення надається профілактичній ролі податкового аудиту.

Таким чином, можна проаналізувати позитивні тенденції і розрахунки зарубіжних країн, дати їм оцінку і застосувати досвід, створюючи ефективну систему податкового контролю, засновану на кращих досягненнях передових зарубіжних країн.

Література

1. Найденко О. Є. Податковий контроль : навч. посіб. / Найденко О. Є. Харків : Вид. ХНЕУ, 2012. 224 с.
2. Малишев А. Характерні аспекти організації державного фінансового контролю за рубежом. *Фінансовий контроль*. 2015. № 11. С. 126–129.

Кармазіна Вікторія

студентка 4 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Сейсебаєва Н. Г.

БЕЗПЕКА КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Фінансовий фронт у російсько-українській війні, що триває на теренах незалежної України, є не менш важливим, аніж військовий. Головною місією банківської системи вважається недопущення глобальних перебоїв у обслуговуванні клієнтів. Проте основним паливом у підтримці економіки є саме кредитування (особливо бізнесу, котрий забезпечує перші потреби населення, у тому числі сільське господарство).

Задля підтримки фінансово-кредитних установ НБУ ухвалив Закон України № 2120-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період воєнного стану», де зазначено, що із 24.02.2022 р. й в 30-денний термін після скасування дії Закону споживач не буде нести відповідальність перед кредитором у разі прострочення виконання зобов'язань за споживчим кредитом, сплачувати штрафи та пені. Заборона торкнулася підвищення відсоткової ставки, якщо це не передбачено умовами договору. Однак, якщо розглядати не лише бік клієнта, а і безпеку фінансово-кредитної установи, то нові правила не

передбачають скасування відсотків за кредитні кошти, що принесе вигоду у подальшому [1].

Статистика свідчить, що 10 найбільших банків повідомили про виділені ліміти у 40 млрд грн, та державні банки наростили кредитні портфелі на 12,5 млрд грн (15% приросту у порівнянні з аналогічним періодом мирного 2021 р.). При цьому ліквідність банківської системи (у формі залишків на коррахунках та у депозитних сертифікатах) сягає приблизно 200 млрд грн, а це майже у 4 рази перевищує норматив обов'язкового резервування. Уряд продовжує підтримувати стабільність даних показників шляхом проведення тендерів з рефінансування – за початок квітня було виділено 3,3 млрд грн строком на 1 рік за ставкою 11% [2].

До того ж комерційні і державні банки мають ресурси для розширення існуючих програм кредитування, наприклад «Доступних кредитів 5-7-9%». Віднині будь-який існуючий бізнес протягом дії воєнного стану та впродовж місяця після його завершення зможе отримати кредит під 0% на суму щонайбільше 60 млн грн. Після цього діятиме ставка у 5%. Строк кредитування залежатиме від цільового призначення коштів, а для реалізації інвестиційного проєкту та рефінансування заборгованості кредит надаватиметься максимально на 5 років, для фінансування оборотного капіталу – на 3 роки. Банкам дозволено надавати кредити й при нестачі заставного капіталу, без раніше існуючих додаткових умов збереження робочих місць. Наразі вже видано кредитів на суму 1,1 млрд грн для 826 підприємств, з яких 42% – це аграрії, що нівелює зрив посівної через фінансові проблеми підприємництва, а 58% – харчовий та фармакологічний сектор [3].

Отже, держава зробила ряд ефективних дій задля роботи більшості гілок економіки, та на черзі рішучість фінансово-кредитних установ. У зв'язку із неможливістю правильної оцінки платоспроможності позичальника через високий ризик втрати ресурсів бізнесу, банки не зацікавлені у видачі великого обсягу кредитів. Тому для досягнення власної безпеки зроблено наступні кроки:

- 1) спрощено процедуру розгляду заявок;
- 2) відкладено на перспективу інвестиційне кредитування та стартапи;
- 3) сконцентровано увагу на оборотних коштах агробізнесу (без розгляду фінансового стану, агроплощі, із акцентом на логістиці);
- 4) послаблено вимоги до внутрішнього стрес-тестування банком ризиковості кредитів;
- 5) спрощено процедуру ідентифікації та верифікації постійних клієнтів [4].

Усі дії, спрямовані на безпеку кредитування підприємництва в Україні, вплинули на те, що частка непрацюючих кредитів (NPL) в банківському секторі станом на 1.03.2022 р. скоротилася до 26,6% порівняно з 29,5% на

01.02.2022 р. Тут допомогло виведення з ринку банків із російським капіталом (АТ «Міжнародний резервний банк», «Сбербанк», ПАТ «Акціонерний комерційний промислово-інвестиційний банк») [5].

Таким чином заходи, проведені владою та фінансово-кредитними установами у тісній співпраці, допоможуть не відволікати ресурси банків від ключової мети – кредитної підтримки вітчизняної економіки. Адже спроможність швидкого реагування та перелаштування роботи на воєнних рейках є критично необхідним для змоги підприємництва забезпечувати потреби населення.

Література

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України від 15.03.2022 №2120-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (дата звернення: 10.04.2022).

2. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 10.04.2022).

3. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> (дата звернення: 10.04.2022).

4. Кириченко А. Бізнес і війна: як банки кредитують підприємства у важкі часи. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/biznes-i-viyna-yak-banki-kredituyut-pidpriyemstva-u-vazhki-chasi-novini-ukrajina-11776773.html> (дата звернення: 10.04.2022).

5. Обух В. Кредитування економіки під час війни як двигун для повоєнної відбудови. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3452500-kredituvanna-ekonomiki-pid-cas-vijni-ak-dvigun-dla-povoennoi-vidbudovi.html> (дата звернення: 10.04.2022).

Каченюк Аліна

студентка 4 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, проф. Рибалко О. М.

ОЦІНКА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Необхідною умовою правильного обліку основних засобів є єдиний принцип їх грошової оцінки – за первісною, залишковою, переоціненою і ліквідаційною вартістю. Первісною оцінкою основних засобів є собівартість їх придбання або створення. Собівартість основних засобів – це сплачена сума грошових коштів або їхніх еквівалентів, або справедлива вартість іншої форми компенсації (інших активів або зобов'язань), наданої для отримання активу на момент його придбання або створення. Собівартість об'єкта основних засобів включає купівельну ціну (в тому числі ввізне мито та безповоротні податки)

та витрати, що безпосередньо пов'язані з приведенням цього об'єкта в робочий стан (стан, який дає можливість використовувати його за прямим призначенням).

Первісна вартість об'єкта основних засобів складається з таких витрат:

- суми, що сплачують постачальникам активів та підрядникам за виконання будівельно-монтажних робіт (без непрямих податків);
- реєстраційні збори, державне мито та аналогічні платежі, що здійснюються у зв'язку з придбанням (отриманням) прав на об'єкт основних засобів;
- суми ввізного мита;
- суми непрямих податків у зв'язку з придбанням (створенням) основних засобів (якщо вони не відшкодовуються підприємству);
- витрати зі страхування ризиків доставки основних засобів;
- витрати на встановлення, монтаж, налагодження основних засобів;
- інші витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням основних засобів до стану, в якому вони придатні для використання із запланованою метою.

Фінансові витрати не включаються до первісної вартості основних засобів, придбаних (створених) повністю за рахунок запозичень (за винятком фінансових витрат, які включаються до собівартості кваліфікаційних активів відповідно до П(С)БО 31 «Фінансові витрати»).

Первісна вартість безоплатно отриманих основних засобів дорівнює їх справедливій вартості на дату отримання. Первісною вартістю основних засобів, що внесені до статутного капіталу підприємства, визнається погоджена засновниками (учасниками) підприємства їх справедлива вартість. Первісна вартість об'єктів, переведених до основних засобів з оборотних активів, товарів, готової продукції тощо дорівнює її собівартості, яка визначається згідно з П(С)БО 9 «Запаси» та П(С)БО 16 «Витрати».

Первісна вартість об'єкта основних засобів, отриманого в обмін на подібний об'єкт, дорівнює залишковій вартості переданого об'єкта основних засобів. Якщо залишкова вартість переданого об'єкта перевищує його справедливую вартість, то первісною вартістю об'єкта основних засобів, отриманого в обмін на подібний об'єкт, є справедлива вартість переданого об'єкта з включенням різниці до витрат звітного періоду. Первісна вартість об'єкта основних засобів, придбаного в обмін (або частковий обмін) на неподібний об'єкт, дорівнює справедливій вартості переданого об'єкта основних засобів, що збільшена (зменшена) на суму грошових коштів чи їх еквівалентів, що була передана під час обміну.

Первісна вартість основних засобів збільшується на суму витрат, пов'язаних з поліпшенням об'єкта (модернізація, модифікація, добудова, дообладнання, реконструкція тощо), що призводить до збільшення майбутніх економічних вигод, первісно очікуваних від використання об'єкта. Первісна

вартість основних засобів зменшується у зв'язку з частковою ліквідацією об'єкта основних засобів.

Витрати, що здійснюються для підтримання об'єкта в робочому стані та одержання первісно визначеної суми майбутніх економічних вигод від його використання, включаються до складу витрат. При визначенні первісної вартості придбаної земельної ділянки витрати, пов'язані з придбанням, можуть включати чисті витрати на знесення будівель або споруд, що знаходяться на цій ділянці. У разі, якщо об'єкт основних засобів придбано у результаті бартерної операції (або обміну з частковою оплатою грошовими коштами), його оцінка залежить від того, чи мав місце обмін подібними або неподібними активами. Подібними вважаються об'єкти основних засобів, які відповідають двом критеріям: виконують подібну функцію у такому ж виді діяльності; мають подібну справедливую вартість.

Об'єкт основних засобів, отриманий у результаті обміну на неподібний об'єкт основних засобів або інший актив, оцінюють за справедливою вартістю відданого активу, скоригованою на будь-яку суму грошових коштів та їхніх еквівалентів, які надійшли або були сплачені в процесі цієї операції. У разі, коли один об'єкт основних засобів обмінюється на подібний (або частку капіталу в подібному об'єкті) собівартістю отриманого об'єкта є балансова вартість переданого об'єкта. При цьому не виникають прибутки або збитки внаслідок обміну.

Практична проблема виникає, коли при обміні подібними об'єктами основних засобів підприємство сплачує або отримує певну суму грошових коштів або їхніх еквівалентів. Така доплата фактично свідчить про те, що об'єкти мають різну справедливую вартість, тому цей обмін слід розглядати та відображати в обліку як обмін неподібними об'єктами.

Під справедливою вартістю основного засобу розуміють вартість конкретного об'єкта основних засобів, який може бути отримано в операціях обміну між проінформованими, зацікавленими та незалежними сторонами.

У сільськогосподарських підприємствах значну питому вагу займають основні засоби, створені власними силами. Це, перш за все: будинки та споруди, що побудовані як господарським, так і підрядним способом. Оцінка основних засобів, створених власними силами, здійснюється з дотриманням тих самих загальних принципів, що й оцінка придбаних основних засобів. Якщо об'єкт основних засобів виготовлений власними силами, а підприємство також виготовляє подібні активи (продукцію) для реалізації, собівартість такого об'єкта визначається відповідно до вимог П(С)БО 9 «Запаси». Собівартість об'єктів, збудованих власними силами, звичайно включає: вартість робіт, виконаних субпідрядниками; прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші операційні витрати, що безпосередньо пов'язані

з будівництвом активу; вартість ліцензії (або дозволу) на будівництво; оплату фахових послуг (архітекторів, юристів тощо).

Залишкова вартість являє собою різницю між первісною вартістю і сумою зносу за весь термін експлуатації об'єкта. Оцінка за залишковою вартістю використовується при розробці планів відтворення основних засобів і для нарахування зносу.

Література

1. Садовська І. Б., Божидарнік Т. В., Нагірська К. Є. Бухгалтерський облік. 2013. 666 с.

2. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 2020 р. / за ред. С. Ф. Голова. Київ : ФПБАУ, 2021. 1272 с.

Кльоц Анастасія

студентка 2 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Сейсебаєва Н. Г.

БУХГАЛТЕРІЯ В СМАРТФОНІ. ВИКОРИСТАННЯ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Інформаційна підсистема управління будь-якого підприємства в сучасних умовах здатна успішно функціонувати лише при її поєднанні з інтернет-технологіями, оскільки вони стають одними із основних інструментів підвищення ефективності та оптимізації витрат господарювання в умовах лібералізації економічного простору. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій зумовлене глобалізацією економіки України, а також її переходом до європейських і світових стандартів. Яскравим прикладом реалізації ІТ-систем у сучасному світі є використання хмарних технологій.

Хмарні обчислення, або хмарні технології – це технологія розподіленої обробки даних, в якій комп'ютерні ресурси і потужності надаються користувачеві як інтернет-сервіс. Так звана «Хмара» – це нова технологія використання серверних ресурсів, що допомагає задіяти всю доступну потужність процесорів і об'єм оперативної пам'яті, розподіляючи їх між різними незалежними завданнями [1].

У законодавстві України визначення хмарних обчислень взагалі відсутнє, однак у затвердженій Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 року «Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні» є згадка хмарних технологій, а саме в пункті, що передбачає формування сучасної інформаційної інфраструктури: «...створення та застосування супер комп'ютерних систем, зокрема на основі грид- та хмарних технологій» [2].

Хмарні обчислення здійснюються з використанням трьох моделей – SaaS (Soft as a Service), який дозволяє тимчасово користуватися програмним сервісом без покупки з будь-якої точки світу; PaaS (Platform as a Service), що являє собою готову до роботи віртуальну платформу, яка складається з одного або декількох віртуальних серверів зі встановленими операційними системами і спеціалізованими додатками; та IaaS (Infrastructure as a Service), що є по суті «чистим» екземпляром віртуального сервісу з унікальною IP-адресою. З-поміж усіх моделей найпоширенішою є група рішень, що реалізує концепцію SaaS – програмне забезпечення як послуга [3].

Дана модель вдало реалізується у хмарній системі для автоматизації управлінських та облікових завдань підприємств від вітчизняних розробників jSolutions, яка дозволяє не лише повністю автоматизувати бізнес-процеси, а й мінімізувати витрати на користування системою. Зменшення загальної вартості володіння програмним забезпеченням досягається за рахунок можливості роботи системи на будь-якій операційній системі (Linux, Ubuntu, Windows, MacOS, Android), використання умовно безкоштовного програмного забезпечення (OpenOffice, LibreOffice) та за рахунок використання для обробки даних різних систем управління базами даних, таких як Oracle або PostgreSQL. Сервіс дозволяє працювати віддалено, не турбуючись про захист передачі даних, адже увесь об'єм інформації проходить декілька рівнів шифрування під час передачі від сервера до користувача і назад.

Використання хмарних технологій у бухгалтерському обліку дозволяє поєднувати різні облікові завдання і надають бухгалтеру можливість працювати в єдиній базі у розрізі господарських операцій; картотеки матеріальних об'єктів; залишків матеріальних цінностей; залишків коштів на рахунках; дебіторської та кредиторської заборгованості; переоцінки валютних активів і пасивів; контрагентів; кошторисів; плану рахунків; матеріально-відповідальних осіб; номенклатура товарів і послуг [4].

Постійна синхронізація хмарного сервісу із чинним законодавством та внесення своєчасних змін дозволяє покращити умови праці та скоротити витрати робочого часу для більш ефективного ведення обліку товарно-матеріальних цінностей; основних засобів і нематеріальних активів; господарських і фінансових операцій; розрахунків з дебіторами і кредиторами; грошових коштів на рахунках; вхідних податкових документів; малоцінних і швидкозношуваних предметів; заборгованостей; доходів. [4]

Система jSolutions інтегрується з різними програмами для здачі електронної звітності в фіскальні органи. У системі можлива масова вивантаження ПН/РК в xml-форматі та реєстрація їх у реєстрі ЄРПН. Функціонал надає можливість використовувати готові шаблони звітів, а інтеграція з графічними редакторами забезпечує створення нових звітів, які відображають облікову політику вашої компанії. Збір і зберігання інформації за всіма господарськими

операціями компанії дозволяє акціонерам, засновникам і підприємцям приймати ефективні та своєчасні управлінські рішення без прив'язки до офісу чи паперів.

jSolutions полегшує трудомісткий процес здачі періодичної звітності (місячної, квартальної, річний) і дозволяє формувати відомості аналітичного обліку; аналіз рахунків; накопичувальні аналітичні дані за рахунками; вкладний аркуш касової книги; головну книгу; касову книгу; оборотний баланс; оборотну відомість за розрахунками з дебіторами і кредиторами; оборотну відомість руху коштів по рахунках; оборотну відомість руху матеріальних цінностей; оборотну відомість руху коштів по аналітичним рахункам в розрізі рахунків, матеріально-відповідальних осіб, матеріальних цінностей в кількісному вираженні із зазначенням суми, числа, місяця і року.

Література

1. Шкарлет С. М., Бутко М. П., Волот О. І. Реальний сектор економіки України в умовах становлення інформаційного суспільства : монографія. Чернівці : ЧНТУ, 2017. 288 с.

2. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р.

3. Хмарні обчислення. URL: <https://cutt.ly/HC2vKFu> (дата звернення: 12.04.2022).

4. Офіційний сайт jSolutions. URL: <https://jsolutions.ua> (дата звернення: 12.04.2022).

Ключка Вікторія

магістрантка 1 курсу екон. фак.

Наук. кер.: д-р екон. наук, проф. Дашко І. М.

ГРЕЙДОВА СИСТЕМА ОПЛАТИ ПРАЦІ

Система грейдів є різновидом матеріальної мотивації персоналу, в основі якої зосереджено оцінку відносної цінності посади на підприємстві та створення ієрархії посад з відповідними окладами [2, с. 135]. Впровадження системи грейдів є зручним інструментом регулювання фонду оплати праці та створює основу для впровадження різних механізмів мотивації та розвитку персоналу.

Впровадження системи грейдів передбачає проходження організацією чотирьох основних кроків.

Перший етап – опис та оцінка посад. Процедура оцінки посади складається з кількох важливих кроків: перший це особиста бесіда, завдання якої полягає у оцінці професійних умінь і здібностей конкретного працівника.

У цьому складаються показники людини, котрий займає конкретне робоче місце, а чи не сам грейд. Аналогом особистої бесіди може бути процес анкетування, що дозволяє сформувати уявлення про ту чи іншу посаду. Другий крок – оцінка корисності цієї роботи. На цьому кроці порівнюють цінність результатів, отриманих з цієї посади, з цінністю результатів інших позицій усередині компанії [1, с. 36].

Другий етап – визначення чинників оцінки посад. Ці фактори можуть значною мірою відрізнятися через специфіку кожного конкретного підприємства. На промислових підприємствах зазвичай використовують такі чинники, як відповідальність, досвід, наявність підлеглих, кваліфікація, складність роботи, ціна помилки. На підприємствах, котрі займаються виробництвом інноваційної продукції, до цих чинників можуть додати, наприклад, кількість внесених працівником інноваційних пропозицій.

Третій етап – оцінка посад за ключовими факторами. Підсумковий бал, який надалі визначає місце працівника у системі грейдів, визначається множенням балів, отриманих при атестації, на бали значущості цих факторів. Бали значимості залежать від важливості цієї посади для компанії [3, с. 15].

Четвертий етап – розподіл балів на грейди. За результатами підрахунків, залежно від отриманого сумарного балу, всі посади в компанії вишиковуються в ієрархічну піраміду. Потім цю піраміду розбивають на грейди за принципом отримання приблизно однакової кількості балів, на підставі функцій, що виконуються, і в залежності від ступеня значимості даної позиції для підприємства. Після формування грейдів встановлюються діапазони («вилки») базової заробітної плати посад, що увійшли у кожен грейд [4, с. 57]. При встановленні «вилки» окладів для кожного грейду підприємства нерідко орієнтуються на ринкові значення заробітних плат. При цьому мінімальна і максимальна ставки в грейді можуть встановлюватися, відповідно, на 15% нижче та на 30% вище середньо ринкового значення.

На практиці система грейдів має наступні переваги:

- робить систему нарахування оплати праці більш гнучкою;
- підвищує ефективність фонду оплати праці 10-30%;
- робить принцип нарахування зарплати прозорим, що дозволяє відсіяти лінивих та некорисних працівників;
- є зручним інструментом визначення розміру базового окладу нової посади;
- дозволяє зменшити плинність кадрів та дозволяє відстежувати підрозділи, де є невідповідності у нарахування зарплати [5, с. 188].

Тим не менш, незважаючи на всі плюси даної системи оплати праці, вона має ряд недоліків:

- вона вимагає великих витрат на розробку, впровадження та підтримку в робочому стані;

- потребує залучення великої групи експертів для розробки системи;
- є ймовірність суб'єктивного підходу як під час розробки та початкової оцінки складових грейдів, і у процесі регулярних робочих перевірок відповідності персоналу рівню грейда. Наявність недоліків не применшує переваг системи грейдів, вона в будь-якому випадку є більш ефективною порівняно з тарифною системою оплати.

Таким чином, можна зробити висновок, що впровадження системи грейдів є зручним інструментом регулювання фонду оплати праці та створює основу для впровадження різних механізмів мотивації та розвитку персоналу.

Література

1. Грейди, чи скільки коштує праця співробітників? *Людина та праця*. 2015. № 7. С. 35–41.
2. Глуценко В. В. Застосування грейдової та інших прогресивних систем оплати праці на сільськогосподарських підприємствах. *Облік і фінанси*. 2020. № 3. С. 133–137.
3. Сліпачук С. Система грейдів: методика визначення посадових окладів. *Заробітна плата*. 2010. № 8. С. 15–22.
4. Степанова М. В. Інноваційні підходи до оцінки персоналу: грейдинг. *Збірник конференції НДЦ Соціосфера*. 2020. № 24. С. 56–66.
5. Шахно А. Ю. Система грейдування як сучасна форма оплати праці на підприємстві. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6. С. 187–194.

Корохова Марина

студентка 4 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, проф. Рибалко О. М.

ОГЛЯД МЕТОДІВ ОБЛІКУ ВИТРАТ І КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Для того, щоб прийняти оптимальні та дієві управлінські рішення, керівникам потрібно володіти інформацією про витрати та чітко її розуміти. Саме правильно організований облік та аналіз витрат дає можливість регулювання, контролю та зниження витрат. Вибір методів обліку витрат здійснюють з врахуванням особливостей технологічних процесів на підприємстві.

Метод калькулювання – це сукупність прийомів розподілу витрат підприємства за калькуляційними статтями та віднесення їх до об'єкту калькулювання. Методи калькулювання застосовують для розрахунку собівартості визначених видів-груп продукції, робіт або послуг [1].

На різних підприємствах облік витрат на виробництво та калькулювання собівартості здійснюється різними методами. Це залежить від особливостей

підприємства, а саме: галузі, масштабів, продукції, випуску продукції тощо. Але, іноді на практиці існують випадки, коли на одному й тому самому підприємстві, але у різних виробництвах, може застосовуватися декілька методів обліку витрат [2].

Методи обліку та калькулювання витрат поділяють на три види:

- 1) нормативний;
- 2) позамовний;
- 3) попередільний.

Метою даних методів розрахунку собівартості є отримання інформації про собівартість одиниці продукції для ціноутворення, контролю витрат, оцінки незавершеного виробництва та готової продукції.

На сучасному етапі розвитку виробництва найбільш прогресивним методом обліку витрат є нормативний. Цей метод характеризується тим, що на підприємстві за кожним видом виробу, на основі чинних норм і кошторисів витрат, складається калькуляція нормативної собівартості виробу. Це дає змогу обчислити собівартість продукції за нормами матеріальних і трудових витрат, які діють на початок місяця [1].

Нормативний метод обліку витрат застосовують переважно на підприємствах оброблювальних галузей промисловості з масовим і великосерійним характером виробництва, тобто «велике» або «складне» виробництво.

Перевагами нормативного методу є:

- дає можливість декілька разів на місяць аналізувати причини відхилень і виявляти їх винуватців – за таких умов відхилення виявляють у момент їх виникнення, а не після складання звітної калькуляції собівартості, як при інших методах калькуляції;
- не потрібно чекати закінчення місяця для того, щоб розрахувати фактичну собівартість продукції.

Недоліком цього методу є неправильний облік відхилень фактичних витрат від норм: відхилення виявляють шляхом проведення розрахунків за тривалий період, не завжди документують, ведуть їх укрупнений облік без визначення причин і винуватців, істотні суми необлікованих відхилень від норм тощо.

Позамовний метод обліку витрат застосовується у підприємствах, де матеріали на технологічні цілі, основну заробітну плату та загальновиробничі витрати легко пов'язати з конкретною продукцією (послугами) чи їх групою. В основному даний метод обліку витрат застосовують в одиничних та дрібносерійних виробництвах, таких як авіаційна промисловість, кораблебудування, будівництво, виробництво меблів, видавнича діяльність, науково-технічних послугах тощо.

При цьому методі в обліку витрати групуються за замовленнями на виготовлення окремого виробу, партії виробів чи на виконання певного обсягу робіт. Тобто об'єктом обліку витрат при цьому методі є окреме замовлення [3].

Головним недоліком даного методу є відсутність оперативного контролю за рівнем витрат, складність і громіздкість інвентаризації незавершеного виробництва.

Попередільний метод застосовується при масовому виробництві однорідної продукції (наприклад, у харчовій промисловості). Середні затрати на одиницю продукції визначаються діленням загальної суми затрат на кількість виробленої продукції [3].

Найголовніший недолік даного методу – це єдиний метод, при якому неможливий аналітичний облік витрат на виробництво за об'єктами калькуляції. Щодо переваг, він є зручним до великих сум, дуже простим та достатньо швидким.

Отже, якщо робити висновки, можна сказати, що кожен метод має як і переваги, так і недоліки. Але саме від методу залежить рішення керівництва – чи буде воно ефективне, чи ні. Метод обирається відштовхуючись від діяльності підприємства, масштабів, продукції тощо. Тому, обравши найоптимальніший метод, можна зменшити витрати та вдало їх контролювати та регулювати.

Література

1. Скрипник М. І. Методи обліку витрат і методи калькулювання: сутність і співвідношення понять. *Міжнародний збірник наукових праць*. 2018. Вип. 2. С. 202–206.
2. Бухгалтерська система знань. I-Factor. URL: <https://i.factor.ua/ukr/> (дата звернення: 30.04.2022).
3. Садовська І. Б., Божидарнік Т. В., Нагірська Т. Є. Бухгалтерський облік : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 276 с.

Мельникова Катерина

студентка 2 курсу екон. фак-ту

Тихонова Карина

студентка 2 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Малтиз В. В.

ВПЛИВ НА МОТИВАЦІЮ КАДРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

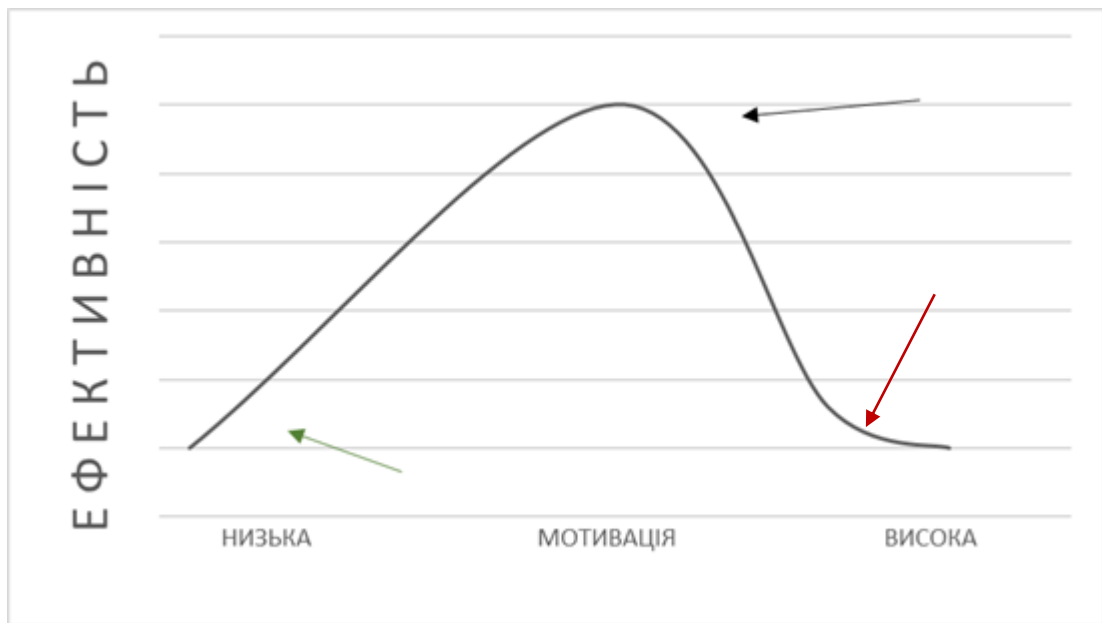
Низька мотивація співробітників є масштабною проблемою для керівників підприємств. Немотивовані працівники витрачають мало зусиль на виконання обов'язків, уникають зайвої роботи наскільки це можливо, звільняються з організації, якщо є така можливість, та виконують роботу

неякісно. Працівники, які мотивовані до роботи більш продуктивні, та працюють з високою якістю. Реальність така, що кожен співробітник піддається різним способам стати мотивованим. Роботодавцям потрібно впроваджувати різні техніки мотивації щоб покращити результати своїх працівників.

В загальному розумінні термін «мотивація» означає енергійну поведінку, спрямовану на певну мету. Замість того, щоб нав'язувати людям рішення силою своїх аргументів, потрібно замотивувати їх. Мотивація співробітників, є найголовнішою проблемою для керівництва та менеджерів з персоналу. Керівник може бути причиною відсутності мотивації своїх підлеглих. У своїй книзі Сьюзен Фаулер «Чому вони не працюють?» запевняє, що вважати, що головна ціль бізнесу полягає в отриманні прибутку, завжди фокусуватися на цифрах та статистиці, взагалі не концентруючись на своїх працівниках може призвести до краху бізнесу. Щоб люди могли виконувати свою роботу з великим задоволенням потрібно дати їм можливість бути не просто підлеглими, а частиною бізнесу. Наприклад, давати їм можливість обговорювати стан компанії з керівництвом та пропонувати власні ідеї щодо майбутнього компанії.

Розглянемо графік, на якому добре показано зміну ефективності роботи працівників з різним рівнем мотивації [1].

Емоції також беруть участь у мотивації. Співробітнику, який дуже емоційно сприймає ситуації, може бракувати стабільності, щоб працювати оптимально. На мотивацію також впливає моральний стан і ставлення людини до роботи. За звичайних умов працівники, як правило, працюють лише на дві третини своїх можливостей. Якщо працівники задоволені своєю роботою, не відчують труднощів, мають на меті досягти свої цілі, будуть працювати з більшим ентузіазмом та захопленням. Вони будуть рідше пропускати робочі дні через неповажні причини, будуть менше схильні змінювати роботу, а головне, вони будуть працювати на вищому рівні, що у подальшому слугуватиме приводом для підвищення заробітної платні, виділення премій та надбавок такому працівнику та, без сумнівів, це слугуватиме кар'єрному росту [2].



→ надлишок мотивації, що у свою чергу збільшує рівень стресу у працівників, та зменшує продуктивність.

→ демонструє малу кількість мотивації, яка збільшує інтерес працівників до роботи, а тобто і продуктивність.

→ показує оптимальний рівень мотивації, за якого досягається максимальна продуктивність праці.

Рисунок 1 – Рівень мотивації

Підводячи підсумки, можемо дійти до висновку, що низький рівень мотивації є однією з поширених проблем, з якою стикаються підприємства. Як правило, відповідальність за мотивацію персоналу несе керівник або менеджер з персоналу. У сучасних умовах існує безліч методів мотивації працівників, які у більшості випадків є високоефективними. Перш за все, це матеріальна та нематеріальна мотивація, що формується залежно від галузі у якій спеціалізується підприємство та його масштабу. Отже, чим краще впроваджена система мотивації на підприємстві, тим краще будуть результати працівників, тим самим репутація суб'єкту господарювання в цілому.

Література

1. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник Київ : КНЕУ, 2012. 397 с.
2. Усталовська А. С. Мотивація персоналу як один з основних інструментів успішного управління персоналом. *Молодий вчений*. 2017. № 4. С. 112–115.

СУЧАСНІ МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ЗАОХОЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ДО ЕФЕКТИВНОЇ ПРАЦІ ЛЮДИНИ

На сучасному етапі розвитку України проблема мотивації має велике значення. Персонал є найскладнішим та специфічним видом ресурсів, що використовує підприємство у своїй діяльності. Ефективність діяльності підприємства у великій мірі залежить від ефективності праці персоналу.

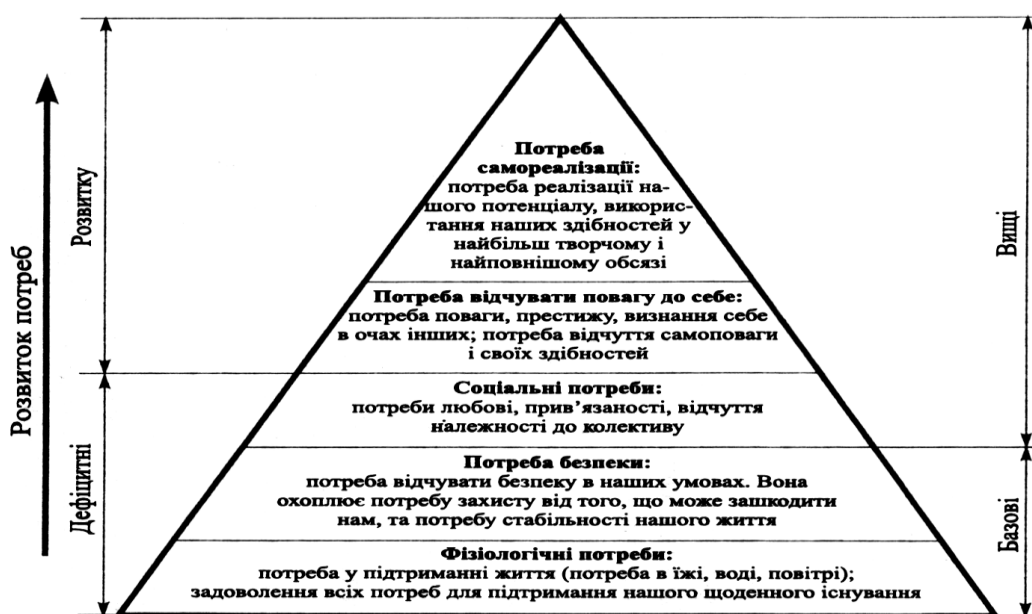


Рисунок 1 – Схематична модель мотиваційного механізму [1]

Провідні організації розробляють і використовують цілу систему форм і методів активізації трудової поведінки. Отже, формування дієвої системи мотивації вимагає в основу розробки мотиваційних механізмів персоналу покласти особистісний підхід, формування мотивацій у якому передбачають вивчення потреб людини. Схематична модель цього механізму на рис. 1.

Модель мотиваційного механізму з рис. 1 передбачає необхідність чіткого визначення мети, зіставлення витрат із результатами. З рис. 2 видно, що дана схема передбачає розгляд держави як інституціональної структури, що виступає суб'єктом зовнішнього середовища для підприємства.

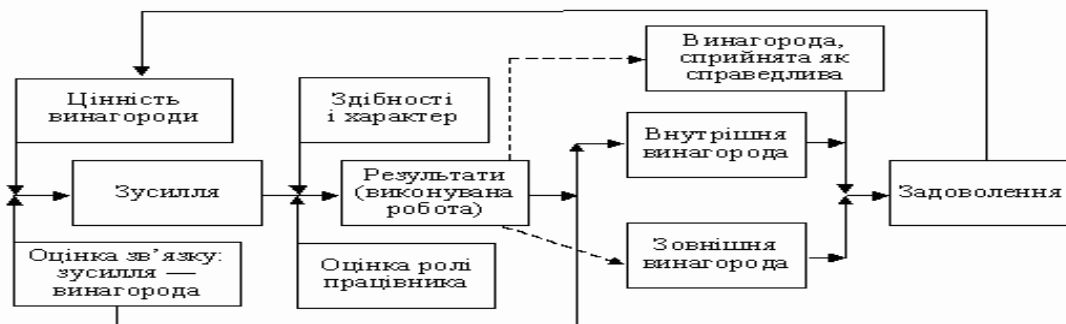


Рисунок 2 – Структура сучасної ефективної системи мотивації на підприємстві [2]

Матеріальна мотивація включає: заробітну платню; регулярні грошові премії з нагоди певних подій. До видів нематеріальної мотивації належать: подарунки та соціальний пакет. Інший вид мотивації – це соціальні вигоди. До нематеріальних способів: розширення трудових функцій; збагачення праці; поліпшення умов праці. Отже, головним завданням керівництва будь-якого підприємства повинно стати створення на ньому ефективного мотиваційного середовища. Цього можна досягти насамперед через забезпечення залежності винагороди працівника від досягнутих ним результатів і кваліфікації.

Література

1. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник. Київ : КНЕУ, 2015. 337 с.
2. Никифорова В. Г. Управління персоналом : навч. посіб.. 2-ге вид. Атлант, 2015. 275 с.

Міщенко Анна

магістрантка 1 курсу екон. фак.

Наук. кер.: д-р екон. наук, проф. Дашко І. М.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ КРИЗОВОГО СТАНУ

Кризова ситуація в економіці загрожує підприємству не тільки фінансовими проблемами і втратою позицій на ринку, але і втратою кваліфікованих кадрів, без яких подолати кризу стає важко.

Мотивація персоналу в умовах кризи вимагає змін як і в системі матеріального, так і нематеріального стимулювання.

Матеріальна винагорода має вирішальне значення у трудовій мотивації, причому його зміст для працівника не вичерпується тільки компенсацією затрат часу, енергії, інтелекту, які витрачаються працівником при досягненні цілей організації. Грошова винагорода, точніше, форми її отримання, а також відносні і абсолютні розміри сприймаються працівником як свідчення його цінності для організації, впливають на самооцінку працівника, прямо говорять про його статус.

В умовах кризи внутрішня мотивація співробітників зазнає суттєвих змін. У цій ситуації матеріальне стимулювання працівників повинно будуватися відповідно до таких принципів:

1) При скороченні фіксованої частини доходу давати можливість заробляти за рахунок досягнень певних потрібних компанії результатів.

2) Доведення до відома всіх працівників, що їх особисті цілі повинні бути пов'язані з цілями бізнесу.

3) Роз'яснення працівникам, яким чином формується їх дохід, за що вони тепер отримують винагороду.

4) Регулярний контроль досягнення працівниками поставлених цілей у вигляді звітів, загальних «п'ятихвилинок», нарад та ін.

В цілому система матеріального стимулювання повинна стимулювати працівників на виконання цілей, поставлених керівництвом компанії.

Систему мотивації персоналу не можна назвати ефективною, якщо вона заснована тільки на дії матеріальних чинників (таких як зарплата, премії, бонуси) і не включає нематеріальні мотиви.

На сьогодні існують різноманітні методи нематеріальної мотивації: дошки і книги пошани, гімни і прапори, конкурси та перехідні кубки, пам'ятні знаки, рейтинги, ротація, корпоративні заходи, team building, заохочення тощо.

Досить відомі і психологічні правила ефективної мотивації: повага особистості, щирість в похвалі, реалістичність цілей, зворотний зв'язок, можливості для зростання, заохочення групової роботи і співпраці й ін. Вибір інструментів і правил тут багато в чому визначається організаційною культурою компанії, її розмірами, характером бізнесу, стадією життєвого циклу.

В умовах кризи найважливішим інструментом нематеріальної мотивації персоналу є корпоративна культура [1]. Важливою складовою корпоративної культури компанії є місія компанії, що представляє собою мету високого рівня узагальнення, узгоджена з цінностями організації, що відповідає на питання: навіщо потрібна людям ця організація?

Формулювання місії організації – це процес колективний. Включаючи персонал в обговорення таких серйозних питань, керівництво, з одного боку, отримує мету, дійсно узгоджену з цінностями організації, а з іншого – підвищує мотивацію персоналу. Людям важливо те, що до них прислухаються.

Існує таке поняття, як team building (командоутворення) – згуртування колективу за допомогою спільних поїздок в будинки відпочинку або в санаторії, участь в екскурсіях та спільні заходи. Презентації та інші акції, спрямовані на демонстрацію успіхів фірми, також повинні проходити за участю членів колективу для формування у них почуття причетності до спільної справи.

Крім цього, не можна забувати про такий досить ефективний метод нематеріальної мотивації, як заохочення від керівництва (усні та письмові подяки). Один з найлегших і найефективніших способів заохочення працівників без грошових витрат – публічне вираження вдячності за їх зусилля.

Воно може бути здійснено в різних формах, зокрема у вигляді видання буклетів про компанію з розміщенням фотографій кращих співробітників компанії; розміщення рекомендаційних листів клієнтів на спеціальному інформаційному стенді компанії, де всі співробітники мають можливість їх бачити; оголошення досягнень працівника на загальних зборах, а також шляхом розсилки вітальних повідомлень за відмінну роботу по електронній пошті (з копіями для всіх інших працівників відділу або організації). Ці методи не вимагають великих грошових витрат, вони легкі і дуже ефективні [2].

Завжди можна знайти, за що хвалити людину. Головне – робити це щиро. Є золоте правило керівника: лаяти наодинці, а хвалити – при всіх. Похвала при всіх матиме в кілька разів більший ефект, ніж скупе і тихе «молодець». А ось осуд в присутності інших осіб може сильно образити людину.

В ситуації кризи люди як ніколи потребують визначеності і впевненості в тому, що керівництво має план дій. Важливо роз'яснити, в зв'язку з чим ці заходи прийняті, які подальші перспективи компанії. Погана обізнаність працівників про те, що відбувається в організації, про перспективу вирішення найважливіших проблем, які зачіпають їх інтереси, не тільки погіршує психологічний клімат в організації, знижує рівень їх довіри до керівництва, а й самим негативним чином впливає на трудову мотивацію персоналу [3].

На жаль, у багатьох працівників ніколи не питають їх думки, а якщо і запитують, то ця думка відразу ж відкидається. Залучення ж працівників збільшує їх зобов'язання перед організацією і в той же самий час допомагає спростити здійснення нової ідеї організаційних через трансформаційних змін, так як співробітники розуміють сенс змін і підтримують їх.

Таким чином, поки не пройде ситуація нестабільності, спілкування керівника з співробітниками повинно носити регулярний характер – щотижня або щомісяця. Це можуть бути звітні наради, листи від керівництва, звіти за результатами діяльності компанії за період (на основі звітів співробітників). Робити це нескладно за умови, що в компанії існує система звітності. Регулярне інформування колективу про те, що антикризові заходи і спільна робота приносять результат, мотивує людей на подолання складнощів.

Література

1. Поліщук А. Т. Мотивація персоналу в умовах кризового стану підприємства. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/495.pdf> (дата звернення: 18.04.2022).

2. Пучкова С. Ключові напрямки антикризового управління персоналом. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 3. С. 232–235.

Островський Михайло

студент 4 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, проф. Рибалко О. М.

РОЛЬ ТА РОЗВИТОК КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах погіршення ситуації на світових сировинних ринках завдання економічної диверсифікації та пошуку нових факторів економічного зростання стають актуальними для України. Таким фактором є креативність та креативні індустрії.

Креативність розглядається не лише як соціальний процес, а й як процес породження ідей, що перетворюються на товари, основними характеристиками яких є: індивідуальна творчість як невід’ємний елемент виробництва; втілення культурних знаків для споживачів; інтелектуальна власність невіддільна від людини чи групи осіб – виробників культурних благ [1].

Перешкодою, яка ускладнює розвиток креативних індустрій, часто є відсутність досвіду та знань у підприємців. Запуск регулярних навчальних курсів для представників бізнесу, а також розробка посібників та керівних принципів для створення та просування творчих ініціатив допомагає змінити ситуацію.

У 2016 році Європейський інвестиційний фонд та Європейська комісія запровадили гарантування позик для малого бізнесу для сектору малого бізнесу. Завдяки цьому механізму банки та інші фінансові установи мають надати понад 600 мільйонів євро позик креативним економікам. Схема покриватиме до 70% ризику неповернення індивідуальних позик організаціям креативної економіки та до 25% ризику загального кредитного портфеля організацій креативної економіки банкам-учасникам.

У листопаді 2020 року ООН ухвалила резолюцію A/RES/74/198, яка проголосила 2021 рік «Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку». У резолюції визнається, що креативна економіка має потенціал для підтримки країн, що розвиваються, і країн з перехідною економікою в диверсифікації виробництва та експорту, а також для забезпечення сталого розвитку всеохоплюючим і справедливим чином.

Креативні індустрії сильно постраждали від пандемії COVID-19 завдав жахливого удару по креативним індустріям, де працюють понад 30 мільйонів людей у всьому світі. За оцінками, у 2020 році лише скасування публічних виступів коштувало авторам приблизно 30% світових гонорарів, тоді як

світова кіноіндустрія втратила 7 мільярдів доларів доходів. Згідно з дослідженням ЕС у 2015 році, на креативну економіку припадає близько 3% світового ВВП. Але це, можливо, коштує набагато більше, якщо до його комерційних здобутків додається культурна цінність. В Індонезії, яка внесла резолюцію на Генеральну Асамблею ООН, креативна економіка складає 7,4% ВВП країни. Тут також зайнято 14,3% робочої сили: від ремесл до ігор, моди до меблів. У Великобританії креативні індустрії зробили рекордний внесок в економіку в 2017 році, вносячи 101,5 мільярда фунтів стерлінгів до казни країни, і зросли майже вдвічі швидше, ніж економіка з 2010 року.

Креативна економіка виявляється потужним економічним сектором, що розвивається, зміцненням цифровізацією та сплеском послуг [2].

В умовах перманентної кризи, що охоплює всі складові соціально-економічної системи України, здатність країни забезпечувати свої регіони інформацією та обміну технологіями між ними, їх стає основним фактором стимулювання регіонального розвитку.

Міжнародний досвід показує, що розвиток креативних індустрій сприяє підвищенню інвестиційної привабливості територій, підвищенню кваліфікації працівників, підвищенню конкурентоспроможності міст. Стратегія креативних індустрій створює нові форми співпраці організацій у формуванні інноваційних екосистем різного рівня.

Політика розвитку креативної економіки повинна базуватися на усвідомленні її міждисциплінарного характеру – економічної, культурної, соціальної, технологічної та екологічної складових. Вона повинна бути спрямована на забезпечення узгоджених дій державних установ, установ та механізмів, спрямованих на підтримку розвитку творчих та суміжних секторів економіки.

Література

1. Creative economy report. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf (дата звернення: 17.04.2022).

2. Creative economy to have its year in the sun in 2021. URL: <https://unctad.org/news/creative-economy-have-its-year-sun-2021> (дата звернення: 17.04.2022).

Петренко Анастасія
студентка 4 курсу екон. фак-ту
Сидоренко Катерина
магістрантка 1 курсу екон. фак.
Наук. кер.: канд. екон. наук, проф. Рибалко О. М.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах адаптації бухгалтерського обліку в Україні до міжнародних стандартів він має бути орієнтований на забезпечення оперативною інформацією всіх суб'єктів управління, а також на підготовку інформативної бухгалтерської звітності для інвесторів та кредиторів. Поряд із цим дослідження інформаційних систем підприємств різних галузей свідчить одночасно й про значну кількість непотрібної в управлінні інформації, акумульованої у бухгалтерському обліку, і про відсутність в обліку інформації для управління. Таким чином, з одного боку, мова йде про дефіцит інформації і її несвоєчасність, а з іншого – про наявність непотрібної інформації, що накопичується системою бухгалтерського обліку.

В умовах формування ринкової економіки зростає потреба в реєстрації й формуванні конкретної інформації, необхідної для контролю за діяльністю підприємств як зовні (з боку власника), так і всередині (з боку управлінського персоналу) [1].

У бухгалтерському обліку інформація про основні засоби повинна містити дані про надходження й вибуття основних засобів, стані їх зберігання й використання, правильне й своєчасне нарахування зносу, результати реалізації, ліквідації основних засобів, обсяги витрат на ремонтні роботи й поліпшення основних засобів. Важливим моментом відображення в бухгалтерському обліку його об'єктів є первинне спостереження [2].

На наш погляд, документального підтвердження вимагає така операція, як формування первісної вартості основних засобів. Об'єкти основних засобів можуть надходити на підприємство різними шляхами. Залежно від цього дещо іншим буде склад витрат, за якими буде формуватися в обліку первісна вартість об'єкта основних засобів. Усі витрати, пов'язані з надходженням об'єкта, підтверджуються відповідними окремими первинними документами, як свідчать про їх здійснення. Однак кінцева сума первісної вартості об'єкта, що відображена в акті приймання-передачі об'єкта основних засобів та інвентарній картці й складається із цих витрат.

Важливо звернути увагу на облік основних засобів з погляду їх ролі в господарській діяльності. Тобто в бухгалтерському обліку основні засоби

розподіляються за відповідними субрахунками залежно від їх призначення на виробничі та невиробничі. Для відповідності нарахованого зносу обліку необхідно внести додатковий субрахунок для окремого обліку амортизації витрат виробничої і не виробничої сфер. Це має виглядати таким чином:

Рахунок 131 «Знос основних засобів»:

Субрахунки:

- 131.1 «Знос основних засобів виробничого призначення»;
- 131.2 «Знос основних засобів невиробничого призначення».

Таким чином, амортизація, нарахована на основні засоби за субрахунком 131.1 «Знос основних засобів виробничого призначення» в бухгалтерському обліку, повинна буде після впровадження всіх запропонованих змін відповідати амортизації, нарахованій на основні засоби в обліку.

Амортизаційні відрахування за субрахунком 131.2 «Знос основних засобів невиробничого призначення» будуть відображатися в бухгалтерському обліку амортизації основних засобів і не будуть включатись до витрат підприємства.

Отже, для підвищення рівня інформаційного забезпечення необхідним є вдосконалення первинної облікової документації й реєстрів аналітичного обліку основних коштів. Для усунення зазначеного недоліку пропонується ввести форму «Розрахунок первісної вартості основних засобів» як додаток до акта приймання-передачі основних засобів. Також щоб уникнути проблем з визначенням виробничого призначення основних засобів на підприємствах, слід зробити обов'язковим документальне затвердження сфери використання основних засобів у господарській діяльності підприємства.

Література

1. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 2015 р. / за ред. С. Ф. Голова. Київ : ФПБАУ, 2015. 1272 с.
2. Петрук О. М. Регулювання бухгалтерського обліку в Україні. Теорія, методологія, практика. Житомир : ЖДТУ, 2016. 152 с.

Радіонова Дар'я

студентка 4 курсу екон. фак-ту

Наук. кер.: канд. екон. наук, проф. Рибалко О. М.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ

Одним із перспективних напрямів створення конкурентно-ринкового середовища є розвиток малого бізнесу. Система управління бізнесом складається з певних елементів, структурованих по вертикалі й горизонталі

залежно від взаємовідносин і взаємо підпорядкованості суб'єктів управлінського впливу.

Між елементами організаційної структури підприємства існують лише одно канальні взаємодії. Іншими словами, кожний підлеглий має лише одного лінійного керівника, який виконую водночас адміністративні та всі інші керівні функції у відповідному підрозділі. До переваг такої структури управління належать чіткість взаємовідносин, оперативність і несуперечливість управлінських рішень і надійний контроль. Недолік полягає в тому, що керівник окрім основних координуючих функцій повинен відволікатися на виконання додаткових робіт з кадрами, з обліку, контролю якості тощо.

Директор – підприємець виконує трудові обов'язки на фірмі, та має право повного розпорядження прибутком фірми після сплати податків та інших обов'язкових відрахувань, зборів і платежів. Економічна привабливість створення такої форми підприємництва відображається можливістю для підприємця одержувати доходи у вигляді заробітної плати, премій, матеріальної допомоги, тощо, розміри яких встановлюються ним самостійно.

Роль трудових ресурсів значно зростає в період ринкових відносин. Добре підібраний трудовий колектив – одна з основних задач підприємця. Це повинна бути команда однодумців і партнерів, здатних усвідомлювати, розуміти і реалізовувати задуми керівництва підприємства.

При підборі кадрів важливе значення має трудовий договір. Це безпосередня угода між підприємцем і людиною, що надходить на роботу, конкретна система наймання, що широко поширена за кордоном і знаходить усе більше застосування у вітчизняній практиці. У трудовому договорі обмовляються: трудова функція, місце роботи, посадові обов'язки, кваліфікація, спеціальність, розмір заробітної плати і час початку роботи.

Для забезпечення суцільного та безперервного спостереження за господарськими операціями використовують бухгалтерські документи, де фіксуються факти здійснення господарських операцій. Документація відіграє дуже важливу роль в управлінні підприємницькою діяльністю, забезпечує контроль за збереженням майна, раціональним його використанням. Вона має юридичне значення як письмовий доказ здійснення господарських операцій. Використовують документацію для аналізу господарської діяльності, фінансового контролю, аудиту й документальних ревізій. Документи бувають первинні та зведені. Первинний документ складають під час виконання господарської операції чи відразу після її завершення, а зведені – на основі кількох первинних документів для отримання узагальнених даних. Від якості оформлення документів залежать повнота й достовірність показників обліку й звітності. Форма документа має бути простою, зручною. Для виконання цих вимог велике значення мають уніфікація і стандартизація документів.

Документообіг – це рух документів з моменту їх складання чи одержання від інших суб'єктів господарювання до передавання на зберігання в архів. Документи зберігають в архіві, який організовано безпосередньо в бухгалтерії для зберігання документів поточного року. Строки зберігання документів і звітності встановлює Головне державне управління при Кабінеті Міністрів України. Норми чинного законодавства не передбачають ведення бухгалтерського обліку приватними підприємцями. Однак це не звільняє їх від ведення обліку взагалі. Тому, хоч і спрощений, але облік таки має бути.

Бухгалтерський облік діяльності малого підприємства ведеться безперервно з дня його реєстрації. Питання з його організації належать до компетенції власника відповідно до законодавства. Керівник створив необхідні умови для правильного ведення бухгалтерського обліку, забезпечення неухильного виконання всіма працівниками правомірних вимог бухгалтера щодо дотримання порядку оформлення та подання до обліку первинних документів. Для забезпечення достовірності даних бухгалтерського обліку проводиться інвентаризація активів, під час якої перевіряються і документально підтверджується їх наявність. Інвентаризація активів регулюється ст. 10 Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні». Інвентаризація – елемент методу бухгалтерського обліку, за допомогою якого забезпечується наявність облікових даних про засоби підприємства.

Згідно з чинним законодавством України всі вільні грошові кошти приватного підприємця повинні в обов'язковому порядку зберігатися в банку, причому він може самостійно обрати установу банку, в якій зберігатимуться кошти. Банки можуть відкривати поточні, депозитні, бюджетні, позикові рахунки, субрахунки для філій, представництв тощо. Найбільш поширене сьогодні використання поточних та депозитних рахунків.

Приватні підприємства для здійснення підприємницької діяльності використовують різні системи програм «1С:Предприятие», яка призначена для вирішення широкого спектру завдань автоматизації обліку і управління, що стоїть перед сучасними підприємствами, що динамічно розвиваються.

Література

1. Михайлов М. Г., Полятикіна Л. І., Славкова О. П. Організація бухгалтерського обліку на підприємствах малого бізнесу. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 329 с.
2. Гоголь Т. А. Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємств малого бізнесу. Чернігів : Лозовий В. М., 2014. 384 с.

ПРО ДУАЛІСТИЧНИЙ ХАРАКТЕР КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

В сучасних висококонкурентних умовах бізнес-середовища дуалістичний характер КСВ виявляється в тому, що з одного боку, вона є втіленням усвідомлення компанією своєї ролі в забезпеченні сталого розвитку суспільства; з іншого – виступає ефективним інструментом її бренд-комунікації, оскільки забезпечує успішне позиціонування компанії та створює її привабливий образ і довгострокову перевагу для споживачів.

Таким чином, зусилля бізнесу щодо поліпшення соціального клімату в державі та розв'язання екологічних проблем винагороджуються формуванням сильного бренду компанії та забезпечують підвищення її конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі. В світовій практиці соціальна відповідальність вже стала невід'ємною частиною корпоративної культури та об'єктом стратегічного планування, тоді як в Україні КСВ ще сприймається компаніями з позиції її необов'язковості, хоча і набуває дедалі більшого поширення [2].

Корпоративна соціальна відповідальність відіграє важливу роль у формуванні ринкової конкуренції, тому будь-яка неетична поведінка корпорації веде до неприйнятних наслідків, які досить часто негативно впливають на результати її діяльності в цілому. Нехтування корпоративною соціальною відповідальністю, особливо великими компаніями, часто призводить до скандалу, який може завдати значної шкоди бізнесу і найчастіше проявляється у втраті репутації, зменшенні обсягів збуту, зниженні цін на акції тощо. Збиток, завданий підприємницькій марці, переважно впливає на рівень довіри з боку клієнтів, зменшуючи їхню прихильність і рішучість купувати товар певної марки [3].

Більшість дослідників стверджують, що позитивна КСВ може призвести до збільшення доходів за рахунок зростання продажів. Частка доходів може бути досягнута опосередковано за допомогою покращення іміджу бренду або безпосередньо, наприклад, за допомогою продукту, орієнтованого на КСВ. Саме через це деякі корпорації використовують стратегічну КСВ, що включає прямі ініціативи, такі як інвестиції в екологічно чисті операції, які зменшують викиди та знижують витрати, а також непрямі методи, як-от цільові благодійні внески, які можуть збільшити репутацію бренду та лояльність клієнтів.

Також, КСВ підвищує надійність фірми і, таким чином, зміцнює відносини з важливими зацікавленими сторонами (наприклад, підвищує

задоволеність співробітників), що веде до фінансового виграшу (наприклад, зниження плинності кадрів, що дозволить підприємству утримати цінні кадри з досвідом роботи та вміннями).

Отже, будь-які оманливі дії, пов'язані зі стратегічною КСВ, тягнуть за собою несприятливі наслідки, що негативно впливають на репутацію компанії, а разом з цим на ціну акцій та обсяги збуту. На початку, спостерігаючи за вторгненням РФ в Україну, більшість впливових міжнародних компаній опинилися у пастці. З одного боку, залишатися в Росії для них – великий бізнесовий та репутаційний удар. З іншого – це ризик втратити мільярдні інвестиції та серйозні прибутки. Та, незважаючи на всі ризики та втрату прибутку, понад 220 компаній із різних сфер вийшли із російського ринку. Та варто зазначити, що зокрема, міжнародні компанії Danone, Nestle, Unilever та P&G залишаються в Росії та сплачують податки [1].

З цього можна зробити висновок, що існує сильний зв'язок між корпоративною стратегією КСВ та питанням подальшої діяльності та конкурентоспроможності компанії.

Література

1. Російський ринок покинули вже понад 220 іноземних компаній: список МЗС. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/03/18/novyna/ekonomika/rosijskyj-rynok-pokynuly-vzhe-220-inozemnyh-kompanij-spysok-mzs> (дата звернення: 17.04.2022).
2. Задорожна Р. П. Проєкти соціальної відповідальності компаній та їх роль в комунікації бренду. *Ефективна економіка*. 2021. № 1. С. 120–126.
3. Скандал навколо концерну Volkswagen щодо шкідливих викидів в атмосферу і корпоративна соціальна відповідальність: дослідження ситуації. URL: <https://armgpublishing.sumdu.edu.ua/ua/uajournals/uabel/volume-2-issue-1/article-1> (дата звернення: 17.04.2022).

Сєрова Владлена

магістрантка 1 курсу екон. фак.

Наук. кер.: д-р екон. наук, проф. Дашко І. М.

МЕНЕДЖМЕНТ БІЗНЕСУ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Тема менеджменту бізнесу є актуальною у сучасному світі, адже ефективність роботи сучасного підприємства пов'язана з командним підходом до управління. Це можна вважати одним із інструментів її організаційного стимулу та високоефективного менеджменту. Та як вони пов'язані?

Закордонні і українські економісти написали велику кількість праць згідно до проблем теорії, практики і методології управління персоналом. Зокрема, Дж. Блек, О. І. Амоша, С. Г. Дзюба, А. Браверман, П. В. Журавльов, В. М. Колпаков, Дж. М. Іванцевич, А. А. Лобанов, Ф. Ю. Поклонський, В. Д. Пагрушев, М. Г. Рак, Д. С. Синк, А. А. Томпсон, Г. М. Скударь, С. В. Шекшня та ін. Однак те, як менеджмент бізнесу впливає на управління – залишилось не дослідженим питанням.

Метою дослідження є: узагальнення загальних проблем щодо питання управління потенціалом молодих працівників на сучасному рівні і пропонування своїх методів їх вирішення.

Управління персоналу для всіх вважається як певний вид діяльності, що націлений на організацію працівників з метою реалізації проєктів підприємства. До того ж, максимальний акцент – на працю, досвід і таланти співробітників, а також на рівень їх задоволеності від самої роботи. Тобто, управління персоналом – це не про сувору регламентацію дій кожного з працівників, а про вміння взаємодіяти з ними: поважати, мотивувати і направляти їх роботу на благо компанії.

В управлінській практиці можна ознайомитись із двома поняттями: «управління персоналом» і «менеджмент бізнесу». Важливо розуміти, що це дві різні речі. Основна відмінність в тому, що в першому випадку розглядається людина, як повноцінна і самодостатня особистість, при цьому увага зосереджується її потребам і правам, а також інтереси персоналу при постановці комерційних цілей. У другому прикладі персонал сприймається як ресурс, за допомогою якого досягається мета компанії. При цьому, в ресурс готові вкладати і сприяти його розвитку. І тому найважливішим є саме цілі компанії, а не співробітників.

Тобто, управління людськими ресурсами співвідносно з кадровим або трудовим потенціалом. У разі ж управління персоналом, матеріальні цілі грамотно переплетені за значимістю з соціальними потребами працівників.

Таким чином, можна підсумувати, що управління персоналом носить складний і системний характер. Сучасні реалії показують досить велику кількість моделей цієї діяльності. У загальному вигляді можна сказати, що є: економічні, технократичні і сучасні. У першому випадку – моделі, що акцентують увагу на матеріальному заохоченні співробітників. У другому випадку – акцент на використанні різних адміністративних методів організації та контролю праці. У третьому виді – про лідерство та партнерство між співробітниками, про творчість в колективі і людський самоконтроль.

Для того, щоб створити правильну взаємодію у управлінні та менеджменті персоналом – можна залучати ідеї студентів із простих конференцій задля покращення цієї сфери. Наприклад, можна створити проєкт, який матиме такий вигляд.

Багато батьків відкладають для своїх дітей кошти до їх 18-річчя чи на інші дати, але у загальній мірі ніхто не має кінцевої мети для цього. Можна створити пропозицію для них. На кошти створити страхування до періоду отримання коштів дитиною задля того, щоб убезпечити себе від втрати коштів. Коли прийде період їх отримання – пропозиція для дітей: при вступі в університет (із подальшим його закінченням), із згодою батьків та дітей, направити кошти на різного роду бізнес. При цьому грошовкладниками будуть самі батьки, а їх діти ніби акціонери. Разом із теоретичними знаннями університету будуть набуватись вже практичні навички. Для більш правильного усвідомлення справи – приблизно у 16-річному віці для кожного створити тестування, що їм подобається та розділити по групам інтересів. Так можна буде по групах розлічати хто який хоче мати бізнес. Для тих батьків, які не матимуть змоги відкласти кошти – їхнім дітям буде запропоновані гранти на отримання цього курсу, а у подальшому – робота в такого роду підприємствах. Таким чином будуть співпрацювати банк із вкладником, університет із потенційними студентами, а самі діти матимуть змогу йти у доросле життя, з точним уявленням, яке воно має бути.

Але у будь-якому випадку тут є річ про те, як впливає на дітей–студентів їх власний вибір менеджменту бізнесу задля створення правильної управлінської політики.

Література

1. Козаченко Г. В. Технологізація управлінської діяльності: зміст та призначення. *Економіка і регіон*. 2016. № 3. С. 37–40.
2. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг. URL: <https://cutt.ly/VCtOVi3> (дата звернення: 06.02.2022).

Скиба Діана

магістрантка 1 курсу екон. фак.

Наук. кер.: д-р екон. наук, проф. Дашко І. М.

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛОМ

Більшість науковців-економістів вважає, що розвиток персоналу представлений широким спектром заходів щодо професійної підготовки та перепідготовки працівників, їх адаптації, підвищення кваліфікації, періодичного оцінювання, планування ділової кар'єри та професійного просування, роботи з кадровим резервом тощо [1]. Отже, розвиток персоналу – це передусім складний комплекс організаційно-економічних заходів щодо навчання персоналу, його перекваліфікації та перепідготовки.

Управління розвитком персоналу покликане розкривати приховані знання персоналу, розширювати межі цих знань, будувати нові форми комунікацій всередині колективу та змінювати відносини між людьми, отже, збільшувати людський капітал та його конкурентоспроможність у взаємозв'язку зі зростанням рівня продуктивності праці. За таких умов одними з найважливіших завдань сучасних систем управління є розвиток та мотивація різноманітних здібностей працівників на основі новітніх ефективних технологій, засобів і методів професійного розвитку персоналу підприємства.

Вивчаючи тенденції розвитку бізнесу в Україні та спираючись на результати експертних досліджень у сфері управління людськими ресурсами, ми відзначимо активний розвиток нових персоналтехнологій та їх вплив на успішний розвитку бізнесу. Зростає і роль фахівців з розвитку людських ресурсів (далі – фахівці HR «Human Resource»). Відбувається це еволюційним шляхом, від сприйняття HR як звичайного відділу кадрів до сучасного відділу управління такими ресурсами, як освіта і навчання, оплата праці, компенсації і пільги, зокрема за рахунок ефективного порівняння з ринком праці.

Саме використання закордонного досвіду та орієнтація на західні практики розвитку персоналу дають вітчизняним підприємствам суттєву конкурентну перевагу на ринку праці та формують позитивний бізнес-імідж серед усіх учасників відносин.

Водночас спостерігається нестача підготовлених працівників, а процес навчання персоналу займає певний час, тому виникає закономірна часова розбіжність між розвитком нових технологій та підготовкою кваліфікованих кадрів. Ці процеси рухаються дуже низькими темпами, що не може не впливати на розвиток економіки країни загалом та ефективність ринку праці зокрема.

В практиці вітчизняних підприємств спостерігається використання аутсорсингу у кризових чи передкризових умовах, акцентується увага на можливості зниження витрат.

Мета застосування аутсорсингу полягає у використанні провідних бізнес-технологій і ноу-хау для створення та утримання конкурентних переваг в умовах загострення відносин між організаціями, що передають і приймають на себе виконання окремих видів діяльності на основі укладених довгострокових угод. Тим самим підприємство може зосередити у своїх руках новітні досягнення в галузі науки, техніки і технологій, забезпечивши максимальне задоволення очікувань споживача та їх відповідність вимогам ринку [3].

З інших інструментів кадрового консалтингу провідні компанії світу намагаються максимально використовувати рекрутинг для виконання більшості функцій з підбору та відбору персоналу. Рекрутинг визнають одним з дієвих інструментів успішного здійснення кадрової політики та, як наслідок,

якісного виконання всіх процесів розвитку та роботи персоналу протягом трудової діяльності [2]. Цей спосіб взаємодії розглядають в контексті як комплексного, так і індивідуального підходу до виконання кадрових функцій з оцінювання посади, створення профілю компетенцій, визначення найбільш оптимальних каналів пошуку персоналу, інструментарію оцінки кандидатів, презентації кандидатів, за необхідності допомоги та супроводження кандидата в період адаптації [4].

Отже, очевидним стає той факт, що успіх провідних компаній розвинутих країн обумовлений перш за все створенням високоефективних механізмів управління персоналом, в основі яких лежить комплексний та стратегічний підхід до використання та розвитку трудового потенціалу. З урахуванням цього факту вітчизняні підприємства потребують розробки та реалізації нових програм, спрямованих безпосередньо на підвищення ефективності кадрової функції на основі закордонного досвіду та сучасних персонал-технологій в системі управління персоналом.

Це дасть змогу сфокусувати всі процеси управління персоналом на вирішенні стратегічних задач підприємства, забезпечить привабливі умови для залучення й утримання кращих працівників, їх професійного та особистісного розвитку.

Література

1. Грузіна І. А., Дериховська В. І. Проблеми розвитку персоналу в системі стратегічного управління підприємством : монографія. Харків : вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 252 с.
2. Жилиєва І. Ю. Визначення місця рекрутингу персоналу у системі управління персоналом підприємства. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2012. Вип. 21. С. 174–180.
3. Зорій О. М., Коваленко Т. В. Особливості застосування аутсорсингу. *Економічний аналіз*. 2013. Т. 14. № 3. С. 18–28.
4. Шпакович К., Юрик Я. Рекрутинг як технологія пошуку персоналу. *Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті*. Київ : НУХТ, 2014. Ч. 3. С. 216–217.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ПАТРІОТИЗМ

Українські підприємці та компанії досі продовжують користуватися програмним забезпеченням російського походження. Найпопулярніший монополіст ринку – програма «1С: Підприємство» була заборонена Указом Президента України № 133/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» [1].

На українському сайті «1С» з'явився коментар про те, що на даний момент змін у роботі сервісу немає. «Указ Президента стосується тільки окремих юридичних осіб. Програма «1С:Підприємство» повністю працездатна, технічна підтримка працює у штатному режимі, всі інформаційно-методологічні ресурси доступні для користування. Партнери «1С:Франчайзі» продовжують надавати послуги з оновлення продуктів і інформаційно-технологічної підтримки користувачів програмних продуктів «1С:Підприємства», – йдеться в коментарі [2].

Від початку повномасштабного вторгнення російських військ на територію України користування програмою «1С: Підприємство» стало небезпечним не лише для державних установ, а й для приватних підприємців. У українських користувачів зникли офіційні ліцензії, та виникла загроза передачі даних для дестабілізації української економіки.

Проте, Україна має досить багато програмного забезпечення для потреб бухгалтерського обліку, що майже не відступають у можливостях до вже відомих. Наприклад, Онлайн-сервіс Taxer [3] це перспективний український стартап, що має на меті полегшити дотримання податкового законодавства та дати можливість підприємцям зосереджуватись на їх діяльності. Він дозволяє проводити облік фінансів у будь-якій валюті, і в будь-якій їх формі – готівкових або безготівкових, здійснювати повний контроль грошових коштів, створювати та друкувати первинні документи, формувати та друкувати прайс-листи. Крім того, передплатникам надається можливість роботи з необмеженою кількістю складів та надавати актуальну інформацію щодо складів. «Таксер» є візуальним довідником, який наочно представляє всі податкові події та дії підприємців (заповнення звітів та оплата рахунків).

Творці проекту зібрали найповнішу базу реквізитів для сплати єдиного податку та пенсійного внеску та налагодили можливість складання електронних звітів, не виходячи з дому.

Також український ринок надає й багато інших сервісів з ведення обліку таких, як «MASTER:Бухгалтерія», ISpro, «Дебет Плюс», А5. Поки що старі сервіси не можуть бути повноцінно замінені новими вищеперерахованими. Але перехід на українське програмне забезпечення сприяє пришвидшенню розвитку наших продуктів та остаточної відмови від російського ПЗ.

Література

1. Указ Президента України № 133/2017. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850> (дата звернення: 17.04.2022).

2. СБУ: Приватні компанії зможуть й надалі користуватись програмою 1С. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/sbu-privatni-kompaniji-zmozhut-j-nadali-koristuvatis-programoju-1s-1160341.html> (дата звернення: 17.04.2022).

3. Taxer. URL: <https://taxer.ua/uk> (дата звернення: 17.04.2022).

Соловей Яна

студентка 4 курсу екон. фак.

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Щебликіна І. О.

ДОПОМОГА УКРАЇНІ ВІД ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ В ПИТАННЯХ ПРОСУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Велика Британія – країна, яка не є сусідкою України в територіальному просторі, після повномасштабного вторгнення росії була одною з перших, хто простягнув руку допомоги нашій країні. Це можна спостерігати в дипломатичному секторі (прем'єр-міністр Великої Британії Борис Джонсон не побоявся приїхати на зустріч в Київ під час бойових дій на території України; він постійно проводить телефонні дзвінки з президентом України Володимиром Зеленським, висловлюючи слова підтримки і захоплення українським народом), в юридичному визнанні злочинів росії, вчинених її збройними силами на території України і проти українців (прем'єр-міністр Великої Британії Борис Джонсон та міністерка закордонних справ Елізабет Трасс першими відреагували і засудили звірства росії в Бучі та Ірпіні, а остання ще анонсувала відправку в Україну команди експертів по воєнним злочинам для збору матеріалів для Міжнародного суду), в швидкому введенні санкцій, в кількості наданого озброєння і виділених мільярдах доларів Україні на економічні, військові та гуманітарні цілі.

Найважливішою і найболючішою проблемою зараз є зменшення обсягів експорту України через морську блокаду морськими силами російської федерації наших портів. Закриття морських шляхів транспортування сировини, товарів і продукції почалося ще до нової фази війни, коли росія заявила 13-19 лютого 2022 року про перекриття Азовського та Чорного морів,

начебто для військово-морських навчань. Повна ж морська блокада почалася 24 лютого, і завдала найсильнішого удару по економіці.

Керівництво України, аналізуючи різноманітні шляхи вирішення цього питання, звернулося до Великої Британії щодо лібералізації тарифів. 25 квітня 2022 року пресслужба британського уряду повідомила про дійсно важливий і дієвий крок в бік закріплення економічних стосунків двох країн – було скасовано всі мита та обмеження на український експорт згідно угоди про вільну торгівлю, яка мала повноцінно запрацювати для України з 2023 року [1].

Незабаром, 4 травня 2022 року, скасування ввізних мит і тарифних квот в двосторонній торгівлі було юридично закріплено, шляхом підписання відповідної угоди [2].

Варто зазначити, що торгові відносини України та Великої Британії мають тривалу та успішну історію. 8 жовтня 2020 року під час візиту президента України Володимира Зеленського в Лондон була підписана стратегічна угода про партнерство. Верховна Рада України її ратифікувала 16 грудня 2020 року [3]. А вже в наступному році товарообіг між Україною та Великою Британією зріс майже на 57% і склав 2,2 млрд доларів. Причому, особливо активізувався експорт (+ 62%), який досяг обсягу в понад 1 млрд доларів.

Завдяки скасуванню ввізних мит і тарифних квот експорт товарів з високою доданою вартістю збільшиться. Це стосується борошна, зерна, молочної продукції, м'яса птиці та напівфабрикатів, томатної пасти, меду, кукурудзи, пшениці, грибів, цукру тощо. Це сприятиме розвитку українського виробництва й збільшить надходження валюти, зміцнить економіку України.

Література

1. UK announces new trade measures to support Ukraine. URL: <https://www.gov.uk/government/news/uk-announces-new-trade-measures-to-support-ukraine> (дата звернення: 17.04.2022).

2. Україна та Велика Британія скасували експортні мита та квоти. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/05/4/686655> (дата звернення: 17.04.2022).

3. Рада ратифікувала стратегічну угоду про партнерство між Україною та Британією. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/12/16/669245> (дата звернення: 17.04.2022).

ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

На переплетінні економіки, менеджменту і маркетингу з'являється нова філософія в управлінській діяльності – маркетинговий менеджмент. Він забезпечує формування чітких методів планування і організації конкурентної поведінки на ринку на основі споживчих потреб. Задана тема набуває актуальності для дослідження, бо безпосередньо сталий розвиток підприємства вимагає удосконалення управління на основі принципів інтеграції маркетингу і менеджменту.

Підхід до задовільного функціонування сучасного підприємства має бути системним, це допомагає утримувати місце на конкурентному ринку. Задля ефективного впровадження інноваційних методів менеджменту потрібне чітке розуміння суті маркетингового менеджменту.

Як одна із важливіших функцій бізнесу, необхідність в маркетинговому менеджменті з'являється, коли у продавців і споживачів є вільний економічний вибір.

Беручи до уваги будь-яке підприємство, головним правилом його функціонування на сучасному «масовому ринку» є фокус на потреби покупців кожною організаційною ланкою підприємства, при успіху якого результатом відбудеться повне задоволення споживацьких потреб. Посилаючись на наукову працю Белявцева М. І., Воробйова В. М. та Кузнецова В. Г. маркетинговий менеджмент передбачає [1]:

- 1) орієнтацію на ринкові потреби;
- 2) забезпечення конкурентоспроможності;
- 3) швидкі відповіді на зовнішні зміни;
- 4) націленість на успіх у сфері торгівлі;
- 5) наявність системної і комплексної програми управлінських рішень.

Для досягнення підприємством вищевказаних цілей потрібне розуміння послідовності грамотного формування маркетингового менеджменту. Науковці виділяють таку логічну послідовність етапів [1]:

1. В першу чергу йде аналіз можливостей підприємства на ринку. На цьому етапі важливо визначити куди направляти маркетингові заходи за допомогою оцінки ресурсних і цільових можливостей підприємства;

2. Далі йде сегментація потенційних клієнтів на засадах різноманітних ознак (географічних, соціально-поведінкових, поведінкових тощо.), в залежності від результатів попереднього аналізу;

3. Після вибору цільового ринку можна визначити маркетингову стратегію. Це можна трактувати як план діяльності для створення;

4. Четвертий етап – розроблення маркетингового комплексу, що полягає в структуризації інструментів маркетингу (товарна політика, маркетингові дослідження, ціноутворення та інше);

5. Планування і розробка маркетингової програми відбувається на базі поставлених цілей і задач;

6. Останніми етапами є реалізація і подальший контроль виконання.

Підсумовуючи, можна побачити, що маркетинговий менеджмент на підприємстві для ефективної роботи повинно мати перелік специфічних заходів, що забезпечує формування націленого на потенційний сегмент споживачів попиту, задоволення їх потреб в повній мірі [2].

Рішення, що приймаються маркетинговими менеджерами будуть помітні через зміну цін, рекламні акції і зовнішній вигляд продукції, а ефективність змін залежить від цілеспрямованих управлінських методів ведення бізнесу. Сучасне підприємство, особливо в Українському середовищі, орієнтується на базис закордонного досвіду і розвивається в направленні ефективніших технологій, щоб робити компанію більш конкурентоспроможною.

Отже, такий складний процес, як визначення потенційних можливостей організації і алгоритму рекламної діяльності, є головною метою маркетингового менеджменту. Дана діяльність складається з шести-семи етапів і дозволяє задовольнити потреби ринку. Щоб підтримувати високий рівень, підприємству потрібно відмовлятися від застарілих консервативних методів і вдосконалюватися по мірі зміни економічних умов.

Література

1. Белявцев М. І., Воробйов В. М., Кузнецов В. Г. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. заклад. Київ : Донецький нац. ун-т., 2006. 407 с.

2. Балабанова Л. В. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. 3-тє вид., перероб. і доп. Київ : Знання, 2004. 354 с.

Сопуляк Катерина
студентка 4 курсу екон. фак.

Сидоренко Катерина
магістрантка 1 курсу екон. фак.

Наук. кер.: канд. екон. наук, проф. Рибалко О. М.

ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва чи постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим чи особам для виконання адміністративних і соціально-культурних функцій та очікуваний термін корисного використання (експлуатації) яких більше ніж один рік.

За функціональним призначенням розрізняють виробничі основні засоби, що безпосередньо беруть участь у здійсненні виробничому процесі.

За галузями господарства основні засоби поділяють на: основні засоби сільського господарства, промисловості, будівництва, транспорту, зв'язку.

У бухгалтерському обліку основні засоби промислових підприємств розподіляються на промислово-виробничі, виробничі основні засоби інших галузей народного господарства та невиробничі.

Таким чином до П(С)БО 7, облік основних засобів, що використовуються у виробничій діяльності, ведеться за сумою витрат, пов'язаних з виготовленням, придбанням, доставкою, спорудженням, встановленням, страхуванням під час транспортування, державною реєстрацією, реконструкцією, модернізацією, і удосконалення основних засобів [1].

В умовах адаптації бухгалтерського обліку України до міжнародних стандартів він має бути приблизний на забезпечення оперативною інформацією всіх суб'єктів управління, а також на підготовку інформативної бухгалтерської звітності для інвесторів і кредиторів.

Дослідження інформаційних систем підприємств різних галузей свідчить одночасно і про значну кількість непотрібної в управлінні інформації, акумульованої в бухгалтерському обліку, і про відсутність в обліку інформації для управління. Таким чином, з одного боку, мова йде про дефіцит інформації і її несвоєчасність, та з іншого – про наявність непотрібної інформації, що накопичується системою бухгалтерського обліку.

Підвищення рівня інформаційного забезпечення вимагають подальшого вдосконалення первинна документація і реєстри аналітичного обліку основних засобів.

В бухгалтерському обліку інформація про основні засоби має містити дані про придбання та вибуття основних засобів, обставини їхнього збереження і використання, правильне та вчасне нарахування зносу, результати реалізації, ліквідації основних засобів, обсяги витрат на ремонтні роботи та поліпшення основних засобів. Важливим моментом відображення в бухгалтерському обліку його суб'єктів є первинне спостереження [2].

Отже, ефективна організація бухгалтерського обліку основних засобів має забезпечити досягнення цілей обліку, а саме: своєчасне відображення на рахунках бухгалтерського обліку повної інформації про оцінку, надходження, внутрішнє переміщення і вибуття основних засобів; відображення даних про нарахування амортизації основних засобів за звітний період та їх знос з початку строку корисного використання; визначення витрат на підтримку об'єктів у робочому стані, їх відновлення і поліпшення; визначення фінансових результатів від реалізації та іншого вибуття основних засобів; накопичення інформації для складання звітності про основні засоби та капітальні інвестиції.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» : Затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92.
2. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 2015 р. / за ред. С. Ф. Голова. Київ : ФПБАУ, 2015. 1272 с.

Тарабан Євгенія

студентка магістратури економічного фак-ту
Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Скорнякова Ю.Б.

ОКРЕМІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ТА ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Основними завданнями бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю основних засобів бюджетного сектору є, по-перше, формування повної, правдивої та неупередженої інформації щодо наявності та руху основних засобів, по-друге, забезпечення збереження та раціонального використання основних засобів бюджетних установ. В той же час варто зазначити, що реалізація визначених завдань на практиці ускладнюється недосконалістю вітчизняного законодавства та постійними змінами в ньому, що й актуалізує потребу подальших досліджень в площині вдосконалення методики організації обліку та внутрішнього контролю основних засобів бюджетних організацій.

Питання модернізації бухгалтерського обліку основних засобів бюджетних установ досліджує у своїй статті А.О. Ніколашин. Зокрема,

науковець аналізує питання первісного документування руху основних засобів в контексті скасування типових форм первинних документів, звертаючи увагу на те, що переважна більшість первинних документів тепер може мати довільну форму за умови наявності обов'язкових реквізитів. Також автор звертає увагу на особливе місце облікової політики в контексті організації обліку основних засобів бюджетних установ, адже саме облікова політика «визначає методи оцінки, обліку, процедури, які застосовуються для ведення бухгалтерського обліку, складання і подання фінансової та бюджетної звітності, не визначені НП(С)БОДС або щодо яких передбачено більш ніж один їх варіант, а також строки корисного використання груп основних засобів ...» [1].

В площині організації внутрішнього контролю основних засобів в бюджетних установах безперечної уваги заслуговують дослідження О.М. Откаленко. Науковець вважає, що внутрішній контроль має бути не разовою подією, а постійним управлінським процесом, який має охоплювати кожну операцію бюджетної організації. За думкою автора «потрібно пам'ятати про те, що внутрішній контроль повинен бути вбудований в операційні процеси, а не накладатися на них. Внутрішній контроль у ВНЗ повинен діяти системно, попереджуючи можливі недоліки та відхилення, а не здійснюватися у вигляді окремих контрольних заходів для покарання винних осіб» [2, с. 545].

Підсумовуючи зазначимо, що через постійні зміни у нормативних документах та задля уникнення порушень облікова політика бюджетних установ має вчасно корегуватися в мету застосування актуальних принципів, методів та процедур бухгалтерського обліку основних засобів. В свою чергу організація внутрішнього контролю має ґрунтуватися на системності та оперативності, а першочерговою метою такого контролю має бути не виявлення недоліків та зловживань, а їх попередження, що в свою чергу потребує активних та дієвих контрольних механізмів.

Література

1. Ніколашин А.О. Бухгалтерський облік основних засобів бюджетної установи. *Економіка і суспільство*. 2021. № 32.
2. Откаленко О.М. Впровадження внутрішнього контролю у вищих навчальних закладах державного сектору. *Економіка і суспільство*. 2017. № 11. С. 541-545.

ТРУДОВА МІГРАЦІЯ В УКРАЇНІ

Трудові міграційні проблеми в Україні з кожним роком набувають все більшої актуальності, оскільки вони значно впливають на економічно-соціальний та демографічний розвиток країни. Україна є однією із головних країн по втраті робочої сили, яка переходить до європейських та інших держав.

Трудова міграція в Україні – це переміщення особи з метою тимчасового працевлаштування, яке супроводжується перетином державного кордону або меж адміністративно-територіальних одиниць України [1].

Демократизація суспільного життя після набуття незалежності відкрила більше можливостей для громадян виїжджати за межі України, однак придбання права на вільне пересування співпало з глибокими структурними перетвореннями економіки, що супроводжувалися падінням рівня життя населення, зростанням безробіття та неповною зайнятістю. В умовах відсутності ринків капіталу та розвинених споживачів людям, які бажають розпочати власну справу, потрібен стартовий капітал. Перехід до ринкової економіки створив новий споживчий попит на такі товари високої вартості як автомобілі, побутову техніку житло та інше, все це стимулювало трудову міграцію за кордон [3].

Приплив грошових переказів в Україну значний. З 2015 року він поступово збільшився і в 2019 році був 11,9 млрд доларів США, що еквівалентно 7,7% ВВП (дані НБУ). Попередні дані за 2020 рік показують, що, не дивлячись на економічну кризу, спричинену пандемією, прилив грошових переказів в Україну де що збільшився порівняно з 2019 роком – до 12,1 млрд доларів США. Вплив трудової міграції на ринку праці неоднозначний. З одного боку, це фактор, що його розвантажує. За розрахунками фахівців Інституту демографії НАН України, без трудової міграції рівень безробіття в Україні був би в 1,6 рази вищим за реальний. Водночас у регіонах з масовою еміграцією мігрантів, як і раніше, відчувається брак медичних та педагогічних кадрів, будівельників, зварювальників, водіїв та фахівців з видобутку нафти, навіть в умовах ще не подоланої кризи [4].

Дослідження трудової міграції підкреслюють переваги взаємодії з діаспорою та заохочення мігрантів, особливо кваліфікованих, інвестувати у свої країни та повертатися до них. Переваги включають повернення умінь та знань, розповсюдження технологічних та управлінських знань та появу сучасних МСП.

Заробітки працівників-мігрантів перетворилися на важливий чинник соціально-економічного розвитку України. За даними Національного банку, країна отримує понад 5 млрд доларів США приватних переказів з-за кордону щорічно, що співставне з 4-5% ВВП [2].

Зароблені мігрантами за кордоном кошти витрачаються передовсім на споживання. Вони мають значне значення для добробуту домогосподарств, хоча інвестиційне їх використання незначне. За даними різних опитувань, до відкриття чи розширення бізнесу за рахунок зароблених за кордоном коштів вдаються лише 7-8% мігрантів.

Отже, потрібно знайти комплекс заходів щодо регулювання трудової міграції в Україні. Основні шляхи вирішення цих проблем з трудовою міграцією мають бути такими: створення місткого й привабливого внутрішнього ринку праці; приєднання України до багато сторонніх міжнародних договорів з питань праці та соціального захисту трудових мігрантів та їх реалізації; укладання міждержавних та міжурядових договорів працевлаштування мігрантів та забезпечення їх реалізації; приєднання до міжнародних угод, що регулюють проблеми зовнішньої та внутрішньої міграції.

Основними передумовами для зменшення міграційних процесів в Україні загалом є: стабілізація воєнного стану в країні; підвищення рівня працевлаштування; підвищення рівня добробуту громадян; надання пільг для підприємців, для розвитку бізнесу; підвищення рівня інвестиційної привабливості України; покращити соціальне забезпечення населення.

Література

1. Лібанова Е. М., Позняк О. В. Зовнішні трудові міграції населення України. Київ : РВПС України НАН України, 2020. 206 с.
2. Малиновська О. А. Мігранти, міграція та Українська держава : аналіз управління зовнішніми міграціями : монографія. Київ : Вид-во НАДУ, 2014. 236 с.
3. Позняк О. В. Міграційні процеси в Україні: сучасний стан і перспективи. Умань, 2017. 276 с.
4. Прибиткова І. Міграційний потенціал населення України. *Громадська думка*. Київ, 2014. № 1. С. 20.

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ

Одним з сучасних напрямів збереження конкурентоздатності будь-якого підприємства чи організації є оптимізація кадрового резерву. Саме тому стає важливим вивчення та застосування різних методів оцінювання роботи персоналу, за допомогою якого HR-менеджер здатен провести ефективну ротацию кадрів, пропрацювати мотиваційну систему, удосконалити бізнес-процеси тощо.

Оцінка персоналу – це комплекс заходів, спрямований на виявлення особистих якостей та здібностей співробітників, їх реальної продуктивності та подальших перспектив роботи в компанії, що дозволяє приймати точні управлінські та кадрові рішення, які підвищують для кожного співробітника його ефективність в організації [1].

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика сучасних методів оцінювання ефективності роботи персоналу

Метод оцінювання	Характеристика	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
Анкетування	Застосовується для найму персоналу, вважається найпростішим для якісного аналізу. Проводиться за допомогою анкети, яка містить класичні питання	Зручний, швидкий, дешевий	Можливе прикрашання своїх досягнень, вмінь, цілей, навичок кандидатом
Опитування	Визначають особистісні фактори персоналу	Можна отримати якісну характеристику особистості	Вірогідність надання «бажаної» відповіді, а не правдивої

1	2	3	4
Метод рейтингових поведінкових установок	Визначає особисті та ділові якості, оцінка відбувається за рейтингом відповідності поведінки необхідній	Доступний, зрозумілий для співробітників	Трудомісткий
Інтерв'ю	Застосовується під час найму кандидатів. Види: біографічне, поведінкове, ситуаційне, проєктивне	Можливість поставити усі необхідні запитання	Мало об'єктивної інформації про навички
Описовий метод оцінки	Формування позитивних та негативних рис поведінки, використовується для додаткової оцінки	Дослідження поведінки у звичному середовищі	Немає можливості статично аналізувати результати
Ранговий метод	Шкалювання особистих якостей для визначення відповідності своїй посаді	Надає інформацію для адміністративних рішень	Вірогідність суб'єктивного порівняння
Тестування	Допомагає визначити кваліфікацію співробітника, його особисті якості та фізіологічні особливості	Надає повну інформацію, скорочує витрати на відбір кадрового резерву	Тривалість процедури
Метод «360 градусів»	Всебічний аналіз персоналу з оцінкою від керівника, колег, клієнтів	Отримання різнобічної оцінки для одного співробітника	Оцінює тільки компетенції, а не досягнення
Метод ділових ігор	Застосовується в командній роботі, можна визначити поточний стан команди, а також визначити внесок кожного учасника в роботу	Проводяться на результат, що дозволяє оцінити готовність персоналу до вирішення завдань	Використовується тільки для визначення командної роботи персоналу

1	2	3	4
Метод оцінки на основі моделей компетентності	Цей метод ґрунтується на навичках, знаннях та уміннях співробітника, на його ділових та інтелектуальних якостях	Допомагає розробити оптимальний індивідуальний план розвитку	Трудомісткість і дорожнеча розробки
KPI (Key Perfomane Indicators)	Існують критерії, за якими визначається вага показників у відсотковому співвідношенні, за допомогою чого визначається результативність фахівця.	Співробітник бачить свій внесок у досягнення компанії, за кожним закріплена відповідальність за певну ділянку роботи	Недосяжні KPI демотивують роботу співробітників, занадто велика вага одного з показників веде до перекосів в роботі;
MBO (Management by Objectives)	Всі цілі та завдання компанії розбиваються зверху вниз й таким чином опускаємося до завдань співробітників	Можна чітко зрозуміти та сформулювати цілі для кожного відділу	Багато критеріїв успішного виконання методу, яких потрібно дотримуватися

Методи оцінки персоналу поділяються на кількісні, якісні та комбіновані. Комбіновані методи сьогодні вважаються найбільш детальними та достовірними. Далі розглянемо порівняльну характеристику основних сучасних методів оцінювання ефективності роботи персоналу.

Таким чином, визначивши завдання у межах оцінки кваліфікації та профпридатності персоналу, HR-менеджер має можливість обрати найбільш релевантний метод або комбінацію методів, які дозволять отримати необхідну інформацію для подальших управлінських рішень.

Література

1. Дідур К. М. Сучасні методи оцінки персоналу. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=776> (дата звернення: 18.04.2022).
2. Оцінка персоналу: методи, які повинен знати кожний. URL: <https://hurma.work/blog/oczinka-personalu-metodi-yaki-povinen-znati-kozhnij-hr> (дата звернення: 18.04.2022).

КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ Й МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА ЙОГО РОЗВИТОК

Категорія «кадровий потенціал» включає такі базові терміни як «кадри» і «персонал». Вони стосуються в першу чергу людських ресурсів, але з відмінними якостями. Кадри – це категорія працівників, до якої відноситься працездатне населення, що у контексті державної кадрової політики перебуває в трудових відносинах з органами державної влади і місцевого самоврядування. Персонал – це категорія працівників, що приналежна до конкретної організації, служби чи органу. Державну службу в розрізі формування її кадрового потенціалу слід розглядати як професійну участь громадян у реалізації завдань та функцій держави через практику державних посад, які започатковані в державних органах і органах місцевого самоврядування [5].

Для розуміння специфіки і характерних рис, притаманних кадровому потенціалу державних органів та ОМС слід розуміти, що в цій системі головним компонентом є людина, яка стає носієм державного управління, а тому існують чіткі критерії відбору кандидатів на посади, притаманні саме державному управлінцю. Це володіння певними вміннями, навичками, досвідом, психологічні якості та етичні маркери.

Для формування кадрового потенціалу органів місцевого самоврядування потрібно означити ключові властивості і характерні риси організацій публічного сектору. Розгалуженість цілей та завдань різних гілок влади потребують і визначення певних якостей і вимог до структури кадрового потенціалу в залежності від напрямку діяльності. Кількісна складова органів державної влади формується обсягом функціональних завдань та бюджетними можливостями. Якісна вимірюється балансом професійної кваліфікації персоналу і вимог органів державної влади з урахуванням критеріїв ефективності праці [2, 4].

Нажаль, не зважаючи на реформу органів державної влади і адміністративну реформу в Україні все ще спостерігається висока плінність кадрів, пов'язана з низьким рівнем оплати праці, особливо на нижчому щабелі кадрового складу. Тому гостро стоїть питання планування кадрового потенціалу державних і місцевих органів влади.

Сучасна кадрова доктрина повинна базуватися на тезі, що держава і людина – соціальні партнери в професійній та інтелектуальній реалізації спільних інтересів. На практиці в Україні спостерігається суперечлива кадрова

політика, пов'язана з дублюванням повноважень, що призводить до безвідповідальності держслужбовців, навантаженню на загальний бюджет та разом з тим, зниженню рівня оплати праці [1].

Головне завдання створення кадрового потенціалу обумовлене формуванням тієї чисельності працівників з певними професійно-кваліфікаційними характеристиками, яка б дала можливість найбільш ефективно організувати роботу органів місцевого самоврядування та виконувати усі означені функції держави. Формулювання проблеми в загальному вигляді визначається таким чином: доки фактично не складеться демократичної, соціально спрямованої ефективної кадрової політики в системі кадрового потенціалу, Україна не посіде чільного місця серед країн Європейської спільноти. У цьому сенсі державну кадрову політику слід вважати індикатором розвитку суспільства [3].

Таким чином, ефективна кадрова політика держави потребує чіткого механізму відповідальності держслужбовців, вдосконалення розподілу посадових обов'язків, усунення дублювання повноважень, створення всеукраїнського банку даних вакансій в органах державної влади і місцевого самоврядування, зрозумілий механізм ротації (так званих «ліфтів»).

Література

1. Гугул О. Я. Теоретичні засади управління розвитком персоналу. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6 (44). С. 194–198.
2. Про державну службу : Закон України. URL: <https://cutt.ly/2ORtANW> (дата звернення: 16.04.2022).
3. Про службу в органах місцевого самоврядування : Закон України від 7 червня 2001 року № 2493-III. URL: <https://cutt.ly/xORtBPJ> (дата звернення: 18.04.2022).
4. Про запобігання корупції : Закон України від 14 жовтня 2014 року № 1700-VII. Верховна Рада України. URL: <https://cutt.ly/TORt0Lp> (дата звернення: 18.04.2022).
5. Про затвердження Типового положення про службу управління персоналом державного органу : Наказ Національного агентства України з питань державної служби 03.03.2016 р. № 47. Верховна Рада України. URL: <https://cutt.ly/KORt7UA> (дата звернення: 18.04.2022).

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ У БІЗНЕС-СТРУКТУРАХ. ЖІНКА-ЛІДЕР У БІЗНЕС-СТРУКТУРАХ

Оцінка експертами потенціалу лідерства та можливостей жінок успішно керувати організацією досі призводить, як правило, до суперечливих висновків. З одного боку, обережні оцінки вчених щодо здібностей жінок завойовувати вищі управлінські позиції зумовлені тим, що жінки самі не прагнуть досягти цих позицій, і, з іншого боку, на жаль, схильні недооцінювати переваги інших жінок і себе, переоцінюючи при цьому чоловічі якості. Гендерні аспекти лідерства вперше стали об'єктом наукового інтересу у 1940-50-ті роки у США. Потім у 1970-х роках ця область стала активно розвиватись під впливом феміністської психології. За твердженням Е. Гідденса, інституційний поділ між статями фактично відокремлює розум від емоцій, і у зв'язку з цим відмінності статей він проводив кардинально. На даний момент оформилося два основних напрямки досліджень у галузі гендерних аспектів лідерства.

У першій групі гендерний фактор вважається домінуючим при прояві лідерських якостей, до неї входить концепція гендерного потоку, теорія гендерного відбору лідерів. Друга група досліджень присвячена впливу стереотипів та ролей у сприйнятті лідерів як чоловічої, так і жіночої статі. Соціально-рольова теорія гендерних відмінностей ґрунтується на тому, що жінка-лідер через рольову та гендерну розбіжність у вимогах з високою часткою ймовірності приречена на внутрішній конфлікт, оскільки лідерство, будучи спочатку маскуліною роллю, пред'являє до людини свої характерні вимоги [3, с. 205].

Більшість українців, перебуває у владі стереотипу, пов'язаного з тим, що жінка надто залежна від сім'ї, тому ніколи не впорається з професійними обов'язками так само як чоловік, не зможе всю себе присвятити роботі. Крім того вважається, що бізнес-середовище досить агресивне, тому чоловічі якості в ньому більш затребувані [1, с. 13].

Українські жінки-підприємці оптимістично налаштовані щодо доступності фінансування, бізнес-освіти та інфраструктури для дітей. Більшість жінок, які оформили кредити, відзначають легкість процедури їхнього отримання. Слід зазначити, що жінки практично у 100% випадків повертають борги банкам за взятими кредитами, тому ті охоче співпрацюють із фірмами, які очолюють представниці прекрасної статі. [4, с. 105].

Жінки-керівники, з погляду чоловіків, мають цілу низку важливих якостей: керують колективом, спираючись на техніку «знаків уваги», вміють поєднувати якості директивного та інструктивного лідера, володіють м'якими конфліктними технологіями». Більше третини чоловіків, які перебувають у безпосередньому підпорядкуванні жінок-керівників, до слабких сторін жіночого менеджменту відносять схильність до колективних рішень та знижений потенціал ризику. Специфічні особливості українських жінок-лідерів у тому, що жінки прагнуть дотягнутися до чоловічих методів управління фірмою. Близько половини жінок припускають, що переваги чоловіків зосереджені у сфері стратегічних рішень та аналізу. Тоді як у справі конкретної реалізації поставленої мети жінка – дуже ефективний стратег [2, с. 158].

Таким чином, можна стверджувати: успіху в бізнесі українська жінка досягає не за рахунок мімікрії під чоловічий стиль управління, а за допомогою творчого використання свого характеру і стереотипів поведінки, які ще недавно вважалися неприпустимими в керівництві. Сьогодні гуманний менеджмент, нетрадиційний стиль управління більш відповідають змінним умовам діяльності фірм і сприяють переходу на нову управлінську парадигму, суть якої полягає у відході від жорсткого управлінського раціоналізму в бік більшої гнучкості, відкритості по відношенню до зовнішнього середовища, що постійно змінюється. Саме з цим завданням жінка здатна справлятися найпродуктивніше.

Література

1. Кімел Майкл С. Гендероване суспільство. Київ : Сфера, 2013. 490 с.
2. Оксамитна С. М. Гендерні ролі та стереотипи. Основи теорії гендера : навч. посіб. Київ : «К.І.С.». 2017. С. 157–181.
3. Оксамитна С. М. Основи теорії гендеру : навч. посіб. Київ : «К.І.С.», 2014. 481 с.
4. Руднєва О. Гендерна рівність як принцип законодавства України. *Право України*. 2012. № 4. С. 104–108.

**ВІДОКРЕМЕЛНЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ЕКОНОМІКО-ПРАВНИЧИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

СЕКЦІЯ «ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН»

Алдошина Тетяна

студентка 4 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: канд. філол. наук, доц., викл.-метод. Тяпкіна Н.І.

**ПРАВИЛА СТВОРЕННЯ ДОПИСІВ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ
INSTAGRAM**

Важливо розуміти, що допис в Instagram це окремий жанр, а також це текст, послідовність написання якого, мало відрізняється від створення будь-якого іншого виду жанру. Лише має деякі особливості.

Розглянемо послідовний перелік створення дописів без урахувань інших важливих елементів:

- 1) План. Для кращого результату, гарного контенту потрібно зробити план на 12 публікацій з повним розписом тем для дописів. Щоб не було повторів, а навпаки: більш різнобарвний текст та фото до нього. Або можна відштовхуватися від готових фотографій, картинок і вже під них підбирати теми для текстів.
- 2) Написання тексту. Коли є готова тема, потрібно починати писати. Якщо не має ідей, емоцій, думок можна віднайти готовий допис і переробити під себе.
- 3) Редагування. Перевірка на всі види помилок і норм: орфографія, пунктуація, нарахування цензури тощо.
- 4) Підбір хештегів. Для кращого розповсюдження потрібно додати до публікації хештеги.
- 5) Можна публікувати.

Прийоми, якими потрібно користуватися при написанні дописів:

1. Іноді краще взагалі не писати. По-перше, потрібно розуміти, що порожній, неоформлений текст нікому не цікавий. Дописи заради дописів – теж не потрібні. Це зайва витрата часу і грошей.

Якщо нема чого сказати – краще не писати зовсім. Невміла спроба пожартувати може навіть нашкодити сторінці, бізнесу. З іншого боку, якщо є план, в якому стоїть планка – 5 дописів за тиждень, то повинні бути готові теми. В іншому випадку дописи стають порожніми, погано сформульованими і неефективними. Залученість падає, показники падають, мотивації і грошей теж менше [1].

2. Максимальна кількість символів у дописах. В Instagram, як і в будь-яких інших соціальних мережах, існують свої ліміти. Так, наприклад, максимальна кількість символів у дописі складає до 2 000 без пробілів. Звичайно, можна

продовжити текст в коментарях, але потрібно намагатися висловлювати думку коротко і лаконічно. Стислість – сестра таланту.

3. Важливо красиво почати. Красиво в цьому випадку – ефективно. А саме: сенсаційно, інтригуюче, яскраво або навпаки страшно.

Як почати, щоб привернути увагу:

- Питання (питальне слово + бажання або страхи ЦА).
- Шок і залякування (страшні слова + бажання або страхи ЦА).
- Обіцянка вигоди із вказівкою тимчасових витрат для отримання винагороди (число + проста умова + бажання ЦА).

4. Текст з абзацами. Такий матеріал буде набагато легше візуально сприйматися читачам, ніж суцільне полотно з літер. Правила прості:

- робити абзаци;
- оформлювати списки, де це доречно;
- акцентувати увагу за рахунок смайликів;
- використовувати хештеги.

Правильна структура допису: кожен абзац – завершена думка. Абзаци можна ділити символом нового рядка. Класична формула тексту: вступ (інтрига, анонс, сенс), основна частина (деталі), кінець (заклик до дії).

5. Писати для своєї аудиторії. Потрібно вирішити на, яку аудиторію буде розрахована інформація. Не можна об'єднувати усіх і відразу. Щоб більше дізнатися про свою аудиторію, можна переглянути з різних джерел наступну інформацію:

- кого вони читають в тому ж Instagram (бренди, блогери);
- проведення зустрічей/бесід з постійними читачами (що їм подобається, які у них питання, що їм цікаво);
- створення опитувань – наприклад, в Stories.

6. Заклик до дії. У кожного допису є мета. Заклик до дії потрібен не тільки для продажу, а й для мотивації поділитися своєю думкою, задати питання, перейти за посиланням в профілі, поділитися дописом, відзначити одного і т.п. Найкраще спрацюють заклики, в яких людина розуміє логіку: навіщо робити, що це дасть, чому – зараз.

7. Заміна шрифту. Досвідчені дизайнери знають, що шрифт має значення. Так, рекламні дописи зі складним шрифтом можуть відштовхнути потенційного покупця, в той час як простий і доступний формат тексту спрацює більш ефективно. Для цього можна використовувати спеціальні додатки до Instagram [2].

8. Використання смайлів. Смалаки, як і пунктуація, своєрідний етикет в соціальних мережах. Крім того, вони надають емоційне забарвлення, відображають настрій автора, а також непогано структурують інформацію, розбиваючи її на смислові блоки.

Загалом, для створення дописів в Instagram можна керуватися правилами написання будь-яких текстів, лише з маленькими особливостями. Та, логічне поєднання, правила пунктуації, орфографії, читабельність тексту мають бути скрізь. Тоді дописи будуть якісними й ефективними.

Типові помилки при складанні Instagram-дописів:

- граматики і пунктуація. Проблеми з правописом досі присутні у багатьох користувачів різних інтернет мереж. Щоб уникнути цього потрібно більше читати тією мовою, якою пише автор. А у разі незрозумілої ситуації можна звернутися до словників або підручників в інтернеті;
- суцільний текст. Це найчастіша помилка. Як було зазначено раніше, потрібно робити текст зручним до прочитання, тому абзаци, нумерація і тощо – обов'язкові речі;
- велика кількість смайлів, хештегів або розділових знаків. Коли багато знаків будь-якого характеру – це переобтяжує текст і читати його стає складно.

Немає заголовка. Читач не буде читати допис, якщо в ньому немає заголовка, бо не знає про підємну тему.

Ніякої логіки. Відомий маркетинголог Лілія Нілова називає такі дописи: «сало, мед і цвяхи». Не потрібно писати усе до кучі без конкретного висновка або аргументів.

Текст без будь-якої цінності. Створення допису заради допису, тобто текст не спрямований на досягнення мети компанії або на вирішення потреби підписників [1].

Відсутня єдина тональність бренду. Тональність бренду (tone of voice) – це тон, який обрав бренд для спілкування зі своєю аудиторією. До нього належать мовні звороти і структура побудови текстів, кількість смайлів і звернення до читачів (на «ви» або на «ти»). Коли цього немає, створюється відчуття хаосу і аудиторія не захоче залишитися на сторінці довше [3].

Відсторонення від тематики аккаунта. Дописи без прив'язки до тематики самого аккаунта. Найчастіше це якийсь особистий контент: своє або сімейне фото, відео, думки, цитати з життя. Якщо це не було зазначено з самого початку, то вставляти особисті дописи в середину готової сторінки – не варто.

Кліше і штампи в тексті. Оскільки, текст спрямований на формування довіри між клієнтом і компанією, важливо підкріплювати використовувані слова аргументами. А використовувати штампи на кшталт: «інноваційний», «ідеальний», «чудовий», «бездоганний», «неповторний», «професіоналізм», «висококваліфіковане», «якісне» – у великій кількості не варто [3].

Отже, типовими помилками при складанні дописів є: не дотримання правил граматики й пунктуації, суцільний текст, велика кількість смайлів, відсутність заголовка та логіки.

Отже, публікації в Instagram сьогодні набувають особливої ваги. Ми стаємо свідками, як традиційні медіа, бренди, бібліотеки, магазини тощо заводять акаунти в цій мережі. Оскільки, ця мережа дозволяє авторам бути ближче до людей та краще просувати себе чи бізнес. Інструменти мережі дозволяють розповсюджувати більше товару та послуг, тому для більшості Instagram – це не просто розваги, а і головний заробіток.

Література

1. Бобошко В. С. Конструювання стилю в мережі Instagram. Одеса. 2017. 57 с. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/14424>
2. Наторіна А. О. Instagram бізнес-акаунт ритейлера: гайди та крі. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Випуск 23. 2019. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/198>
3. Сипко В. Г. SMM просування в Instagram. *Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*. Харків. 302 с. URL: <http://www.econom.kharkov.ua/upim/gTcj7oVd.pdf#page=120>
4. Кудряшов Д. Адміністратор Instagram. Керівництво по заробітку. Київ : Форс-Україна. 2019. 320 с.

Вайткевічус Вікторія

студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. Васільєва П.А.

ENGLISH LOAN WORDS FROM ASIA

The goal of the study is to examine loan words in modern English language that came from Asian languages.

The actuality of the report lies in the fact that with the development of globalization more and more new expressions enter English language and the study of this issue allows us to show the dynamic nature of the language, to consider the interaction of language and the development of society.

Modern English is a combination of refined traditions and foreign cultures. In the course of English history, thousands of words have passed from one language to another, mainly through constant invasions. Words that have come into use from other folks are called loan words. Such borrowing was due to wars, migration of peoples and trade. Those who first use the new words may use it at first only with native speaker of the source language who know these words, but at some point they come to use the words with those to whom the word was not previously known. Eventually, more speakers can become familiar with new foreign words and begin free use it. The community of users can grow to the point where even people who not know enough or nothing of the source language understand, and even use the new word themselves. The novel word becomes conventionalized. At this point we call it a borrowing or loanword.

Loan words are words adopted by the speakers of one language from a different language (the source language).

The English language contains a large number of very high-frequency native Germanic words: such as articles, prepositions, conjunctions, numerals, auxiliary verbs, as well as words that cover objects and concepts of everyday life. English, like any other language, has a lot of loan words. There is nothing particularly surprising in this. But some of them may turn out to be of much unexpected origin.

For example, the word «dollar» comes from the Czech language, the word «chocolate» comes from the Spaniards, and the word «avatar», which we know from the title of a famous movie, is of Sanskrit origin. Did you know about it?

Words came to English from Celtic, Latin, Scandinavian languages, French, Slavic and even from Asian countries. When the British began to trade with the Indian subcontinent and the Far East, it was necessary to find words for many things never before encountered, such as products, plants, animals, materials, clothing, or events. Many words that were loaned from Asian languages as a result of exchange of cultures and no longer seem foreign, having been completely assimilated into English and the process continues in latter-day.

I think a lot of people have heard about brainwashing. Originally referred to coercive persuasion tactics used under the Maoist government, which began in 1949. This term came about after the Korean War, when 24 of the American troops held in a Chinese Prisoner-of-War camp chose to stay in China after the ceasefire rather than return to the United States.

In the topic of politics and wars, I must remember the word tycoon. This word, in the spelling «*tycoon*», became quite popular in America immediately before and during the Civil War as a colloquialism meaning «top leader» or «potentate» (John Hay, President Lincoln's personal secretary—and later Secretary of State to Presidents McKinley and Theodore Roosevelt—referred to Lincoln as «the Tycoon»)

I am sure that fans of watching films in the original have heard the phrase «chop-chop». «Chop-chop!» or «Hurry up!» might be a corruption of the Cantonese term for “rush,” or the Mandarin «kuai-kuai», «quick quick». This chop is apparently the same as in chopsticks, or kuai-zi in Mandarin, «fast ones». While chop-chop first appeared in English in 1834, chopstick was first used much earlier, in 1699.

What about modernity? Loan words like anime or manga are already familiar to us, and the k-drama «Squid Game» blew up the world last year. And in 2019, Hollywood was blown away by «Parasite», which created by Korean producer.

The word we use every day is emoji. It also came to English from the homeland of Chinese sticks. The name comes from Japanese «*moji*», meaning «letter, character», and «*e*», based on ancient Japanese «*ye*», meaning «picture, drawing» (not «emotion»).

Young people know exactly about the concept of Mukbang. This global trend based on what people eat on camera. The word mukbang is a portmanteau of the Korean words for «eating» (먹는; meongneun) and «broadcast» (방송; bangsong). It would thus be morphologically comparable to eatcast, if that word were to exist in English. In 2020 the word was shortlisted for the word of the year competition organized by Collins dictionaries. Also, the name of this ASMR species was added to the Oxford English Dictionary.

«Long time no see» is an English expression used as an informal greeting by people who have not seen each other for an extended period. This expression also has Asian roots. Its origins in American English appear to be an imitation of broken or pidgin English, and despite its ungrammaticality, it is widely accepted as a fixed expression.

It may derive ultimately from an English pidgin such as that spoken by Native Americans or Chinese, or an imitation of such.

2The English language continues to evolve, as does Chinese, Japanese, Korean. I think that thousands more new words will come into English or Asian languages. New words will become not just loaned, but already part of the culture.

Literature

1. English Loan Words from Asia. URL: <http://www.languagehouse.jp/student-blog/2016/3/17/english-loan-words-from-asia.html>
2. 17 English Words that Come From Japanese. URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/17-english-words-that-come-from-japanese/kudzu>
3. 10 English Words with Surprising Chinese Origins. URL: <https://blog.wordnik.com/10-english-words-with-surprising-chinese-origins>
4. 倭田來未-KODA KUMI -ESCALAT- 20th Year Special Full Ver. URL: https://www.youtube.com/watch?v=FIJ7_kSRdFs
5. Zach Choi ASMR. URL: <https://www.youtube.com/c/ZachChoi/videos>
6. GONGSAM TABLE – 이공삼. URL: <https://www.youtube.com/channel/UC2B5onlYkZ7IaVekR9yIB6w>
7. Nikocado Avocado. URL: <https://www.youtube.com/c/NikocadoAvocado/>
8. iKON - 'LONG TIME NO SEE' [Color Coded Lyrics ENG|ROM|HAN]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FyUSN8DxK84>
9. Just Like You. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9MN76vC26aQ>

Гаріна Анастасія

студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. Тимошенко Ю.Ю.

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ – РОЗВИТОК ЧИ ДЕГРАДАЦІЯ?

«Мова — це не просто спосіб спілкування, а щось більш значуще. Мова — це всі глибинні пласти духовного життя народу, його історична пам'ять, найцінніше надбання віків, мова — це ще й музика, мелодика, фарби, буття, сучасна, художня, інтелектуальна і мисленнєва діяльність народу».¹

Словниковий запас нашої мови постійно розвивається та адаптується. Щодня з'являються нові терміни, які відображають зміни в нашому житті, суспільстві чи культурі. З розвитком електронних засобів зв'язку активно поширюється сленг і виходить за межі розмовної мови у світ письмової.

Сленг – це жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення [1].

Це поняття за своєю природою недовговічне та оновлюється кожні 5-7 років. Адже його первинна привабливість у тому, що кожне покоління може створювати свій власний словниковий запас.

¹ Олесь Гончар

Сленг не є новою ознакою сучасного розмовного мовлення. У літературі сленгізми використовували як засіб стилізації І. Франко, В. Винниченко, О. Корнійчук, Л. Первомайський, І. Микитенко, О. Бердник та багато інших письменників та поетів [3]. Але історія саме молодіжного сленгу виділяє три історичних періоди розвитку.

Перший датується 20-ми роками ХХ ст. Його пов'язують з різким зростом кількості безпритульних після революції та громадянської війни. У мові підлітків та молоді з'являються «блатні» слова, які підчерпують від безхатченків.

Другий пов'язують зі «стилягами»² та датують 50-ми роками. Тоді вони виділялися не тільки своїм одягом та способом життя, а й своєю особливою мовою – сленгом. Деякі приклади: вираз «кинути брек» використовувався у значенні «пройтись «людей подивитися — себе показати»»; «співпаршив» — це вітчизняні вироби легкої промисловості; «дрінкати» у сенсі випивати [4].

Третій період 70 — 80 років пов'язується з періодом застою, який породив неформальні молодіжні рухи та «хіпуючу» молодь. Приклади їх сленгу: «герла» — дівчина; «скипнути» — піти, втекти; «аскати» — просити гроші на вулиці у перехожих; «вписати» — це пустити переночувати до себе додому добрих людей.

Молодіжний сленг — це окремий пласт національної мови, який відображає певною мірою рівень культури, освіченості, розвитку суспільства. У наш час він контрольований маскультурою, під вплив якої потрапляють різні категорії молоді [2].

Вважається, що молодіжний сленг — це соціолект людей віком від 12 до 22 років. Проте хоч і називають «молодіжним», його не можна обмежувати рамками віку. Адже сленгом можуть користуватися різні категорії людей. Звісно, частіше за все він зустрічається серед молоді та створюється нею.

Навіщо використовують сленг у своєму мовленні? Та найпростіша причина — це прагнення виділитися та відрізнятись від інших. Сленг — це засіб вираження себе і своїх уподобань. У кожного підлітка є особливі слова та вирази, зрозумілі лише йому та його оточенню.

Друга причина — спосіб влиття в будь-яку компанію та бути адекватно прийнятим у ній. Адже одні й ті самі сленгові вирази не використовуються постійно. Вони змінюються в залежності від ситуації чи співрозмовників або не вживаються зовсім.

Третя — сленг спрощує мову. Він дозволяє скоротити довгі фрази, не втрачаючи їхнього сенсу. Наприклад, «мерч» — продукція з символікою певної особи, гри, фільму, серіалу; «шипирити» — це уявляти людей у романтичних стосунках, незважаючи на те, що вони не є парою; «спойлер» — переказ фільму чи книги з розкриттям основної інтриги.

Четвертою причиною є емоційне забарвлення, тому що частіше за все сленг використовується для того щоб посилити емоції, враження та почуття. «Кріповий» — той, що лякає, кидає в тремтіння; «бомбить» — обурення, часто

² Молода людина, яка наслідує західну моду.

використовують у контексті якоїсь несправедливої ситуації; «треш» – щось негодяще, нікчемне, щось таке, що виходить за рамки пристойного.

У наш час найбільший вплив на молодіжний сленг мають інтернет-технології та комп'ютери, особливо соціальні мережі, де спілкується та перебуває довгий час молоде покоління.

Сленг у житті суспільства є позитивним чи негативним явищем?

Сленг – це рушійна сила розвитку мови. Він поповнює українську мову емоційною та нестандартною лексикою, не даючи їй стояти на одному місці. Сленг – це одне з головних джерел поповнення словникового запасу української мови. Він з'являється, тому що підлітки активно оволодівають мовою, «грають» нею, змінюють слова та вирази. І саме це є доказом того, що мова жива та вона розвивається. Існує дуже поширена думка, що сленг, навпаки, руйнує та засмічує нашу мову. Але головне – це доречність. Якщо ним не зловживати й правильно його використовувати, то ніяк не зашкодить нашій мові.

Сленг зображує культурно-історичний фон певної епохи. Це елемент не тільки спілкування людей, а й розуміння найважливіших проблем суспільства. Сленг реагує на всі події в житті, він підхоплює й висвітлює нові явища.

Зараз ми живемо в складних умовах воєнного часу, і саме мова стала лакмусовим папером сьогодення. Збройні Сили України спільно з фондом компетентної допомоги армії «Повернись живим», художником Нікітою Тітовим та агенцією з продажу зовнішньої реклами bigmedia.ua запустили всеукраїнську соціальну акцію «4.5.0.», що на сленгу українських військових означає «усе спокійно». «Ці борди та сітілайти, розміщені по всій території України, мають стати нагадуванням для людей про те, що їхнє військо завжди на захисті держави. За роки війни ми зміцнились. І зробимо все, щоб у наших громадян було “4.5.0”», – підкреслив Валерій Залужний. І цей білборд зв'явився і в місті Запоріжжі, на вулиці Іванова.

Наша мова динамічна й жива. Так, звісно, не всі сучасні слова та вирази залишаться й будуть використовуватися весь час. Але варто зрозуміти, що мова – це не щось незмінне та нерухоме, і використання сленгових новоутворень і є доказом цього.

Література

1. Словник української мови: в 11 томах. — Том 9, 1978. — Стор. 350. URL: <http://sum.in.ua/>
2. Василенко Ю. А. Сучасний український молодіжний сленг // Львівський національний університет імені Івана Франка, 2009. — С. 8.
3. Лексична система українського молодіжного сленгу: реферат. URL: <http://reftrend.ru/1130173.html>
4. Стиляги. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/305394>
5. Столяр М. Ю. Значення молодіжного сленгу для розвитку мови // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна. — 2015. — Вип. 53. — С. 233-236. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2015_53_89

6. Структура і функції студентського сленгу – реферат. URL: <https://superstudent.com.ua/ukrainskaya-literatura/struktura-funkcz-studentskogo-slengu-referat.html>

7. Словник сучасного сленгу, який допоможе краще розуміти молодь. URL: <https://www.depo.ua/ukr/life/v-chomu-riznitsya-mizh-krashem-i-krinzhem-slovnik-suchasnogo-slengu-yakiy-dopomozhe-zrozumiti-molod-202112011385699>

Заруба Соф'я

студентка 2 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»
Наук. кер.: викл.-метод. Мільчева А.О.

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ ПОСТАТЕЙ У СТАНОВЛЕННІ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІЇ

В час, коли Україна перебуває у складному історичному періоді – COVID-19, війна з росією, еміграція молоді за кордон в пошуках кращого життя, та можливий спад мирової економічної структури – ми, як ніколи, маємо дуже відповідально підходити до питання формування ментальності нації.

Кожний історичний період базується на попередніх досягненнях. І сучасність нашої країни – не виняток. Спробуємо на прикладі життя історичних осіб визначити риси лідера, необхідного Україні.

По-перше, лідер нашої країни повинен бути непересічним політиком та дипломатом. Яскравим прикладом цього є Петро Сагайдачний.

Український історик Михайло Грушевський вказував, що сучасники дуже високо оцінювали політичний талант Сагайдачного та визнавали загальноукраїнське значення його діяльності. Саме за його часів козацтво вийшло за вузько станові інтереси, долучилось до вирішення проблем українського населення, сформувало свою політичну програму. Утворилась спілка українського козацтва, міщанства й духівництва. Завдяки результативній політиці Сагайдачного в цей час відбулось активне формування національної української спільноти з її чітко вираженими географічними кордонами. Сагайдачний перетворив Київ на політичний осередок України та залучив його в орбіту майбутньої нової Української козацької держави.

Будучи гетьманом, виражав інтереси національно-патріотичних сил та активно виступав проти чужоземного панування на українських землях. Підтримуючи прагнення українського народу до більшої політичної самостійності, Сагайдачний домагався автономії України, досягнення для неї широких прав у складі Речі Посполитої [1].

По-друге, найважливішою рисою повинна бути освіта. Лідер України повинен мати економічну та історичну світу, обов'язковою дисципліною є державне право. Такою постаттю є Кость Левицький (1859-1941) – адвокат, доктор права, голова уряду ЗУНР, міністр фінансів.

Став ініціатором проведення роз'яснювальної роботи серед широких верств українського населення, їхніх прав, обов'язків, ознайомлювання з законодавством та підняття правової свідомості назагал.

Саме Кость Левицький висунув гасло: «Не вартий свободи і людського права той народ, що з них не користує».

Його неодноразово обирали послом Галицького сейму та депутатом парламенту Австро-Угорської імперії. Депутатом віденського парламенту обирався двічі: у 1907-11 та 1911-18 рр. Очолював делегації ЗУНР на міжнародних конференціях у Ризі (1920), Женеві (1921), був членом делегації на Генуезькій конференції (1922). Водночас заснував і керував Комітетом політичної еміграції. Кость Левицький — автор популярних юридичних праць, перекладав закони, опрацьовував українську юридичну термінологію, уклав німецько-український правничий словник [2].

Лідер нашої країни повинен запроваджувати заходи щодо українізації держави. Яскравою постаттю є Михайло Грушевський (1866-1934), одна з найвідоміших особистостей ХХ століття: історик, редактор, голова Центральної Ради Української Народної Республіки, автор багатотомної «Історії України-Руси» [6].

М. Грушевський *«сполучає в собі дві гігантські творчі постаті – найбільший дослідник тисячолітньої історії України і найбільший творець живої історії – великого відродження України 20 століття»* – без жодного перебільшення сказав про визначного українського академіка відомий літературознавець, укладач антології «Розстріляне відродження» (Париж, 1959) Юрій Лавриненко.

Михайло Сергійович кинув виклик домінуючій тоді офіційній російській історіографії, яка розглядала історію слов'ян виключно через призму російської великодержавності, і прийнятим світом російським і польським схемам концепції історії Східної Європи, в яких не було окремого місця і шляху України. З його точки зору історія України – самотня та насичена подіями європейського та загальносвітового значення [7].

Однак відтворення історії замало. Потрібно мати сміливість попри все виховувати освічену націю і зберігати існуючу історію для нащадків. Значну роль у ставленні української нації відіграла така особистість, як Василь Мудрий – один з організаторів і керівників Українського таємного університету. До його складу входили філософський, правничий та медичний факультети і 15 кафедр; на них викладали 65 професорів (між іншим, «справжніх», чиї вчені звання були здобуті ще за часів Австро-Угорщини або в інших європейських державах) і навчалися понад півтори тисячі студентів. Василь Мудрий від самого початку стає секретарем цього навчального закладу.

У Таємному університеті викладали майже всі українські вчені та фахівці-науковці, які мешкали тоді у Львові. Натомість усім польським університетам було оголошено бойкот. Однією з найважливіших справ для Василя Мудрого як редактора газети "Діло" у 1933 році було дати світові і

самим галичанам об'єктивну інформацію про Голодомор. Зокрема, були зібрані й опубліковані в газеті листи від галичан, що мешкали на Радянській Україні.

Саме завдяки діяльності Василя Мудрого і УНДО і було накопичено той демократичний потенціал, який навіть радянська влада впродовж півстоліття свого панування не змогла до кінця знищити, і який так яскраво виявився у подіях нової української визвольної революції кінця 1980–1990-х [3].

Ще одна риса, яка повинна бути притаманна справжньому лідеру України – турбота за підготовленість армії. Саме Петро Болбочан (1883 -1919) – полковник Армії УНР – це та особистість, яка залишила нам гідний досвід. Він любив вишколене військо, підготовлене, а не нашвидкуруч зорганізоване й кинуте в бій, як того вимагав той час та швидкий розвиток подій. Наприклад, коли він в січні 1919-го стояв під Полтавою, то писав, що йому потрібен місяць, аби підготувати військо до бою. Болбочан не вірив, що можна спертися на колишнього селянина, який взяв зброю до рук і не пройшов вишколу [4].

Його поважали і прості солдати, і старшини, він часто викликав заздрість у бездарних воєначальників. Що цікаво, через військові успіхи у боротьбі з Червоною армією за Петра Болбочана більшовики обіцяли 50 тис. крб.

Запорізький корпус Петра Болбочана, корпус січових стрільців **Євгена Коновальця** та дивізія **Володимира Оскілка** вважаються найбільш боєздатними в армії УНР. У цих підрозділах панувала зразкова військова дисципліна, і вони найкраще виконували поставлені завдання [5].

Але історичні постаті, які впливають на історію України є не тільки в минулому. Саме в цей час ми бачимо як до всесвітньої історії вписується ще одне ім'я, яке змінило хід історії не тільки нашої Батьківщини, а і всього світу. Це Володимир Олександрович Зеленський. Саме він сприяв відродженню історичних пам'яток України, а саме реконструкції острова Хортиця, що вплинуло на підняття патріотичного духу молоді. Саме він завершив «Велике будівництво» у Запоріжжі, яке тривало 18 років – нові мости через ріку Дніпро. З 24 лютого 2022 року і до теперішнього часу дійсний президент України разом зі своїм народом захищає Україну від «спецоперації РФ», яка насправді є війною з Україною та справжнім геноцидом української нації.

Отже, ми бачимо на прикладі цих історичних постатей, що свідомість і ментальність нації – це велика справа багатьох поколінь і видатних лідерів. Людиною не можна стати за хвилину.

Все буде Україна! Смерть ворогам.

Література

1. Петро Конашевич-Сагайдачний. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%BE_%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D1%88%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%87-%D0%A1%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B0%D1%87%

D0%BD%D0%B8%D0%B9#cite_note-

%D0%9E%D0%B3%D1%96%D1%94%D0%BD%D0%BA%D0%BE-82

2. Левицький Кость Антонович. URL: <https://irp.te.ua/levy-ts-ky-j-kost-antonovy-ch/>

3. Василь Мудрий. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/971537.html>

4. Полковник армії УНР Петро Болбочан: жертва інтриг чи претендент у диктатори? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/polkovnyk-bolbochan-zhertva-intryh-chy-pretendent-u-dyktatory-/30887631.html>

5. Петро Болбочан: батько запорозького війська УНР. URL: <https://dojo.ua/petro-bolbochan-batko-zaporozko-ho-vijska-unr/>

6. Михайло Грушевський. 155-ліття від дня народження видатної постаті XX століття. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/hrushevskyu-istoriya-represi-31482609.html>

7. Михайло Грушевський – перший президент в історії незалежної Української держави. URL: <https://ostrohcastle.com.ua/myhajlo-grushevskyj/>

Ксєндзов Даніл

студент 1 курсу К81-21 ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. вищ. кат. Іщенко М.Ю.

ДИСТАНЦІЙНИЙ ДОГОВІР КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ, СУЧАСНІ ПЕРЕВАГИ Й РИЗИКИ

Дистанційна купівля товарів щорічно набирає все більшу популярність, Електронна комерція стабільно розширює межі сфер та географії задоволення потреб споживачів. Тенденцію прискорення вдосконалення й уніфікації механізмів регуляції та захисту прав учасників товарообігу обумовлено як позитивними процесами глобалізації, цифровізації, так і низкою негативних факторів, актуальних в умовах пандемії та військової агресії.

Проте, наявність прогалин в площині морально-правової регуляції, особливості технічного забезпечення процедури реалізації дистанційних товарно-грошових відносин та низький рівень правової грамотності й культури більшості споживачів, обумовлюють ризики зростання кіберзлочинності в означеній сфері, чим продиктовано *актуальність даного дослідження*.

Метою роботи є висвітлення сучасних наукових і законодавчих підходів до визначення кіберзлочинності та порядку укладання угод щодо купівлі-продажу товарів через мережу Інтернет задля підвищення якості розслідування шахрайства.

Об'єктом дослідження є суспільні відносини купівлі-продажу товарів через торгові майданчики в мережі Інтернет, як специфічний об'єкт посягань кібеозлочинців.

Предмет дослідження становлять закріплені Конституцією та низкою нормативно-правових актів України, права й обов'язки учасників відносин дистанційної купівлі-продажу.

Дослідженню сучасних правових конструкцій з купівлі-продажу та ризиків, пов'язаних зі зростанням кіберзлочинності, приділено увагу таких науковців: Я. Неділько, В. Пригула, І. Сачков, Б. Стерлінг, Д. Нікулеско та інших.

Дефініції, які використовуються в даній роботі:

Онлайн-маркет – місце в інтернеті, де відбувається прямий продаж товарів споживачеві (юридичній або фізичній особі), враховуючи доставку.

Онлайн купівля-продаж – це договір, укладений продавцем зі споживачем за допомогою «засобів дистанційного зв'язку», до яких належать телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення та інформаційні мережі, зокрема Інтернет.

Кіберзлочин – суспільно небезпечне винне діяння, кримінальна відповідальність за яке передбачено законодавством, вчинене в кіберпросторі за допомогою електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів), автоматизованих систем, комп'ютерних мереж чи мереж електрозв'язку.

Депонування коштів – передача на збереження банківським установам грошових сум або цінних паперів.

Проблематика питання зростає прямо-пропорційно популяризації та поширенню дистанційної торгівлі. Так, за результатами опитування, проведеного особисто автором дослідження, 16 лютого в мережі Instagram, виявлено, що 100% респодентів (836 осіб), хоча б раз купували товари через мережу Інтернет. Зростаюча он-лайн активність громадян обумовлена підвищенням рівня технологічності й комфорту процесів забезпечення більшості потреб, популярністю й необмеженістю доступу до мережі Інтернет. Така форма віртуальної торгівлі є зручною та цілком відповідає потребам споживачів, істотно оптимізуючи ресурсні, насамперед часові, витрати. Водночас, активний товарообіг у мережі зумовив динаміку зростання кількості посягань на права учасників процесів, числені з яких містить склад кримінальних правопорушень, у тому числі шахрайств. Так, за даними голови кіберполіції України, за 2021 рік, рівень кіберзлочинності виріс на 25% [1], що наочно засвідчує гостру актуальність даної теми.

Розділи 6, 16 особливої частини Кримінального кодексу України, на сьогодні, містять низку складів кримінальних правопорушень проти власності та у сфері використання електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів), систем та комп'ютерних мереж і мереж електрозв'язку.

Проте, наявність проблемних питань щодо кваліфікації протиправних діянь в он-лайн просторі, особливостей засобів і способів доказування фактів посягань (так званих комп'ютерних злочинів), в тому числі, в сфері дистанційної торгівлі, зумовлює нагальність невідпинного вдосконалення юридичної техніки в умовах сучасної технологічної революції.

Для прикладу аналізу однієї зі схем шахрайства, нами досліджено кримінальну справу, слухання якої відбувалось із жовтня 2017 по квітень 2019 в США, штаті Каліфорнія; і на даний час саме ця схема набуває «популярності» в країнах Європи, та є однією з найвідоміших в Україні. За даними торгового онлайн-маркету OLX, 10% користувачів хоча б раз були жертвами кіберзлочинів, а 7% з них було скоєно за даною схемою. Вперше ця схема була застосована на торговому сервісі «eBay» Маркосом де Олівейрою в липні 2017 року, де він створив онлайн магазин техніки. Марко де Олівейра виставив на торговому сервісі на продаж Iphone 7, що користувався великою популярністю і ніхто не сумнівався в істиності даного оголошення.

Так, продавець спілкувався з покупцем, та коли доходив час для оплати та доставки, Маркос просив спочатку переказати 1 долар на його картку, аби переконатися в платоспроможності покупця. Це робилося задля того, щоб дізнатися дані картки покупця. Далі продавець мав відправляти товар через спеціальну пошту платформи і наводив посилання, за допомогою якого шахрай отримував дані покупця, а саме: строк дії та CVV платіжної картки, які, начебто, запрошував eBay. Після цього він виводив усі гроші в Bitcoin-гаманець, аби не було змоги його знайти за карткою. Шахрая вдалося викрити завдяки тому, що одного разу він не ввімкнув VPN, що дало змогу знайти його та засудити на 10 років за статтю 846 Конституції США [2].

Наразі, законодавство України містить низку нормативно-правових актів з питань регуляції та охорони відносин з високим ступенем ризику кібершахрайства, що постійно оновлюються з урахуванням сучасних досягнень технічної та гуманітарної сфер. Серед основних завдань, що постають на цьому шляху перед правотворчими та правозастосовними органами – не тільки розслідування наявних порушень, притягнення до відповідальності належних суб'єктів, але й місія з превенції, страхування ризиків та мінімізації шкоди від подібних посягань, як в межах інтересу приватного, так і загальносоціального.

Одна з проблем полягає в складності доведення факту вчинення обману в мережі Інтернет. Щоб навести належні докази, необхідно знатися на процедурі укладання договорів купівлі-продажу в мережі Інтернет, видах і порядку проведення розрахунків, тощо. Між тим, незважаючи на техніко-юридичну регламентованість процедур, вимоги щодо порядку функціонування віртуальних майданчиків, залишають шахраям площину для створення й ліквідації удаваних інтернет-магазинів і уникнення відповідальності. Подібні «магазини» у мережі Інтернет діють за принципом фірм-одноденок. Судові позови від споживачів, на жаль, здебільшого безрезультатні. Розгляд елементарних судових справ може затягнутися на роки. Встановити осіб-порушників й ідентифікувати відповідачів, подекуди, неможливо.

Аналіз законодавства країн світу та України, дає можливості виявити деякі відмінності й визначити низку рекомендацій щодо вдосконалення

національного законодавства в сферах відносин дистанційної купівлі-продажу та запобігання кіберзлочинності:

1. Можливість взяти до відома досвід ЄС, США та Ізраїлю. Там існує правова норма, яка захищає споживачів від шахрайства. Згідно з нею, інтернет-продавці зобов'язані вказувати на своїх сайтах лише ті мобільні телефони, що офіційно зареєстровані оператором на юридичну особу або прив'язані до паспортних даних приватного підприємця. А отже має бути заборона інтернет-торгівлі суб'єктам, які не розкривають реєстраційної інформації. Передусім мова йде про інтернет-магазини, телефони яких не верифіковані або не прив'язані до паспортних даних фізичної особи-підприємця.
2. Надати судам право на блокування сайтів, інтернет-магазинів, сторінок в мережі та блокування користувачів, які не виконують умови щодо ідентифікації. Також рекомендується законодавчо передбачити прискорену процедуру судового розгляду таких позовів.
3. Вдосконалити механізм депонування коштів банківськими установами або торговельними онлайн-майданчиками. Гарним прикладом ефективного використання даного інструменту є Китай. Продавець може отримати кошти від споживача лише після того, як повністю виконає свої зобов'язання, а покупець може отримати товар лише після того, як повністю його оплатить.
4. Надалі диверсифікувати функціонал, щодо формування й реалізації державної політики із захисту прав споживачів, Міністерства економіки та Держпродспоживслужби, адже чинна модель регулювання торгівлі за участі Мінекономіки і Мінцифри, а захисту споживачів Держпродспоживслужбою не забезпечує ефективності такого регулювання.
5. Також гарним рішенням проблеми може стати введення Офіційного реєстру доброчесних інтернет-магазинів на новоствореному урядовому сайті. Такий інструмент кореспондується з європейською моделлю захисту споживачів. Прикладом може стати введення Німеччиною, Францією та Швейцарією загальнодоступного реєстру сумнівних продавців у податкових органах.

Отже, законодавство у сфері регулювання правовідносин у віртуальному просторі має значну кількість прогалин і колізій і потребує вдосконалення. До того ж, форми цивільних правовідносин у мережі Інтернет нині є не досить врегульованими, що тягне за собою значну кількість порушень, зокрема, і у сфері торгівлі товарами й послугами, а велика їх кількість може містити склад шахрайства. Знання правоохоронними органами правового режиму регулювання правовідносин у віртуальному просторі та порядку укладання угод щодо купівлі-продажу через мережу Інтернет істотно покращить якість розслідування та сприятиме встановленню об'єктивної істини у справі.

Необхідно закріпити відповідні положення в окремому нормативно-правовому акті, бо можливість використовувати цифрові версії документів у роботі з клієнтами – позитивний крок і контексті розвитку національного законодавства, який відповідає сучасній міжнародній практиці, інтересам digital-підприємців та їх клієнтів. Отже ми впевнені, що вдосконалення

законодавства та оптимізація механізмів регуляції досліджених інститутів, дозволять Україні стати однією з найрозвиненіших, діджиталізованих країн і бути взірцем для світу в протидії кіберзлочинності. І цьому, не останньою мірою, сприяє впровадження застосунку «Дія», що стало оптимізує вирішення нагальних питань і в сфері онлайн купівлі-продажу.

Література

1. Статистика щодо кіберзлочинності в 2021 році URL: <https://www.rbc.ua/rus/news/kolichestvo-kiberprestupleniy-ukraine-2021-1622012394.html> (дата звернення 25.03.2022).
2. Кримінальна справа за 05.02.2019 URL: <https://www.justice.gov/usao-edca/press-release/file/1159836/download> (дата звернення 25.03.2022)
3. Про ратифікацію Конвенції про кіберзлочинність: Закон України від 7 вересня 2010 року URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2824-15#Text> (дата звернення 25.03.2022)
4. Закону України “Про платіжні системи та переказ грошей в Україні”: Закон України від 05.04.2001 року URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14#Text> (дата звернення 25.03.2022)

Михайлова Еліна

студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. Шевченко А. О.

СПОСОБИ ВИСВІТЛЕННЯ ВОЄННИХ ЗЛОЧИНІВ У ТЕЛЕМАРАФОНІ #UAPAZOM

В умовах інформаційної війни росії проти України з 2014 року фіксуємо поширення агресором неправдивої інформації про події в нашій країні, спотворення інформаційних потоків та приклади маніпулювання масовою свідомістю.

Із початку повномасштабної війни в Україні, яку російська федерація іменувала «спецоперацією», «миротворчою місією звільнення українського народу» постала потреба у об'єктивному, точному та достовірному висвітленні українськими засобами масової інформації воєнних злочинів, вчинених російськими військовими. Саме для цього провідні українські телеканали «1+1», «Інтер», «ICTV», «Україна», «Рада», «UA:Перший» приєдналися до телемарафону «Єдині новини: #UAPAZOM».

За словами В. Репецького та В. Лисика, термін «воєнний злочин» з'явився лише в 1945 році у ст. 6 Статуту Міжнародного військового трибуналу в Нюрнберзі, де зазначалося, що такими слід вважати порушення законів і звичаїв війни, серед яких зокрема вбивства, жорстоке поводження або депортація цивільного населення з окупованих територій, вбивство або жорстоке поводження з військовополоненими, вбивство заручників, розкрадання державної або приватної власності, безглузде руйнування населених пунктів, що не зумовлене військовою необхідністю [3].

Крім того, воєнними злочинами є навмисне спрямування атаки проти цивільних в зоні бойових дій; здійснення насильницьких дій з метою поширення терору серед цивільного населення; використання хімічної або бактеріологічної зброї [1, с. 26].

До слова, відповідно до Конвенції ООН «Про незастосування строку давності до воєнних злочинів і злочинів проти людства» від 1968 року [2], термін давності не застосовується до воєнних злочинів та злочинів проти людства та людяності.

Метою нашого дослідження є аналіз способів висвітлення воєнних злочинів, що вчинили російські військові на території України, та фіксація порушення стандартів журналістики в телемарафоні «Єдині новини: #UAPазом».

Для досягнення мети, нами окреслено декілька найпоширеніших в аналізованих матеріалах типів порушень. Прикладом порушення стандарту *точності та достовірності* є інформація, подана у випуску новин за 5 квітня 2022 року. Ведучі Святослав Гринчук та Соломія Вітвіцька, розповідаючи підводку до сюжету про воєнні злочини, що сталися у Бучі, не вказали джерело інформації. Зокрема, ведучий використав таку мовленнєву конструкцію «поки що там говорять». Крім того, у сюжеті кореспондентка зазначила: «... у ньому знаходяться щонайменше п'ятдесят тіл»; «за офіційними даними загинув у Бучі понад три сотні, та насправді більше. Просто знайти всіх поки не встигли». Проте посилення на джерело інформації, хто саме повідомив такі дані, відсутнє. Подала журналістка й власні оціночні судження: «на вулицях ще досі пахне смертю». Так, це є порушенням стандарту відокремлення фактів від коментарів.

Наводить оціночні судження в телемарафоні «Єдині новини: #UAPазом» і кореспондент «1+1» Євген Куксін у блозі «Чому російські загарбники мародерять українські домівки та що забирають». Зокрема він використовує лексеми «ниці мародери й грабіжники».

Нами зафіксовано порушення стандартів точності та достовірності й у підводці ведучого телеканалу ICTV Вадима Карп'яка: «Є кадри з Луганщини, де бомбили район близько Попасної і за деякими даними були використані заборонені міжнародними конвенціями фосфорні бомби». Посилання на джерело інформації у спічі ведучого відсутнє.

У випуску за 14 квітня 2022 року у прямому ефірі відбулося пряме включення співкомандира полку ССО «Азов» Максима Жоріна, у якому він розповів про ситуацію в Маріуполі. У самому випуску порушень стандартів журналістики нами не зафіксовано, але виявлено в назві «Цинічні тварини – росіяни спалюють своїх солдатів, аби не повертати їх додому для поховання, – Жорін». Причому сам коментатор таку цитату не наводить.

Отже, проаналізувавши деякі приклади висвітлення інформації про воєнні злочини російських військових, зазначимо, що на нашу думку, телемарафон «Єдині новини: #UAPазом» є унікальним явищем на українському телебаченні. Попри це нами зафіксовані порушення стандартів

журналістики, зокрема, достовірності та точності (відсутність посилання на джерело інформації), відокремлення фактів від коментарів (у проаналізованих сюжетах ведучі та кореспонденти надають оціночні судження процесам та явищам). На нашу думку, у процесі висвітлення війни в Україні, особливу увагу варто приділяти дотриманню стандартів.

Література

1. Коваль Д. О., Авраменко Р. А. Воєнні злочини. Особливості розслідування міжнародних злочинів, скоєних в контексті збройного конфлікту на Донбасі. Київ : ГО Truth Hounds ; Одеса : Фенікс, 2019. 36 с.
2. Конвенція ООН «Про незастосування строку давності до воєнних злочинів і злочинів проти людства». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_168#Text
3. Репецький В.М., Лисик В.М. Поняття та ознаки воєнних злочинів. URL: http://intrel.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/09/amp_2009_1_15.pdf

Михайлова Еліна

студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. Яроцька Є.С.

СТАНОВЛЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ СВІТОВОЮ

У людства мовленнєвий апарат сформувався близько 1,7-2 мільйонів років тому, у цей час з'явилася перша членороздільна мова. На думку норвезьких вчених Аре Бреана та Гейра Скейє появи промови на ранніх етапах еволюції Homo Sapiens передувала комунікація за допомогою нероздільних звуків музичної природи: ритму, тембру, найпростіших «мелодій». З плином часу і спробами людей зрозуміти одне одного у різних кінцях світу почали з'являтися і піддаватися метаморфозі мови. У тому числі й англійська.

Вторгнення німецьких племен призвело до того, що чисельність кельтів була перебільшена загарбницькими племенами. Згодом говірка англосаксів стала витісняти діалект кельтів, перетворюючи вже усталені слова під свою мову. Багато районів Британії, які розташовані у важкодоступних місцях, не були підвладні німецьким племенам, тому там добре зберіглася мова кельтів. У 597 року Рим став християнізувати все підвладні йому країни, зокрема і Британію. Це здорово відбилося на мові, оскільки з'явилося безліч лексем.

У 11 столітті Англія зазнала захоплення французів. Це призвело до того, що у розвитку та становленні мови почалася так звана епоха «трьох мов». Початок цієї епохи призвів до остаточного формування англійської мови саме такою, якою ми знаємо і вчимо її на сьогоднішній день. Завдяки тому, що при формуванні брали участь кілька мов, англійський лексикон збільшився майже вдвічі. На початку 14 ст. мова набуває літературних рис, тому стає головною мовою освіти людей та становлення права. Пізніше, коли почалася масова міграція англійців в Америку, мова зазнала зміни у бік британського та американського діалекту.

Певну роль розвитку англійської мови відіграв Джон Вікліф, автор перекладу Біблії на англійську мову.

XVI ст. для Європи пройшло під знаком дедалі більшого інтересу до втраченого знання класичних часів. Вчені хочуть розширити своє уявлення про навколишню дійсність, а для цього їм потрібно експериментувати, освоювати нові землі та території, розвивати торгівлю. Експансія людини, продиктована необхідністю просуватися все далі на захід в Америку та на схід до Індії, підтримувалась відкриттями в науці. У XVI ст. з'являється В. Шекспір та інші автори тієї великої елізаветинської епохи, які разом із своїми творами несли нову культуру в англійську цивілізацію. Запозичується велика кількість нових слів, розширюється словниковий склад англійської, створюються нові лексеми відповідно до типових англійських моделей слів.

Після ознайомлення з історією виникнення англійської мови варто перейти до теорій її поширення. Існує кілька концепцій: концепція варіантності англійської, концепція мови-посередника, ідеологічна концепція.

Однією з перших теорій, спричинених глобальним поширенням англійської мови, стала теорія про світові варіанти англійської мови, засновниками якої були лінгвісти Брадж та Ямуна Качру з університету Урбани-Шампейн.

Основні положення парадигми, що склалася, можна звести до наступних тез:

- диференціація англійської мови виявляється у існуванні варіантів трьох типів (теорія трьох концентричних кіл: а) національні варіанти англійської мови; б) регіональні та локальні варіанти у звільнених від колоніальних держав в) регіональні та локальні варіанти Розширюваного кола, що виконують обмежені функції, що переважно використовуються для міжкультурної комунікації;
- в основі різних варіантів лежать відмінності культур;
- всі варіанти мови рівні у лінгвокультурному плані.

Концепція варіантів виходить з лінгвокультурних і функціональних параметрах, розглядаючи як загальні риси, властиві всім варіантам, і їх відмінності.

Головна відмінність концепції мови посередника, у зміцненні якої значну роль зіграв журнал «Journal of English as a Lingua Franca» (ЄДЄ), полягає у перемиканні фокусу уваги: концепція акцентує увагу на описі транснаціональної посередницької функції англійської мови, її «природним чином адаптивного мовного розвитку». Сучасне визначення лінгва франка, відроджене в лінгвістиці Аланом Фіртом, спочатку було досить вузьким, оскільки передбачало засіб спілкування для користувачів різних мов та культур. Носії мови, таким чином, виключалися із сфери дії ЄДЄ. Проте, не секрет, що в умовах міжкультурної комунікації носіям англійської мови теж доводиться пристосовуватися до співрозмовників, умов та ситуації спілкування, ось чому популярним стало ширше визначення, дане Барбарою Зайдльхофер: ЄДЄ — це «будь-яке використання англійської мови

комунікантами з різними першими мовами», тобто це мова спілкування носіїв з неносіями.

Ідеологічна концепція полягає у розгляді процесів, пов'язаних з глобалізацією, в якій безпосередню участь бере англійська мова. Розгляд був би неповним, якби ми опустили теорії, зумовлені ідеологічними настановами та ставленням до цієї соціолінгвістичної дійсності.

Перша парадигма представлена теорією лінгвістичного імперіалізму, за якою англійську мову звинувачують у «лінгвіциді» інших мов, нав'язуванні цінностей західної англофонної культури іншим народам.

Друга парадигма представлена роботами Д. Кристала, Б. Качру та прихильниками теорій варіантів, англійської як лінгва франка та англійської як міжнародної мови, які вважають, що поширення англійської – це природний, об'єктивний і, в цілому, благотворний процес, що сприяє взаємному зближенню народів, прогресу науки і техніки, розвитку суспільства, незважаючи на те, що питання сили та влади, елітарності та соціального неблагополуччя, репутаційної престижності залишається дуже актуальним.

Не дивлячись на всі важкі моменти та перипетії, англійська мова залишається одною з найбільш актуальних мов сьогодення та кожного дня продовжує свій розвиток, який не припиняється навіть на хвилину.

Література

1. Манерко Л.А. Англійська наукова мова: етапи формування // Теория перевода (МГУ) [Текст]. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 2007. – С. 122-138.
2. Прошина З. Г. Динамика развития английского языка в его региональных вариантах // Вестник Иркутск. гос. лингв. ун-та, 2012. – No2 (18). Серия Филология. – С. 200-206

Мороз Поліна

студентка 4 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: канд. філол. наук, доц., викл.-метод. Тяпкіна Н.І.

ЖАНРИ ЕЛЕКТРОННИХ ВИДАНЬ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Володимир Здоровега дав визначення терміну «жанр журналістики»: «Жанр – усталений тип твору, який склався історично і відзначається особливим способом освоєння життєвого матеріалу, характеризується чіткими ознаками структури».

Жанр, безумовно, – один з елементів форми журналістського, як і літературного твору взагалі. Саме Володимир Здоровега класифікував жанри журналістських текстів, аналізуючи їх дотичність до реальності і спираючись на те, який світ вони відображають (реальний, псевдореальний, ірреальний), а також враховуючи об'єктивізм автора та певні мовно-стильові і композиційні ознаки він виокремив:

1. Інформаційні жанри журналістики.

2. Аналітичні жанри журналістики.
3. Художньо-публіцистичні жанри журналістики.

Питання електронних видань, їх жанрової палітри через постійну трансформацію об'єкта опису залишається актуальним. Держспоживстандарт України 7157:2010 дає таку характеристику терміну «Електронне видання»: «Електронне видання – це електронний документ, який пройшов редакційно-видавниче опрацювання, має вихідні відомості та призначений для розповсюдження в незмінному вигляді».

Так само, як і традиційне друковане видання, електронне – має свою типологію і класифікацію, зазначену в ДСТУ 7157:2010: за наявністю друкованого еквівалента, за природою основної інформації, за цільовим призначенням, за технологією використання, за характером взаємодії з користувачем, за періодичністю, за структурою.

Формат електронного видання – підвид інтернет-видання, що застосовується і поширюється у тому чи іншому електронному ресурсі і має певну форму подання інформації: відео, аудіальну(звукову) чи графічну. Розглянемо формати сучасних медіа в залежності від форми подання інформації.

Текстові, графічні і звукові форми подання інформації, наразі, є невід'ємним складником такого інтернет-формату, як блог. Саме блог ми вважаємо головним форматом подання інформації в соціальних медіа.

Блог знаходить свою реалізацію у мережі «Instagram» - невелике за обсягом текстове повідомлення, тематика якого варіюється в залежності від цільового призначення сторінки. За характеристиками дописи в соціальних медіа, зокрема «Instagram», подібні до інформаційних жанрів.

Скетчі в Instagram – невеликі відео, в яких, зазвичай один або два персонажі. Своєю будовою нагадують літературний твір (До речі, деякі дослідники стверджують, що першотворцем скетчу, як жанру був Антон Чехов), бо мають зачин, основну частину і кінцівку. Альтернативне відеооповідання.

Влог – (скорочення слів «відео» і «блог») відео на якому транслюється життя певної людини, або її думки про щось. Можна припустити, що це відеоощоденник. Найбільшої популярності влог, як жанр набув на платформі «YouTube», однак альтернативний відео блог знайшов своє місце і на просторах «Instagram», проте дещо в скороченому вигляді.

Своїм суб'єктивним баченням світу і переважанням авторського «я» влог нагадує публіцистичний матеріал: нарис, памфлет, чи фейлетон. Особливо яскраво виражена схожість з подорожнім нарисом.

Прямий ефір (стрім) – жанр інтернет-журналістики, який переважає майже у всіх доступних соціальних мережах. Стрім вважається найоперативнішим теле- чи інтернет- жанром, бо відбувається (знімається) у реальному часі. Тому, очевидно, що він має схожі ознаки з інформаційними жанрами журналістики. Якщо розглядати прямий ефір, що знімається з якоїсь нагоди (наприклад, через акаунт певного навчального закладу ведеться стрім

з приводу врученням дипломів), то стиль цієї стрім-трансляції ми можемо характеризувати як звіт. Схожі ознаки:

1. Максимально повний виклад інформації стосовно певної події
2. Відсутність авторського «я»
3. Деталізація події
4. Охоплення просторово-часових рамок

До форматів соціальних медіа, які корелюють із поняттям жанру, відносимо: блог, скетч, відео-трансляцію, мем, влог.

У соціальних медіа можемо спостерігати такі формати, які нагадують і інформаційні жанри. І жанри журналістики повністю задовольняють реципієнта в інформаційній потребі. Вони констатують факт, відповідаючи на основні питання умовної журналістської піраміди, «Що?» «Де?» «Коли?». Саме ця жанрова специфіка простежується в таких форматах соціальних медіа, як : стрім, допис, блог.

Носик Максим

викл. історії, канд. істор. наук, викл.-метод. ВСП «ЕПФК ЗНУ»

КЛАСТЕРНО-РЕГРЕСИВНИЙ АНАЛІЗ ІСТОРІЇ РУСІ: ПРИСМЕРК ЗАГУБЛЕНОЇ ІСТОРІЇ ТМУТАРАКАНІ

На сьогодні у вітчизняній історії українського народу багато загадок. Так, наприклад, досі не відомі час та місце появи східного слов'янства, момент фрагментації того ж східного слов'янства на українців, білорусів та росіян, а також факт наявності русинської народності у якості четвертого східнослов'янського народу.

Кожна людина, яка ознайомлювалася з курсом історії Русі-України точно чула про факт існування віддаленого від основних території Київської Русі Тмутараканського князівства у проміжку часу між 968 та 1159 рр. н.е., яке у тюркських і візантійських джерелах іменувалося Таматархою.

Довгий час локація Тмутаракані залишалася невідомою. Лише у 1792 р. на Таманському півострові, що на Кубані, було знайдено так званий «Тмутараканський камінь» (проте не всі історики впевнені у його достовірності), датований 1068.

Протягом XIX-XX ст. на Тамані були знайдені ще й тмутараканські монети. Цими питаннями займалися історики К. Бабаєв («Монети Тмутараканського князівства», 2009) та В. Чхайдзе («Нумізматика Тмутаракані», 2014). Радянські та російські історики зійшлися на думці, що локалізувати Тмутаракань слід на Таманському пів-ві, навпроти кримської Керчі (С. Плетньов «Оборонні стіни у Таматархі-Тмутаракані» (2000), В. Чхайдзе «Хазарська Таматарха: культурний шар Таманського городища VII-X ст.» (2007), М. Болгов («До історії середньовічного Криму» (2008), В. Степаненко «До історії середньовічної Таврики» (1992)).

Дослідники проблеми, користуючись писемними візантійськими джерелами, також впевнені у постійному етнокультурному впливі Тмутараканського князівства на східне узбережжя Криму – на Керч (Д. Володихін «Російський період у історії середньовічного Східного Криму» (2016), В. Майко «Тмутаракань та Східний Крим: основні етапи етнокультурних зав'язків» (2010)).

Проте ряд фактів змушує нас поставити під сумнів більшість з вищенаведених висновків історіографії з зазначеної проблематики, оскільки:

- 1) у Тмутаракані повинна бути «доруська» передісторія»;
- 2) описані та досліджені до цього джерела можуть бути не точними та не об'єктивними;
- 3) Тмутаракань не могла безслідно зникнути після 1159 р.

Саме використання методу *регресивного аналізу* (набір статистичних методів дослідження впливу однієї чи кількох незалежних змінних – регресорів-предикаторів (час, природно-кліматичні умови, іноземні писемні джерела, тектонічні зрушення, демографія, масив археологічних артефактів) на залежну змінну – критеріальність вітчизняної історії Y) та *кластерного методу* (графічного пучкування інформації, її схематизації) дозволить знайти місце Тмутаракані на карті та довідатися про хронологічну пряму історії Тмутаракані.

На цій основі ми ладні поставити робочу *гіпотезу*, що полягає у тому, що Тмутаракань – це і є легендарна Артавія (Арта, ар-Русійя) і розташовувалася вона саме в межах сучасного Керченському пів-ву, що в Криму, який у епоху середньовіччя був островом, а сама Тмутаракань – сучасна Керч.

Для того, щоб підтвердити поставлену гіпотезу, ми використаємо:

- 1) давні арабські та перські писемні джерела;
- 2) новітні археологічні дані регіонів Донщини, Поволжжя та Кубані;
- 3) природничі (геологічні, сейсмо-тектонічні, ґрунтознавчі та кліматичні) дослідження історії Таврики-Криму та Меотиди;
- 4) картографічний аналіз малодосліджених карт поч. XVIII ст. шляхом накладання «старих карт» на сучасні карти за допомогою програми Google Earth Pro.
- 5) схематичне узагальнення всіх відомих фактів і логічно й лаконічно вбудуємо їх у історію Русі-України.

По-перше, арабський мандрівник X ст. Ібн Русте згадував: «Що ж до ар-Русійї, то вона знаходиться на острові, оточеному озером. Острів, на якому вони (руси) живуть, протяжністю в три дні шляху, покритий лісами і болотами, нездоровий і сирий від того, що коштує тільки людині ступити ногою на землю, як остання тряситься через велику кількість в ній волога. У них є цар, що називається хакан русів. Вони нападають на слов'ян, під'їжджають до них на кораблях, висаджуються, забирають їх в полон, везуть в Хазаран і Булкар і там продають. Вони не мають ріллі, а живляться лише тим, що привозять із землі слов'ян» [1, с. 34; 2, с. 47-50].

До того ж перський хроніст Марвазі, переповідаючи перського хроніста XV ст. Мірхонда, зазначав: «Розповідають також, що Рус і Хазар були від однієї матері і батька. Потім Рус виріс і, оскільки не мав місця, яке йому припало б до душі, написав лист Хазарові і попросив у того частину його країни, щоб там влаштуватися. Рус шукав і знайшов місце собі. Острів не великий і не маленький, з болотистим ґрунтом і гнилим повітрям; там він і влаштувався. Місце те лісисте і важкодоступне» [3, с. 306].

По-друге, останні археологічні дослідження Донщини, Поволжжя та Кубані показали, що в цих межах мешкала невказана Нестором у «ПМЛ» група східних слов'ян – так звані *степові слов'яни* («донські», «поволзькі», «кубанські»). При цьому останнім часом досить сильно активізувалася дискусія щодо того, що в зазначених регіонах росії в межах між VI–XI ст. н.е. Салтово-маяцкая («алано-хозарська») археологічна культура була як мінімум не єдиною і вона точно співіснувала із маловідомою слов'янською культурою (В. Ковалевський «До питання про металургію донських слов'ян в VIII – поч. XI ст.» (1992), В. Седов «Волинцівська культура. Слов'яни на південному сході Руської рівнини» (1995), А. Винников та В.Ковалевський «Донські слов'яни в дослідженнях експедиції Воронежського університету» (2002), А. Григорьев «Слов'янське населення вододілу Оки і Дона наприкінці I – поч. II тис. н. е.» (2005), Г. Матвеева «Перші слов'яни на середній Волзі» (2005)).

З цього ми можемо зробити припущення, що Омелян Прицак у «Походженні Русі» свого часу не помилявся з теорією про існування Волзько-Руського каганату, що явно підтвердив В. Седов [4].

По-третє, природничі (геологічні, ґрунтознавчі та кліматичні) дослідження Криму та Азово-Чорноморського узбережжя показують, що клімат Кримського пів-ва у період античності та Середньовіччя був значно вологішим [5], а кримські ґрунти були в ті часи значно зволженими та абсолютно неродючими [6], що в принципі абсолютно підтверджує розповіді Ібн Русте та Мірхонда про географічне положення Артавії.

По-четверте, нам залишилося локалізувати Артавію-Тмутаракань на карті, враховуючи всю попередню інформацію. Для цього необхідно на основі **методу картографічного накладання**, за допомогою програми програми «Google Earth Pro» накласти карти регіону Чорного моря XVIII ст. на сучасну карту цього ж регіону (шлях картографічного накладання: Google Earth Pro → додати → накладання зображення → назва карти (з власного комп'ютера)).

Нам вдалося, таким чином, проаналізувати карту Й.Б. Хоммана 1724 р. «Tabula geographica qua pars Russiae magnae, Pontus Euxinus seu Mare Nigrum et Tartaria Minor» (див. Рис. 1) та карту Ж.Н. Дедіа 1736 р. часів російсько-турецької війни 1736-1739 рр. «Charte der Kriegs Operationen am Donn und Dnieper» (див. Рис. 2).

Рис. 1. Й.Б. Хомман «Карта великої росії, Евксиньского Понту або Чорного моря й Малої Тартарії», 1724 р.

По-п'яте, як висновок до нашого дослідження, необхідно зазначити, що схематичне узагальнення всіх відомих фактів з зазначенням місця та ролі Артавії-Тмутаракані, дозволяє вибудувати більш логічну схему історію Русі-України та всього східного слов'янства (див. Рис.3).

Як ми можемо побачити з Рис. 3, схематичне узагальнення дозволяє з впевненістю стверджувати, що: 1) Артавія (Арта) і є Тмутаракань (легендарне Тмутараканське князівство часів Київської Русі); 2) Артавія (Ар-Русійя) – батьківщина русів (нащадків ослов'янених сарматських племен);

3) Тмутаракань таки знаходилася у Криму – на Керченському пів-ві; 4) руси («артарійці») асимілювалися з хозари, внаслідок чого з'явилася не менш міфічна, аніж Тмутаракань, Тартарія.

Література

1. Абу-Али Ахмед Бен Омар Ибр-Даста. Известия о Хозарах, Буртасах, Болгарах, Мадьярах, Славянах и Руссах Абу-Али Ахмеда Бен Омар Ибн-Даста, неизвестного доселе арабского писателя начала X века, по рукописи Британского музея. — СПб.: Тип. Императорской Академии Наук, 1869.— 214 с.
2. Ибн Русте. Книга дорогих ценностей // Древняя Русь в свете зарубежных источников: Хрестоматия / Под ред. Т. Н. Джаксон, И. Г. Коноваловой и А.В. Подосинова. Том III: Восточные источники. Сост. части I — Т.М. Калинина, И.Г. Коновалова; Ч.II — В.Я. Петрухин. — М.: Русский Фонд Содействия Образованию и Науке, 2009. — 264 с.
3. Марвази. Моджмал ат-таварих // Восточные источники о восточных славянах и Руси VI-IX вв. / Новосельцев А.П. —М., 1965. — 323 с.
4. Седов В.В. О русах и Руском Каганате IX в. (В связи со статьёй К. Цукермана «Два этапа формирования Древнерусского государства») // Славяноведение. — 2003. №2. — С. 3-15.
5. Кутайсов В.А. Природа Западного Крыма в Античную эпоху // Северо-Западный Крым в Античную эпоху. — 1994. — С. 11-29.
6. Лисецкий Ф.Н., Ергина Е.И. Климатическая обусловленность почвообразовательного процесса в Крыму // Учёные записки Таврического нац. ун-та им. В.И. Вернадского. Серия: География. — Т.23 (62). — 2010. — №1. — С. 52-60.
7. Зубарев В.Г. Европейское побережье Меотиды (Азовского моря) по Клавдию Птоlemeю // Древности 1996. Харьковський историко-археологічний ежегодник. — Харьков: АО «Бизнес Інформ», 1997. — С. 62-73.
8. Благоволин Н.С. Сейсмотектонические и сейсмогравитационные процессы в Горном Крыму // Геоморфология, 1993. — №2. — С. 49-56.
9. Никонов А.А. Землетрясения XVII В. в восточном Крыму // Физика Земли. 1986. — № 6. — С. 79-83.
10. Никонов А.А. Сейсмический потенциал крымского региона: сравнение региональных карт и параметров выявленных событий // Физика Земли, 2000. — № 7. — С. 53-62.
11. Вахрушев Б.А. Палеогеография Крыма в свете новейших карстолого-спелеологических исследований / Б.А. Вахрушев // Культура народов Причерноморья. — 2001. — №17. — С. 11-18.

**Сущенко Павло,
Коваленко Владислав**
студенти 2 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»
Наук. кер.: викл.-метод. Мільчева А. О

НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЛЬТИТЕСТ НА ВІДМІННО

У сьогоднішніх умовах перед студентами постала дуже велика проблема – складання Національного мультипредметного тесту (далі НМТ). Не кожен знає що воно є, не кожен розуміє навіщо і як до нього готуватися.

Міністерство освіти і науки України прийняло рішення замінити ЗНО на НМТ і звісно, що наше міністерство дало пояснення щодо цього формату складання іспитів. Але у майбутніх вступників виникає багато питань з приводу підготовки і навчальних програм, за якими відбудеться саме тестування [2].

Безумовно, усім нам відомі умови підготовки і навчання загалом, станом на сьогодні. Але вступ до вищих навчальних закладів вимагає від учнів, або студентів проходження іспиту, за результатами якого буде складатися рейтинг абітурієнтів там, куди подавалися заяви на вступ.

З цього ми робимо висновок, що місце абітурієнта в рейтингу на пряму залежить від балу за екзамен з кожного предмету на НМТ [1]. Ніхто не відміняв хвилювання, а за ним вже і розгубленість і раптово виникає дуже гарне питання: «А що з цим всім робити?»

Звісно у нашій роботі, розуміючи актуальність цього питання, завдяки конструктору «Google Sites» ми вирішили створити сайт, у якому сконцентрована, на нашу думку, уся необхідна література для підготовки до тесту, а також для роз'яснення питання із хвилюванням під час проходження іспитів.

На сьогодні ми маємо в наявності блок тільки з історії України і зараз дамо цьому пояснення. Ми дуже ретельно досліджували питання з підготовки, передивляючись консультації і програму, за котрою буде проводитися тестування саме в блоці історії України і щоб зробити теж саме з іншими предметами, нам потрібна допомога людей, котрі добре знаються на підготовці до екзаменів.

Невід'ємною перевагою нашого проекту є те, що у нього є перспективи на майбутнє. Як ми з Вами розуміємо, в перелік предметів на НМТ, зокрема історії України, входять: 1) Українська мова; 2) Математика.

На превеликий жаль ми не змогли реалізувати ці 2 блоки, т. я. хочемо, щоб наш сайт дійсно надав змогу як можна якісніше підготуватися до іспитів, а для цього потрібні досвідчені люди у своїй справі.

Тому ми запрошуємо у першу чергу наших шановних викладачів для співпраці, щоб разом допомогти зібратися з думками тим, хто зацікавлений в тому, щоб як найкраще скласти ці, на перший погляд, страшні іспити.

Не можемо не підкреслити те, що наш проект не вимагає будь-якого фінансування. Ми не потребуємо пошуку коштів за для роботи сайту. Потрібно розуміти те, що особливо станом на сьогодні, ми повинні допомагати один одному в тій галузі, на котрій добре знаємося. З цього приводу є дуже влучна цитата Германа Мелвілла: «Світ, у якому ми живемо, тільки й може триматися на взаємній виручці».

Отже, підсумовуючи ми хочемо зазначити те, що дуже важливо слідкувати за новинами, особливо за тими, котрі надаватимуть змогу розуміти, що саме зараз потрібно зробити, щоб не «обрушити» всі свої напрацювання за 11 років і вступити саме до того університету, до якого планували. А в свою чергу наша ціль – допомогти Вам у сконцентруванні Вашої уваги на дійсно потрібних речах для успішного складання іспитів.

Література

1. Складники національного мультипредметного тесту. URL: <https://testportal.gov.ua/skladnyky-nmt/>
2. Вступ-2022: роз'яснення про зміст, структуру й оцінювання математичного блоку НМТ. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/vstup-2022-rozzyasnennya-pro-zmist-strukturu-j-ocinyuvannya-matematichnogo-bloku-nmt>

Россол Ольга

студентка 4 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. вищ. кат. Іщенко М.Ю.

ЗАХИСТ ПРАВА ВЛАСНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Постановка проблеми. Внаслідок військової агресії російської федерації відверто порушуються права громадян України, насамперед основоположні природні права людини. Водночас, безпрецедентних порушень зазнають українці і в сфері права власності. Станом на 15 квітня 2022 р. в мобільному додатку Дія зареєстровано 77 тисяч заяв українців про пошкоджене майно.

Інститут права власності посідає центральне місце в системі цивільного права. В Україні на конституційному рівні воно закріплено як право громадян. Відповідно до ст. 47 Конституції України, кожен має право на житло. Держава створює умови, за яких кожний громадянин матиме змогу побудувати житло, придбати його у власність або взяти в оренду. Ніхто не може бути примусово позбавлений житла інакше як на підставі закону за рішенням суду [1].

Право власності – це система правових норм, які регулюють відносини щодо володіння, користування та розпорядження майном його власником.

Право власності, як і будь-яке інше право, підлягає захисту, що гарантується та забезпечується ч.4 ст. 13 Конституції України, яка визначає: «державою забезпечується захист прав усіх суб'єктів права власності і господарювання, соціальну спрямованість економіки».

Стаття 316 Цивільного кодексу України (далі ЦК) визначає: правом власності є право особи на річ (майно), яке вона здійснює відповідно до закону з власної волі, незалежно від волі інших осіб [2].

Питання захисту права власності досліджували такі вчені: Ю.М. Андреев, В.В. Бутньов, І.В. Болокан, С.М. Братусь, М.І. Гаврилюк, З.В. Ромовська, Є.А. Суханов, І.В. Спасибо-Фатеева, Є.О. Харитонов, Р.Б.Шишка, Я.М. Шевченко, О.С. Яворська, Г.Б. Яновицька та інші.

Актуальність даного дослідження зумовлена необхідністю вдосконалення й закріплення на законодавчому рівні механізму захисту права власності в умовах воєнного стану.

Станом на 1 квітня 2022 року на сайті Верховної Ради України зареєстровано два законопроекти, відповідно до яких в Україні планують запровадити компенсацію за пошкодження та знищення житла громадян внаслідок бойових дій, терористичних актів, диверсій, спричинених військовою агресією росії.

Мета дослідження. З'ясувати порядок та умови здійснення компенсації відповідно до законопроекту №7198 від 1 квітня 2022 (далі – законопроект).

Перед нами постає низка питань: «Хто має право на компенсацію?», «Який порядок її отримання?» та «За за які/чиї кошти відбудуватиметься виплата?».

Відповідно до ст.2 законопроекту, на отримання компенсації мають право:

- 1) фізичні особи – громадяни України, які є:
 - а) власниками пошкоджених та/або знищених об'єктів нерухомого майна;
 - б) особами, які здійснили інвестування та фінансування будівництва об'єктів житлового будівництва щодо яких отримано право на виконання будівельних робіт та які не прийнято в експлуатацію;
 - в) членами житлово-будівельних (житлових) кооперативів, які викупили квартиру, інше житлове приміщення кооперативу, але не оформили право власності на нього;
 - г) спадкоємцями осіб, визначених підпунктами «а» - «в» цього пункту;
- 2) об'єднаннями співвласників багатоквартирних будинків, управителями багатоквартирних будинків, житлово-будівельними (житловими) кооперативами, які здійснюють утримання відповідних будинків, щодо відновлення пошкодженого спільного майна багатоквартирного будинку.

Згідно ч.2 ст. 8, пріоритетне право на отримання компенсації мають: багатодітні сім'ї; особи з інвалідністю I та II груп; учасники бойових дій, особи з інвалідністю внаслідок війни, особи, визначені частиною першою статті 10 Закону України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту».

Відповідно до ст. 4 компенсація буде надаватися у такий спосіб:

- 1) грошова компенсація шляхом перерахування грошових коштів на поточний рахунок отримувача;
- 2) об'єкт нерухомого майна шляхом фінансування його будівництва;

3) фінансування виконання будівельних робіт з відновлення пошкодженого спільного майна багатоквартирного будинку.

Пов'язані питання з механізмом компенсації, стосуються оцінки пошкодженого майна та правовстановлюючих документів.

Законопроект передбачає порядок подання заяви про надання компенсації в електронній або паперовій формі з відповідними документами, що підтверджують особу та її право власності на пошкоджене або знищене майно. Порядок оцінки відновлення такого майна визначає Кабінет Міністрів України. Оцінку пошкодженого майна можна проводити у два способи: безкоштовно (за рахунок коштів держави) або за власні кошти.

Відповідно до ст.12, джерелом фінансування компенсації є: фонд відновлення майна та зруйнованої інфраструктури України у зв'язку зі збройною агресією російської федерації; міжнародна технічна та/або поворотна або безповоротна фінансова допомога; інші джерела, не заборонені законодавством України.

Фактична шкода завдана Російською Федерацією, проте наявний імунітет держави унеможливорює безпосереднє звернення громадяни України з вимогою про захист права власності до країни агресора, тому законопроектом передбачено спеціальний механізм (регрес). Відповідно до ч.3 ст. 4 проекту, одночасно з отриманням компенсації, отримувач укладає договір про відступлення державі права вимоги до російської федерації щодо відшкодування збитків за пошкодження або знищення об'єкта нерухомого майна, заподіяних внаслідок бойових дій, терористичних актів, диверсій, спричинених військовою агресією російської федерації. Такий договір укладається шляхом приєднання до цього договору. Форма такого договору встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Отже, держава виступає «буфером» між громадянами України та завдавачем шкоди – росією.

Висновки. До прийняття одного з законопроектів, підписання Президентом України та набрання ним чинності, всі ми перебуваємо в режимі очікування на дієвий механізм захисту права власності в воєнний та післявоєнний періоди. Законопроект спрямований на безпосередній захист власників, є актуальним та життєво необхідним. Водночас, у проекті №7198 є низка нюансів, що потребують додаткової уваги, серед них: звужене коло осіб та об'єктів нерухомості, пошкодження або знищення яких повинно обліковуватися і за які передбачено компенсацію; не передбачено порядку обліку та компенсації втрат комунальної та приватної господарської інфраструктури (нежитлової нерухомості). Наразі, проект буде підданий наступному доопрацюванню та вдосконаленню, адже пропонується механізм захисту має виключне значення та повинен враховувати правовий, соціальний і психологічний аспекти.

Література

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text> (дата звернення 13.04.2022).
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення 13.04.2022).
3. Проект Закону про компенсацію за пошкодження та знищення окремих категорій об'єктів нерухомого майна внаслідок бойових дій, терористичних актів, диверсій, спричинених військовою агресією Російської Федерації від 24.03.2022 № 7198. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/pubFile/1248275>

Севериненко Анастасія

студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: канд. істор. наук, викл.-метод. Носик М.О.

ФЕТИШИЗМ ЯК СИМВОЛ ВІРИ

Важливою частиною культури людства на протязі її розвитку є вірування та міфи. Найцікавішим фактом є те, що первісна культура взаємопов'язана: у сучасному світі художник малює картину, тобто займається творчістю та розвиває її, але в уявленні людства традиційної культури, світ не поділяється на сфери, він цілий, а у малюнка є практичне використання (наприклад, для тренування влучності, або для виконання містичного обряду, який зробить полювання вдалим). З часом людина накопичувала в собі знань про довколишній світ, але деякі явища природи вона не могла пояснити, саме тому з часом з'явилося таке поняття як релігія- віра людини в надприродні сили та існування богів. До крайньої форми вірування відноситься анімізм, магія, тотемізм, фетишизм, про який буде в подальшому йти мова та шаманізм.

Якщо перекладати з французької «фетиші» – чаклунство. Фетишизм- віра в надприродні властивості певних предметів / поклоніння до неживих предметів з особливими надприродними властивостями (амулети, обереги у вигляді шматка каменю, лапка кролика, зуби акули). Можна сказати, що чарівна паличка у фільмі «Гаррі Потер» – теж фетиш.

Згодом всі первісні релігії сплелися між собою і це сприяло появі культу богів. Культ - спосіб поклоніння богам. Для того, щоб якимось шанобливо поклонятися цим богам, люди ліпили з глини, вирізали з дерева, висікали з каменю різних ідолів у зображенні богів та духів.

Одним з найяскравіших предметів фетиша є дерев'яна лялька – алэла енісейських кетов. Алэла була зроблена з дерева і вбрана в традиційний одяг кетов. Лялька була зображена у вигляді жінки, яка оберігала будинок і домочадців. Лялька передавалася від батьків дітям, її завжди брали з собою під час переїздів і свято оберігали.

У фетишів було своє місце дії. Наприклад, якомусь предмету приписували захищати будинок, іншому – керувати погодою, третій – викликати дощ.

В Узбекистані в пошані була змія. Вона вважалася початком добра і зла. Також відомий культ поклоніння бикам, що втілює чоловіче начало, коні, верблюдові і леву. Предмети поклоніння намагалися задобрити молитвами і віддячити, бо від них залежало благополуччя цілих поселень.

Маскуи, статуетки, тамтами покликані забезпечувати зв'язок між духовним і матеріальним світом. Сьогодні їх використовують багато народів під час урочистих церемоній та обрядів.

До барабанів ставляться з особливим трепетом і повагою. Їх вважають одухотвореними істотами. Для того щоб сила барабана зросла, в нього вливають нову силу, роблячи підношення. У кожного священного барабана є особистий виконавець, якому дозволяється доторкнутися до нього тільки після особливої посвяти.

Вперше Європейський світ відкрив для себе світ фетишизму приблизно в XV ст., але фетишизм був присутній і раніше, в християнських релігіях. Європейський світ відкрив собі прикметніший вид фетишизму. Це сталося, коли португальські мореплавці висадилися на берегах Західної Африки. Християни намагалися звернути місцеве населення у свою релігію, але в них це не вийшло, оскільки місцеві мали вже свої вірування. Поступово в міру того, як португальці просувалися в глиб континенту, вони прожили різні вірування, виражених в поклоніннях в різних предметах, яким переписували надприродні властивості, португальці назвали ці предмети фетишами, які в перекладі з португальської позначали «амулет».

У сучасному світі фетишизм зображений у вигляді шанування чорного каменю або читання молитв. Якщо фетиш не виконує своїх функцій, його замінюють просто іншим фетишем. Наприклад, коли раніше було поклоніння ідолам, богам і вони не виконували своїх обов'язків (побажання людей або щось таке), то їх просто заміняли іншим ідолом [2].

Навіщо і як люди винайшли такий вид релігії, як фетишизм? Це стосується часу, коли виникли найдавніші релігійні вірування. З цією проблемою також пов'язана низка питань, пов'язаних з інтелектуальними, емоційними та вольовими здібностями людини, які в свою чергу тісно пов'язані з формуванням уявлень про надприродне та проблемою віри в нього.

На нашу думку, люди просто хотіли вірити у щось більше ніж сама людина, вірити у щось надприродне, що ця річ може принести якісь нові досягнення в житті людей, тому і почали створювати види релігій. Якщо говорити з точки зору науки, ніякого надприродного дива не може бути, а це значить, що той самий амулет чи лапка кролика – звичайні речі і людська віра – це просто самонавіювання. Але ніхто не може точно знати існує щось надприродне чи ні, бо якщо ми не можемо щось пояснити за допомогою логіки і науки, то це ще не означає, що цього не існує. Також ніхто не знає коли і як точно виникла ця релігія.

Австрійський етнограф, лінгвіст і теолог В. Шмідт та його послідовники висунули концепцію прамонотизму, через що всі сучасні релігії ведуть своє походження від так званого «первісного монотеїзму». В Шмідт у праці «Походження ідеї Бога», наводячи численні свідчення про вірування історично відсталих племен і народів, робить спробу довести, що нібито уже в ранніх віруваннях мали місце уявлення про єдиного Бога, а найдавніші фетишизм, тотемізм тощо були «магічними засобами» їхнього виразу.

Проте ідея первісного єдинобожжя, яка обмежувала релігію виключно іманентними зв'язками, тим самим фактично знімала питання про її еволюцію, а відтак не потребує якогось історико-культурного виправдання. Саме тому вона піддавалася критиці з боку тих релігієзнавців, які вважали, що задовго до появи теїстичних уявлень релігія існувала у формах, які не знали віри в богів, тим більше – в єдиного Бога.

Французький історик релігії Шарль де Брос вважав найдавнішою формою вірувань фетишизм; Дж.Мак-Ленан, Дж.Фрезер, Е.Дюркгейм та багато інших – тотемізм; чимало хто з дослідників ще й досі переконаний, що анімізм був вихідною формою релігійних вірувань [1].

Проте фактом залишається на сьогодні те, що для більшості сучасних людей, цивілізованих, освічених, антропоцентрично-орієнтованих, прихованою частиною свідомості є фетишизм. При чому це характерно навіть людям, котрі відверто відхрещуються від такого роду духовно-моральних «архаїзмів», пережитків дуже давнього минулого.

Література

1. Фетишизм як один з видів первісних релігій. URL: <https://uahistory.co/article/280.html>
2. Фетишизм у сучасному світі. URL: <https://alexus.com.ua/fetishizm-u-suchasnomu-sviti/>

Тимошенко Анастасія

студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. Орманжи В.Є.

КОНЦЕПТ ЗНАКУ ЗОДІАКУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЖИТТЯ ТА ТВОРЧІСТЬ Є. ГУЦАЛА

Зараз, у час стрімкого розвитку науки та технологій, віра в астрологію та вплив зірок на людське життя продовжують бути популярними. Астрологія – це донауковий напрямок, який вивчає небесні тіла та можливості передбачення майбутнього по їхньому положенню на небесній сфері. «Енциклопедія Британніка» відносить астрологію до магічних ворожильних практик, що ґрунтуються на концепціях, несумісних із науковими даними сучасної західної науки [1]. «Зоряна релігія» зародилася в 5000-3000 рр. до нашої ери в Месопотамії, а першими адептами її стали шумери, котрі відшукували сліди впливу зірок на повсякденне життя людини, а найбільше –

на історію людства загалом. Саме шумерів Е. Кучменко у своєму посібнику «Культорологія. Історія світової культури» називає «жерцями наукових спостережень у навколишньому середовищі», адже астрологія тісно була пов'язана з астрономічними дослідженнями.

Теоретичні основи цієї галузі знань викладено в працях астрологів, зокрема Гері Голдшнайдера, Джоани Мартін Вулфолк, Павла Андрєєва. Одна із найвідоміших і найуживаніших концепцій – це зодіакальне колесо, яке поділяється на 12 знаків, пов'язаних із чотирма стихіями (Земля, Вода, Вогонь і Повітря). Уперше поняття «зодіак» ужив астроном Клавдій Птолемей у праці «Tetrabiblos», у якій стверджував що знаки є певними рівними відрізками, на які поділено річний шлях сонця, тобто, вони належать до астрономічних одиниць. Одночасно поширилась і думка про вплив зодіаку на характер і долю людини, народженої в його межах.

Мета роботи: дослідити та визначити вплив зодіакальної характеристики на життя та творчість українського письменника Є. Гуцала, котрий за знаком Зодіаку є Козорогом.

За характеристикою, поданою Гері Голдшнайдером у книжці «Астрологія для всіх: як розібратися в собі та навчитися розуміти інших», Козоріг – десятий знак зодіакального кола, належний до земної стихії. Люди, народжені під знаком Козорога, відрізняються працелюбністю, пунктуальністю, серйозністю та холоднокрівністю. Вони зазвичай досить щасливі у всіх своїх починаннях, але це наслідок не везіння, а виключно їхньої цілеспрямованості та працелюбності. Крім того, Козорогу притаманні практичність, завятість, серйозність та холоднокрівність. Цей знак приймає рішення повільно, але завжди обдуманно, аналізуючи та передбачаючи найменші нюанси; є прекрасним стратегом. У спілкуванні дуже потайливі, всі свої почуття воліють приховувати. При цьому надзвичайно наполегливі та амбітні [2].

Існує типове упередження, що віра в прояви магії, зокрема й у зодіакальний вплив – це риса людей самозакоханих або неінтелектуальних, але воно не відповідає дійсності, оскільки поза увагою лишаються романтики й фантазери, люди в скрутному становищі тощо. Як і релігія, астрологія допомагає «розділити» відповідальність за своє життя з зірками, приходить на допомогу в скрутні періоди та надає універсальні пояснення з широкими можливостями трактування. Віра в ірраціональне підкріплюється двома психологічними механізмами: суб'єктивною валідацією, яка допомагає нам знаходити зв'язок і сенс там, де їх немає; і селективною пам'яттю, завдяки якій ми забуваємо попередні промахи провісника. З іншого боку, сукупність та символіка цих образів знайомі представникам європейської культури з дитинства та відкладаються на підсвідомому рівні, часто спричиняючи подібність психологічного портрета людини до певного зодіакального знаку. Тож несвідомо людина може поводитися так, як від неї очікують, і стає прикладом відповідності своєму Зодіаку.

Є. Гуцало – український письменник, поет, журналіст та кіносценарист, відомий не лише як талановитий, але і як надзвичайно працьовитий митець

(більше 30 прозових збірок, 15 повістей, кілька великих романів), лауреат Шевченківської премії з літератури. Він з дитинства захоплювався читанням книг, ще змалку, у третьому класі, пробував свої сили в літературі. Є. Гуцало був дуже терплячим та цілеспрямованим: починаючи творчий шлях, він надсилав листи зі своїми творами до Києва, раз у раз отримуючи негативну відповідь. Однак відсутність реакції, як і критика, не зупиняли його на шляху до мрії.

Як надзвичайно цілеспрямовану й працьовиту людину, характеризує Є. Гуцала твердість на шляху до омріяної професії журналіста. З першого разу він не вступив до інституту на обрану спеціальність, але зрештою досяг у ній висот – став редактором «Літературної України». Більше того, вже закінчуючи інститут, він мав кілька запрошень від різних редакцій – і одночасно співпрацював з редакціями в різних областях Центральної та Західної України.

Одночасно письменник шукав можливості для професійного розвитку та кар'єрного зростання. Він писав: «Мені чомусь вкрай була потрібна підтримка тодішніх класиків, визнаних кумирів. Послав я свої вірші Володимирі Сосюрі — й таки одержав відповідь, написану від руки». Орієнтуючись на кращих митців свого часу, Є. Гуцало виробляв власний самобутній стиль, що свідчить про його самостійність.

Письменник не боявся йти проти загальновизнаної течії: наприклад, він завжди обстоював ідею української державності та стояв на засадах націоналізму – окрім збірки есеїв «Ментальність орди» (1996), він заявляв про свою позицію ще в 60-х рр. XX ст. Творчість Гуцала не вкладалася в тісні рамки соцреалізму. Його критикували Григорій Штоль, Лазар Санов, однак зрештою він змусив тоталітарне постсталінське суспільство рахуватися з його думкою й талантом. Видана 1926 р. книжка «Люди серед людей» кидала виклик тогочасним соцреалістичним сірим багатотиражкам. Творчість Є. Гуцала динамічна, побудована на діалогах та активних вчинках персонажів (див. оповідання «Лось», «Лелеченя», «Люди зростають, як сади»). Все своє життя Євген творив новітню українську літературу. Гуцало не був надломлений системою, він завжди шукав і знаходив спосіб розповідати правду про життя в умовах брехні. Саме ця оригінальність робить його популярним.

При цьому особистість Є. Гуцала досить загадкова. Будучи активним у роботі, в особистих стосунках він був досить закритий, мовчазний. За словами В. Дончика: «Євген Гуцало був людиною в собі. Отаких випадків з ним не було: щоб він з кимсь особливо посварився або що. Він здебільшого мовчав, посміхався, слухав... Дійсно, це саме про нього: людина в собі. Він ніколи не кричав і не виступав з трибуни, але про все, що йому боліло, говорив у своїх творах. Взагалі, це була людина багатої, необмеженої фантазії...» [5, с. 237]. В цій сфері життя Є. Гуцала риси Козорога поєднуються з невластивими цьому знаку (багата фантазія, миролюбність)

Отже, проаналізувавши відповідність життя і творчості Є. Гуцала його знаку Зодіаку, можемо впевнено вирізнити риси Козорога у характері

письменника та його підході до роботи й життя. Свідомо чи несвідомо, Є. Гуцало втілює найтипівіші риси Козорога: цілеспрямованість, амбітність та практичність. Ще одна риса, характерна Є. Гуцала – це наполегливість; саме завдяки невтомній постійній роботі письменник зміг досягти всього, до чого прагнув.

Література

1. Astrology. Britannica: вебсайт. URL <https://cutt.ly/kFVJSjr> (дата звернення: 15.04.2022)
2. Голдшнайдер Г. Астрологія для всіх: як розібратися в собі та навчитися розуміти інших. Київ: Колібри, 2019. 400 с.
3. Гуцало Є. «Здається, я писав завжди...» Ключ: вебсайт. URL: <https://cutt.ly/cFVRf3d> (дата звернення: 10.04.2022)
4. Дімаров А. Прожити й розповісти Освіта: вебсайт. URL: <https://ru.osvita.ua/school/literature/d/68698/list-135.html> (дата звернення: 15.04.2022)
5. Дончик В. Грані сучасної прози. Літературно-критичний нарис. Київ : «Радянський письменник», 1970. 347 с.
6. Хоменко Б. Євген Пилипович Гуцало (до 70-тиріччя з дня народження) Вінницька ОУНБ ім. К.Л. Тімірязєва: вебсайт. URL: <https://cutt.ly/SFVYEIR> (дата звернення: 14.04.2022)

СЕКЦІЯ «ПЕДАГОГІЧНИХ ДИСЦИПЛІН»

Бєлоусова Валерія

студентка 1 курсу: ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук.кер: викл.-метод. Учуєва О.В

ВПЛИВ КОМП'ЮТЕРА НА ФІЗІОЛОГІЧНЕ І ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ЛЮДИНИ

Персональний комп'ютер — наразі вже не дивина, й цікавість до нього не поясниш звичайним інтересом до новинки [1]. Кількість людей, для яких цей прилад – це основний засіб роботи, спілкування і відпочинку постійно зростає. На сьогодні всі сфери діяльності людини не обходяться без залучень комп'ютерної техніки.

Але довге перебування за монітором може спричинити проблеми зі здоров'ям. Неправильна організація робочого місця та незнання основних правил роботи з комп'ютером викликають близько 20% порушень здоров'я. Актуальність впливу комп'ютера на фізіологічне і психічне здоров'я людини, пов'язана з процесом глобальної комп'ютеризації життя людини та визначається недостатнім рівнем розуміння як користі так і ризиків впливу комп'ютерів на здоров'я.

Ми провели опитування серед студентів Економіко-правничого фахового коледжу та з'ясували скільки часу здобувачі освіти проводять за

комп'ютером. Згідно результатам, 13,6% студентів нашого освітнього закладу проводять більше 10 годин за монітором, 45,8% – від 6 до 10 годин, 40,7% – від 1 до 5 годин. Цей час витрачається для навчання (відеоконференції, виконання домашнього завдання), розваги (ігри, перегляд фільмів, соціальні мережі), роботу тощо. Отже, в день витрачається в середньому 10 годин часу, проведеного за монітором. Учасники опитування вказали, що у 34% з'явилися проблеми із зором, у 13% – зі спиною, у 41% – втома, і тільки у 13% нічого не змінилося. Порушення уваги й втома в процесі сидіння за монітором в усіх опитуваних виникають дуже швидко.

Яким речам необхідно приділити увагу, щоб взаємодія з комп'ютером приносила користь і не нашкодила здоров'ю людини?

Персональний комп'ютер виконує багато різних функцій, а саме: розв'язок математичних задач, читання книг, завантаження файлів, створення проєктів, перегляд фільмів, слухання музики. Він управляє сучасними машинами, літаками, заводами, космічними кораблями. Фізика, математика, медицина, машинобудування, комунікації, господарство, освіта, торгівля – в усіх сферах життя залучений комп'ютер [2].

Електронно-обчислювальна машина в медичній галузі використовується для лікування багатьох хвороб та їх діагностики. Також без неї в архітектурі важко уявити створення проєктів. В першу чергу з її допомогою можливе здійснення пошуку потрібної інформації та її передачі. Публікація новин стала простішою: всього за декілька хвилин матеріал загальнодоступний. Звісно, це все дуже важливо для кожної людини, тому користь персонального комп'ютера безцінна.

Нинішній комп'ютер не такий шкідливий для людини, в порівнянні з будь-якою іншою технікою. Звичайно, якщо не зловживати часом, проведеним за ним. Але, якщо цілодобово працювати з цим технічним приладом, то організм людини матиме функціональні та психологічні порушення.

Результатами зловживання використання комп'ютера є перенапруження, яке виникає внаслідок впливу моніторного мерехтіння на м'язи кришталика, ефект «сухих очей», вплив випромінювання накладає відбиток на самопочуття взагалі, що з часом може призвести до позбавлення сну, частих головних болей тощо.

Очі людини, яка довгий час сидить за комп'ютером, постійно напружені. Якщо очі починають слізотитись, картинка стає розмитою, то це перші симптоми зорової перевтоми. Це одна з найпоширеніших проблем у користувачів персональних комп'ютерів.

Довге сидяче положення без руху може спричинити насамперед такі захворювання як сколіоз й остеохондроз - порушення функціонування органів опорно-рухової системи. Довготривале сидіння негативно відображається на кровообіг організму. Тазовий відділ та ноги недостатньо постачаються кров'ю, це викликає пошкодження та потовщення судинних стінок. Дефіцит руху спричиняє психічні розлади: розсіяність, млявість, втрату сну, можливе послаблення імунітету [3; 4].

Одна й та сама робота м'язів рук і кистей мишкою чи клавіатурою персонального комп'ютера викликає больові відчуття, набряклість, поколювання й оніміння. Патологічний стан, який виникає внаслідок здавлення серединного нерва в зап'ястковому каналі називається тунельний синдром.

Заміна віртуальним життям реального через зловживання інтернетом у соціальних мережах та відеоіграх погрожує зсувом цінностей, а також появою психологічних проблем і комп'ютерної залежності.

Вирішення захворювань:

1. Щоб уникнути захворювання зору треба правильно розташувати монітор, слідкувати за його яскравістю, не забувати про правило "20/20/50" (20 хвилин за ПК, потім перерва 20 сек, і відстань від очей до екрана мінімум 50 см) [5].
2. Щоб уникнути проблем з хребтом та м'язами треба робити різноманітні руханки та займатися спортом.
3. Щоб позбутися залежності проводити більше часу в реальному житті, живе спілкування нічим не замінити.

В наш час нанотехнологій вчені незабаром зможуть створити машину, яка буде повністю безпечною для людства. І тоді комп'ютер приносить нам тільки користь! [1].

Література

1. Вплив компютера і мобільного зв'язку на здоров'я людини. URL: <https://naurok.com.ua/vihovniy-zahid-vpliv-kompyutera-i-mobilnogo-zvyazku-na-zdorovya-lyudini-61090.html>
2. Користь і шкода комп'ютера. URL: <https://mykniga.com.ua/zmist/tvir-korist-i-shkoda-kompyutera.html>
3. Користь і шкода комп'ютера, вплив на дітей і здоров'я людини. URL: <https://ideas-center.com.ua/?p=11019>
4. Вплив комп'ютера на здоров'я людини. URL: <https://sites.google.com/site/herectors/vpliv-komp-utera-na-zdorov-a-ludini>
5. Зір і комп'ютер. URL: <https://www.facebook.com/ITTVpublic/posts/1569510469787416/>

Буц Антон

студент 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук.кер: канд. пед. наук, викл. фіз. культ. Багорка Анна

ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ ПРАКТИЧНИХ ДИСЦИПЛІН СПЕЦІАЛЬНОСТІ ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ В ДИСТАНЦІЙНІЙ ФОРМІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Останніми роками в Україні дистанційна форма освіти набула широкого розповсюдження.

Згідно Закону України «Про освіту» дистанційна форма здобуття освіти – це «індивідуалізований процес здобуття освіти, який відбувається в

основному за опосередкованої взаємодії віддалених один від одного учасників освітнього процесу у спеціалізованому середовищі, що функціонує на базі сучасних психолого-педагогічних та інформаційно-комунікаційних технологій» [3].

Екстрене дистанційне навчання – це тимчасовий перехід навчального процесу в альтернативний режим навчання через кризові обставини [8].

На думку групи дослідників, основна мета в ситуації екстреного дистанційного навчання полягає не в тому, щоб створити стійке освітнє середовище, а переважно в тому, щоб забезпечити тимчасовий доступ до навчання та навчальної підтримки, які швидко налаштовуються й доступні під час надзвичайної ситуації або кризи [6].

Широкому впровадженню дистанційної освіти в Україні передували цілий ряд соціально-економічних причин та дійсно кризових обставин, однак, на нашу думку, після успішної апробації освітніх механізмів навіть після стабілізації ситуації у країні дистанційна форма навчання буде застосовуватися повноцінно нарівні з традиційною. Таким чином, освітня система перейшла на нову стадію розвитку, де дистанційне навчання відіграватиме мало не вирішальну роль.

Справедливо відзначити, що існують спеціальності, якісне дистанційне навчання на яких значно ускладнюється через необхідність набуття професійних навичок на спеціально облаштованих для цього місцях. До них відноситься і спеціальність фізична культура і спорт. Стати компетентним фахівцем фізичної культури і спорту, не тримаючи м'яч в руках, не плаваючи у басейні, не стрибувши через козла та ще багато інших «не» – неможливо. Тож організація навчання на спеціальності фізична культура і спорт в дистанційній формі – доволі непроста і актуальна проблема.

Метою нашої статті є: визначити основні проблеми викладання практичних дисциплін спеціальності фізична культура і спорт в дистанційній формі та шляхи їх вирішення.

Дистанційна форма навчання у професійній підготовці фахівців фізичного виховання та спорту, на думку дослідника В. Клопова ґрунтується на поступовому і послідовному включенні елементів дистанційного навчання у процес підготовки фахівця, створенні комп'ютерного навчального середовища у дистанційному режимі [4].

Результати досліджень науковців підтвердили ефективність дистанційних технологій навчання майбутніх фахівців фізичної культури і спорту при використанні їх протягом певного часу. А сталі результати можна отримати, продовжуючи застосування дистанційних технологій лише як допоміжної системи навчання в поєднанні з традиційною [1; 5].

Інші дослідники вважають, що для підвищення ефективності освітнього процесу та більшої зацікавленості студентів спеціальності фізична культура і спорт є доцільним впровадження елементів дистанційного навчання [2].

Незважаючи на численні переваги дистанційної освіти, серед яких найочевиднішою є незалежність учасників освітнього процесу від місцезнаходження, існують і суттєві недоліки.

Специфіка професійної підготовки майбутнього фахівця з фізичної культури і спорту накладає ряд обмежень на використання дистанційних технологій і поряд з дистанційними формами, повинні бути присутніми і форми практичних занять в стінах закладу освіти [7].

Отже вбачаємо одностайність думок вчених та наскрізну ідею їхніх досліджень – дистанційна форма навчання на спеціальності фізична культура і спорт має місце бути, але лише частково.

Але існують випадки, коли все ж таки неможливо проводити традиційні (очні) заняття. Наразі деякі регіони України знаходяться саме в таких умовах. І тут, звісно, надається перевага безпеці учасників освітнього процесу зі зниженням якості освіти над потенціальним ризиком. Для таких випадків мають бути шляхи вирішення проблем викладання практичних дисциплін.

До таких шляхів можна віднести:

- застосування різних форм та елементів дистанційних занять (веб-квести та веб-естафети, спортивні челенджі тощо);
- конструювання елементарних тренажерів в домашніх умовах (височінь для крокування, прив'язування тенісного м'ячика до ракетки тощо) та імітація інвентарю (повітряна куля замість м'яча, пояс замість гімнастичної палки тощо);
- адаптовані комплекси вправ для виконання в умовах обмеженої площі як для вдосконалення власної фізичної підготовки (розвиток фізичних якостей), з одного боку, так і як для розвитку технічної підготовки (імітація технічних елементів різних видів спорту, які є компонентами навчального плану);
- застосування мобільних додатків та інших пристосувань, призначених для рухової активності (симулятори, мотиватори тощо);
- ведення щоденника самоконтролю із зазначенням досягнень та ін.

З огляду на вищезазначене, маємо констатувати, що шляхів вирішення проблем викладання практичних дисциплін спеціальності фізична культура і спорт в дистанційній формі існує досить обмежена кількість. Вбачаємо за оптимальний варіант змішану форму навчання для студентів спеціальності фізична культура і спорт: повне навчально-методичне забезпечення дисциплін в електронному вигляді і викладання теоретичного матеріалу дистанційно, а практичні заняття з практичних дисциплін – очно. При неможливості останнього – застосовувати різні методи, адаптовані до виконання в домашніх умовах, але із суворим дотриманням техніки безпеки. Вважаємо, що методичні матеріали та навіть найякісніший відеосупровід не замінить практичної апробації знань через власний досвід, тому дана тема є плацдармом для подальших досліджень та пошуків того самого оптимального шляху вирішення проблеми.

Література

1. Багорка А., Есаулова О. Різновиди форм дистанційних занять з фахових дисциплін спеціальності фізична культура і спорт. Молодь і ринок N 10 (196), 2021. С. 98-102.
2. Борейко Н., Азаренкова Л. Використання змішаної форми дистанційного навчання на спеціальності «фізична культура і спорт». Науково-методичні основи використання інформаційних технологій в галузі фізичної культури та спорту. 2017. Вип.1. С. 16-19.
3. Закон України «Про освіту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>. Дата звернення: Квіт. 17, 2022.
4. Клопов Р.В. Інформатизація вищої фізкультурної освіти. Теорія та методика фізичного виховання. 2007. № 4. С.3-7
5. Конох А., Багорка А., Напалкова Т. Використання дистанційних технологій у професійній підготовці майбутніх фахівців фізичної культури і спорту. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки : зб. наук. пр. – Вип.2. – Бердянськ: БДПУ, 2020. С.289-300
6. Кухаренко В.М., Бондаренко В.В. Екстрене дистанційне навчання в Україні: Монографія / За ред. В.М. Кухаренка, В.В. Бондаренка – Харків:. Вид-во КП «Міська друкарня», 2020. – 409 с.
7. Шандригось В., Шандригось Г. Дистанційне навчання у професійній підготовці майбутніх фахівців з фізичної культури і спорту. Науково-методичні основи використання інформаційних технологій в галузі фізичної культури та спорту. 2017. Вип.1. С. 125-128.
8. Hodges Charles, Moore Stephanie, Lockee Barb, Trust Torrey and Bond Aaron. The Difference Between Emergency Remote Teaching and Online Learning. March 27, 2020. URL: <https://er.educause.edu/articles/2020/3/the-differencebetween-emergency-remote-teaching-and-online-learning>.

Косько Катерина

студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: канд. пед. наук, викл. фіз. культ. Багорка Анна

ПОДОЛАННЯ СТРЕСУ ЗАСОБАМИ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Все частіше і частіше стрес з'являється в житті кожного. Людей оточує велика кількість стресуючих факторів: життєві зміни, побутові конфлікти, відповідальні події, важка робота, психічні перевантаження та ін. Таким чином, політичні, соціальні, побутові фактори зумовлюють уповільнення адаптаційних процесів до життєвих умов, що, у свою чергу, і сприяє виникненню стресу.

Особливої уваги заслуговують події останнього часу, що відбуваються в Україні. Масштабна пандемія коронавірусної хвороби, надскладна економічна

ситуація, війна з росією потребує нагальної розробки алгоритму соціально-психологічного захисту абсолютно для всіх верств населення.

Життя – динамічне явище, «джерело змін», тому повністю позбутися стресів неможливо. Однак знайти оптимальний шлях подолання поточного стресового розладу – завдання першої необхідності. Отже, проблема подолання стресу є вкрай актуальною і потребує дослідження [2].

Стрес – це фізіологічна реакція організму на несподіваний і напружений подразник, що має фізіологічні (задишка, прискорення серцебиття, зміна кольору шкіри, підвищене потовиділення), медичні (істерія, непритомність, мігрені, безсоння, порушення функцій організму), особистісні (зниження самоконтролю, тривожність, страх) і психологічні (порушення рівноваги процесів гальмування та збудження, ослаблення пам'яті та здатності критично мислити) ознаки [4].

На думку В. Булаха, стрес може бути як корисним – еустрес (сприяти мобілізації людини, підвищити її адаптаційні можливості в умовах дискомфорту й небезпеки), так і руйнівним – дистрес (різко знизити ефективність працездатності людини і якість її життя) [1].

Науковець М. Чепига у ході протікання стресу спостерігає 3 стадії, кожна з яких характеризується своїми особливостями та проявами:

- стадія тривоги;
- стадія опору;
- стадія виснаження [5].

Для того, щоб послабити негативні наслідки стресу на організм, існує чимало методів, серед яких окреме місце займають засоби фізичної культури – рухові вправи.

Мета нашої статті: проаналізувати способи подолання стресу засобами фізичної культури.

Науковці стверджують, що фізичні вправи стимулюють вироблення ендорфінів, стабілізують рівень гормонів в організмі, дозволяють вихлюпувати негативну емоційну енергію і нормалізують сон [6].

Дослідниця В. Кравченко наголошує, що фізичні вправи імітують природну реакцію на стрес. Під час занять фізичною активністю продукуються гормони дофамін, серотонін та ендорфіни, що супроводжується відчуттям задоволення та заспокоєння. Фізичні навантаження помірного характеру можуть бути і методом профілактики надмірної реакції на стрес, і як екстрений метод заспокоєння [3].

Центр громадського здоров'я Міністерства охорони здоров'я України наголошує, що протистояти негативним наслідкам стресу можна в тому числі і за рахунок фізичної активності [7].

За даними ВООЗ кожен четвертий дорослий та чотири з п'яти підлітків замало рухаються. В той же час підліткам рекомендовано 60 хвилин активності на день. Адже регулярні фізичні навантаження, серед інших переваг, зменшують симптоми депресії та тривожності, уповільнення зниження когнітивних здібностей, поліпшення пам'яті та зміцнення здоров'я

мозку. Так, «Глобальні рекомендації щодо фізичної активності для здоров'я», представлені на офіційному сайті ВООЗ, містять рекомендовані рівні фізичної активності для здоров'я, та необхідну частоту занять: для молоді до 17 років – «активність високої інтенсивності, включно з такою, що зміцнює м'язи і кістки, повинна відбуватися принаймні тричі на тиждень», з 18 років – «активність, що зміцнює м'язи, повинні виконувати з навантаженням на основні групи м'язів 2 або більше днів на тиждень» [8].

Таким чином, позитивний вплив фізичних навантажень під час боротьби зі стресом як у короткотривалій (виклик негайної реакції «розвантаження», полегшення), так і у довготривалій (профілактика виникнення реакцій на стрес) перспективі не викликає сумнівів. Однак не менш важливим моментом є вибір виду рухової активності. Це може бути декілька вправ, а може бути повноцінне тренування.

Найбільш розповсюджені засоби фізичної активності, що допомагають при регуляції самопочуття під час стресу – це:

- плавання – заспокоює, розслабляє та приводить в тонус одночасно;
- йога – налаштовує мозок і тіло на позитивні установки під час медитацій, сприяє гармонії тіла та розуму;
- аеробіка – сприяє емоційному розвантаженню та покращенню настрою, завдяки ритмічним вправам під музичний супровід;
- бойові мистецтва – ефективно допомагають зняти напругу, розвивають самодисципліну, самовладнання та впевненість у собі;
- ходьба, біг – найдоступніший та не менш ефективний засіб заспокоєння.

Якщо умови стресу унеможливають вибір місця для занять фізичною культурою або обмежують за часом (робоче місце, знаходження у бомбосховищах тощо), то корисно буде виконати навіть декілька вправ (розминка шиї, легка розтяжка, присідання або піднімання сходами/на височинь тощо).

Ще однією перевагою занять фізичною культурою під час стресу є соціальна складова. Часто заняття об'єднують людей-однодумців, разом з іншими можна відчути себе більш умотивованим. Це може бути групове заняття, тренування з напарником, пробіжка або прогулянка з другом.

Отже, ми повністю погоджуємося та розділяємо точку зору ВООЗ на необхідність регулярної фізичної активності як засобу зміцнення як фізичного, так і психологічного (психічного) стану, вважаємо неприпустимим зменшення кількості практичних занять фізкультурою за будь-яких умов та робимо висновок, що люди, які тренуються частіше, менше страждають від руйнівних впливів стресу, і на додаток до всіх інших переваг, рухова активність може забезпечити певний імунітет до стресових ситуацій або значно зменшити реакцію на нього. А це вже вагомий привід зробити своє життя більш активним.

Література

1. Bulah, V. P. (2015). Стрес та його вплив на організм людини. Медсестринство, (3). URL: <https://doi.org/10.11603/2411-1597.2014.3.5113>

2. Грабчак, Н. М. Стрес як ресурс [Електронний ресурс] / Грабчак Наталія Миколаївна // Інститут модернізації змісту освіти. – Текст. дані. – Київ, [2019]. URL: <https://imzo.gov.ua/vseukrains-kyu-konkursavtors-kykh-prohram-praktychnykh-psykholohiv-i-sotsial-nykh-pedahohiv-novitekhnolohii-u-noviy-shkoli/avtors-ki-prohramy/>. 16.04.2022
3. Міроненко Т. Стрес сприймають тільки як негативне явище. Даремно. Ось 11 прийомів від біолога, що допоможуть виховати стресостійкість. URL: <https://forbes.ua/lifestyle/stress-vosprinimayut-tolko-kak-negativnoe-yavlenie-zrya-vot-11-priemov-ot-biologa-kotorye-pomogut-vospitat-stressoustoychivost-30032021-1254/>. 16.04.2022
4. Психологічний стрес: розвиток і подолання: комплекс навчально-методичного забезпечення для підготовки аспірантів за спеціальністю 053 «Психологія» Укл.: Ложкін Г.В., Блохіна І.О. – К. : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2016. – 32 с.
5. Чепига М. П. Стимуляція здоров'я та інтелекту / М . П. Чепига, С. М . Чепига. – К. : Знання, 2006. – 346 с.
6. Подолати стрес допоможуть фізичні навантаження. URL: <https://ukr.media/medicine/388703/#:~:text=Фізичні%20навантаження%2C%20що%20передбачають%20зміну,дода%20сприяє%20зниженню%20рівня%20стресу/>. 16.04.2022
7. Сайт Центру громадського здоров'я МОЗ України. Що таке стрес та як з ним боротися. URL: <https://www.phc.org.ua/news/scho-take-stres-ta-yak-z-nim-borotisya#:~:text=Стрес%20—%20це%20захисна%20реакція%20організму,під%20час%20взаємодії%20із%20соціумом/>. 16.04.2022
8. Сайт Всесвітньої організації охорони здоров'я. URL: <https://www.who.int/news/item/25-11-2020-every-move-counts-towards-better-health-says-who>, <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>, <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44399/9789241599979-ukr.pdf?sequence=25&isAllowed=y>. 17.04.2022

Говоруха Ольга
студентка 3 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»
Наук. кер.: викл. Тарасова К.Ю

СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНОЇ РОБОТИ З ДІТЬМИ ЯКІ ЗАЗНАЛИ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА

Актуальність дослідження полягає в тому, що ми живемо у країні яка робить все можливе для дітей: нові дитячі майданчики, дитячі садки, безкоштовна освіта для сиріт та інше ,але з іншого боку ми маємо статистику згідно якої протягом 2020 року було зафіксовано понад 130 тис звернень громадян з приводу домашнього насильства, з яких 1055 звернень надійшло від дітей .

Також згідно з даними Міністерства соціальної політики, це на 66% більше, ніж за першу половину 2019 р., при цьому 86% постраждалих – це жінки, а кожен другий потерпілий – дитина. Одна з важливих причин цього явища – вчасно не вирішені проблеми з психологічними травмами отриманими агресором із родини.

Проте це лише кількість жертв ,а що стосовно тих хто виступає в ролі свідка ,вони теж являються жертвами проте в їх випадку більше за все травмується психіка. Як наслідок ми будемо мати те ,що майже 50% тих хто був жертвою чи свідком може стати агресором у вже у своїй родині відтворювати певну модель поведінки яку він вважає нормою. Зменшити цей відсоток можна за допомогою системи освіти бо саме заклади освіти концентрують у собі дітей та батьків.

За визначенням ВООЗ, насильство – навмисне застосування фізичної сили або влади, дійсне або у вигляді загрози, спрямоване проти себе, проти іншої особи, групи осіб або громади, результатом якого є тілесні ушкодження, смерть, психологічна травма, відхилення в розвитку або різного роду збиток, або висока вірогідність настання перелічених наслідків [1].

Наразі існує досить багато методів вирішення цієї проблем але постає питання про їх ефективність бо аналіз ситуації стосовно невинного росту кількості дітей що стали жертвами домашнього насилля дає можливість кожному з нас стверджувати, що проблема профілактика домашнього насилля досить актуальна і потребує негайного вирішення. Наявність у суспільстві жертв домашнього насилля свідчить про неефективну і неякісну систему профілактичних заходів у закладах освіти. Але позитивним фактом є те, що саме школа взаємодіє безпосередньо і з батьками тобто виступає в тим, що поєднує дітей та батьків на нейтральному просторі. Таким чином вчитель має стати тим фахівцем що здатен протидіяти домашньому насиллю і впершу чергу вміти виявляти постраждалих та формуючи навички ненасильницької комунікації. Важливим питанням сьогодення є наскільки підготовлені педагогічні працівники та як підвищити компетенції щодо запобігання протидії домашньому насильству?

З метою визначення рівня компетентності було проведено опитування серед працівників освіти ,на опитування було отримано відповіді 45 осіб. На питання: Хто саме в освітньому закладі має бути найбільш компетентним у виявленні та наданні допомоги жертвам домашнього насилля було отримано такі відповіді:

1. Класний керівник – 22%
2. Психолог – 31%
3. Соціальний педагог – 26%
4. Всі категорії – 21%

Що стосовно питання: Чи має набути такої компетенції кожен хто працює в закладі освіти то було отримано наступні відповіді: а) так – 87%; б) ні – 13%.

За результатами дослідження можна зробити такі висновки:

1. Наше дослідження показало те, що наразі є дефіцит спеціалістів які обізнані у цій сфері це однією з причин дуже невтішної статистик. Так наразі є багато хороших спеціалістів проте вони мають ,або не достатньою кількість знань щодо питань ,або володіють вже застарілим та не актуальним досвідом, або зовсім їх не мають .
2. Ураховуючи здебільшого негативні наслідки домашнього насилля над дітьми, суспільство повинне спрямувати зусилля на його попередження та подолання означених наслідків, але що б це зробити хоча б ті люди що працюють у сфері освіти мають бути обізнаними в цьому питанні. Тому для цього слід працювати не лише зі здобувачами освіти ай з викладачами бо більшість викладачів є кураторами та класними керівниками і мають хоч малий вплив на батьків та їх дітей.
3. В навчальних закладах повинна проводитися робота з педагогами та вчителями, тому що це дозволить вчасно виявити учня який є жертвою домашнього насилля та вчасно надати йому якісну допомогу а також сприяти поверненню учня до нормального життя .
4. Також я вважаю, що слід переглянути методи профілактики домашнього насилля та внести в них певні зміни бо нажалі половина з тих які існують на даний момент є не ефективними та не дають відповідь на питання: Що робити, якщо ти став свідком домашнього насилля? – вся проблема в тому, що якщо тобі не має 18 і в тебе не має близьких родичів то шанс на допомогу практично не має, бо заяву про насилля не має писати лише людина по відношенню до якої відбувається насилля.
5. На останок можна сказати лише те що якщо соціальний педагог буде робити акцент у своїй роботі не лише на роботу з учнями ай з вчителями та батьками то ситуацію з домашнім насиллям можна було б значно покращити.

Література

1. Закон України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» від 07.12.2017 р. №2229-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229->

Кротов Євген

студент 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер: викл.-метод. Учуєва О.В

ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЗДОРОВ'Я

Здоров'я – найбільша цінність. Здоровий спосіб життя є єдиним стилем життєдіяльності, який сприяє збереженню, покращенню і відновленню здоров'я людини. Свідчення цього твердження можна знайти у матеріалах Всесвітньої Організації Охорони Здоров'я де є дані про те, що здоров'я населення на 50% визначається способом життя, на 20% – спадковістю, на 20% – навколишнім середовищем і тільки на 10% – якістю медико – санітарної допомоги [1].

В наш час проблема здорового способу життя студентської молоді є особливо актуальною, що пов'язано з різким погіршенням стану їхнього фізичного розвитку та працездатності. Вирішальна стадія становлення особистості – підлітковий вік, і від того, наскільки успішно закріпляться та сформуються у свідомості навички здорового життя в саме цьому віці, залежатиме і спосіб життя у подальшому майбутньому. Кардинальна зміна поглядів молоді на своє здоров'я ґрунтується на системі ціннісних орієнтацій, потреб, моральних установок, переконаннях, інтересів, мотивів і мотивації, об'єктивних суспільних умов та цінностей, спрямованих на оздоровлення людини. Серед ціннісних орієнтацій, щодо турботи про власне здоров'я, важливе місце займає живе спілкування з природою.

Природа є унікальним джерелом духовного та емоційного виховання. Милування природними ландшафтами може зменшити стрес, наблизити підлітка до навколишнього природного середовища та залишити в його розумі відчуття гармонії, порушення якої сприймається організмом підлітка як своєрідна хвороба. Підсвідомо, це відчуття поширюється і на власне здоров'я. Дієвим засобом, що забезпечує підліткам можливість довготривалого перебування у природному середовищі виступає туризм.

Туризм – одна з найпопулярніших форм активного відпочинку, яка поєднується з активним пізнанням навколишнього світу. Види туризму дуже різноманітні: походи та подорожі, піші і транспортні екскурсії, заняття в гуртках, секціях, клубах, туристські зleti, збори, різні види туристських змагань, туристичні табори тощо. Крім таких традиційних форм, як спортивний і краєзнавчий туризм, у сучасної молоді все більшої популярності набуває так званий екотуризм.

Екотуризм – туризм з екологічно значимим наповненням, специфічна форма діяльності людей, які у спілкуванні з природою вибудовують свої відносини з нею на основі взаємної вигоди, щоб людина отримала від такого спілкування певний фізичний, інтелектуальний та емоційний запас міцності і природа при цьому не постраждала. Основними цілями екотуризму при цьому виступають: екологічна освіта, вироблення етичних норм поведінки в природному середовищі, відновлення духовних і фізичних сил людини, забезпечення повноцінного відпочинку в умовах природного середовища. Серед студентської молоді найбільш поширені одноденні та багатоденні походи у природу.

До позитивних рис туризму (особливо екологічного), що сприяють оздоровленню, психологічному та моральному вихованню молоді людини можна віднести:

1. Фізичне навантаження – подорож на свіжому повітрі, в лісі, в горах сприяє руховій активності і фізичному загартуванню. Для пішої подорожі в горах характерні: великий обсяг фізичних навантажень на організм при зниженому атмосферному тиску і високому рівні сонячної радіації, тому він є найпоширенішим серед молоді, бо туристичні походи із впливом на весь організм є цілющим джерелом здоров'я. Під час туристського походу

доводиться долати значні відстані, і тому, запас міцності і особиста безпека туриста значною мірою залежать від його фізичної підготовки. Тривалі дозовані фізичні навантаження сприяють розвитку витривалості, сили, спритності, стабілізують і укріплюють функціональні системи організму.

2. Психоемоційний вплив – споглядання краси природного ландшафту, різнобарв'я рослин і різноманіття тварин стимулює життєвий тонус потужним зарядом бадьорості й енергії, дозволяючи активно, із творчим піднесенням та чудовим настроєм, працювати і заспокоює нервову систему, позитивно впливаючи на фізичний і емоційний стан людини. Саме в підлітковому віці, коли особистість перебуває в складному психологічному стані, спостереження життя дикої природи дозволяє уникнути негативних переживань, зняти психологічне напруження і має досить велике значення на формування способу життя та світогляду взагалі.

3. Фактор соціалізації – під час походів, подорожей міцніє почуття колективізму, розкриваються індивідуальні здібності кожного учасника, уміння аналізувати особисті вчинки. Особливі умови туристського походу (без використання транспортних засобів, покладаючись лише на власні сили, реалізуючи вміння та навички) сприяють вихованню таких моральних якостей, як взаємопідтримка, взаємодопомога, дисципліна і принциповість, стійкість і мужність, почуття відповідальності [2].

4. Масовість – молодіжний туризм у нашій країні представляють наступні основні види: пішохідний, лижний, водяний, гірський, велосипедний. У практиці туризму часто використовується комбінований різновид. Таке різноманіття форм організації раціонального дозвілля і активного відпочинку є підґрунтям для врахування індивідуальних потреб туристів.

5. Принцип доступності – повноцінну участь у туристичній діяльності молода людина може приймати вже з 10-12 років, чисельні туристичні гуртки, клуби та бази надають можливість підліткам зробити вибір і задовольнити власні інтереси. Для студентської молоді, яка зазвичай вже має певний досвід походів і подорожей, більш типова самостійна організація походів. Особливо приваблива риса молодіжного екологічного туризму – це відносно невеликі матеріальні витрати, що також робить більш доступною участь студентської молоді у туристичних походах і надає можливість розширити коло його учасників.

6. Вміння цілеспрямовано використовувати вільний час – особливою проблемою для багатьох студентів є неефективне використання вільного часу. У значної частини молоді простежується орієнтація на пасивні види діяльності і нехтування фізичною культурою та спортом. Але саме в молоді роки у людини виробляється індивідуальний стиль проведення дозвілля і відпочинку, накопичується перший досвід організації вільного часу. Для молоді туризм – це форма активного відпочинку, яка робить дозвілля цікавим, різноманітним і пізнавальним.

Але не треба забувати про зворотний бік «хлібо-сольного» бізнесу. Туризм не дарма зараховують до індустрії, адже він робить негативний вплив

на довкілля в тій же мірі, що й інші види промисловості. Шум, тверді відходи, сміття, стічні води, забруднення повітря створюють санітарні проблеми і впливають на здоров'я місцевого населення. Журнал «Наша планета» (Our planet), орган ООН за програмою охорони довкілля, наводить такі дані: у середньому кожен пасажир круїзного судна в Карибському регіоні «виробляє» щодня 3,5 кг сміття, у той час як кожен житель того ж регіону на березі «виробляє» його майже в чотири рази менше – 0,8 кг [3].

На сьогоднішній день багато туристів не дотримуються хартії туризму, порушуючи права місцевого населення, що призводить до створення організацій «опозиції» туризму, а саме статті 6.2: Місцеве населення вправі очікувати від туристів розуміння і поваги їх звичаїв, традицій, релігій, художніх, археологічних та культурних цінностей, флори, фауни та природних ресурсів, які є частиною спадщини людства, що підлягають захисту та збереженню [4].

Наслідками недбалого ставлення туристів до прав місцевого населення є забруднення довкілля та екологічні проблеми, які погіршують імунітет місцевого населення та розвивають в людей такі хвороби як рак, алергія та захворювання шкіри.

Але туристичний відпочинок може впливати і на погіршення стану самих туристів, зокрема синдром Стендаля або флорентійський синдром – психогенна реакція, що характеризується частим серцебиттям, запамороченням та галюцинаціями, що спричиняє стрес від естетичних переживань. Термін запропонований італійським психіатром Граціеллою Магеріні, але не закріплений у професійній літературі і не включається в наукові класифікації. Виникає у місцях культури та мистецтва (музеях, галереях) або ж від витворів архітектурного мистецтва [5].

Але туристи з Північної Америки та Азії, які приїждять до Європи, не схильні до цього синдрому, оскільки це не пов'язано з їх культурою. Такі туристи є схильними до іншої хвороби: Паризького синдрому – психічних розладів, стану сильної тривоги та навіть амнезії. Щорічно щонайменше 12 японських туристів звертаються за допомогою психологів після відвідин столиці Франції. Більшість постраждалих вважає, що причиною їх розладів є мовний бар'єр (що призводить до почуття ізоляції); відмінності в менталітеті (негостинність до туриста); розчарування від невідповідності реального Парижа їхньому уявленню про нього; перевтома через туристичні або бізнес-поїздки, що включають постійну та різноманітну діяльність у короткі терміни [6].

Підійшовши до закінчення доповіді хочу зазначити, що у теперішньому світі, через перевтому, стрес та обмеженість у часі, люди часто забувають про необхідність перебування на свіжому повітрі, ведення здорового способу життя й щоденних фізичних навантажень. І туризм є оптимальним вирішенням даної проблеми: він не тільки дає заряд бадьорості й енергії та дозволяє уникнути негативних переживань, тим самим заспокоюючи нервову систему, а й сприяє саморозвитку та саморозкриттю своєї особистості, відкриттю

чогось нового і вдосконалення своїх здібностей. Але треба пам'ятати про необхідність турботливого відношення до навколишнього середовища і культури місцевості та дбати про комфорт місцевого населення. А також не забути дослідити схильність свого організму до поширених хвороб серед туристів.

Література

1. Сучасне уявлення про здоров'я і соціальне благополуччя. URL: <http://dlse.multycourse.com.ua/ua/page/19/114>
2. Взаємозв'язок здорового способу життя та процесу соціалізації особистості. URL: <https://ukr-socium.org.ua/uk/archive/no-1-2-2003/vzaiemozv-jazok-zdorovogo-sposobu-zhittja-ta-procesu-socializacii-osobistosti/>
3. Туризм. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC>
4. Машкова О.В. Основи туристичного бізнесу (2007). URL: https://tourlib.net/metod_tourism/mashkova_dod1.htm
5. Билли Джин Кинг. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. Парижский синдром. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

Мільчева Анжеліка

викл. історії, викл. вищ. кат.,
викл.-метод. ВСП «ЕПФК ЗНУ»

МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ АКСІОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ФАХОВИХ МОЛОДШИХ БАКАЛАВРІВ ПІД ЧАС ВИКЛАДАННЯ ІСТОРІЇ УКРАЇНИ

Сучасна система освіти підпорядкована вирішенню актуальної проблеми – підготовки самостійної, ініціативної, відповідальної, мислячої людини, здатної діяти у ситуації, що швидко змінюється, реалізувати себе у полікультурному та багатоетнічному середовищі, шанувати загальнолюдські цінності й розуміти виклики часу. Тому важливими стають прийоми та методи розвитку історичних компетенцій під час навчальних занять з історії України.

Загальні ідеї компетентнісного підходу реалізовані у новому Державному стандарті освіти та нових навчальних програмах, починаючи з 2012 р. [1].

Кінцевими результатами навчання визнається формування певних здібностей особистості (компетентностей), які знаходять прояв у комплексі умінь, заснованих на знаннях, ціннісних орієнтирах та досвіді діяльності. Історична компетентність - це здатність самостійно пізнавати, осмислювати та оцінювати минуле України та світу, соціальний й моральний досвід минулих поколінь. До складників історичної компетентності належать: хронологічна, просторова, інформаційно-мовленнєва, логічна, аксіологічна компетентності.



Рис.1. Складники історичної компетентності

Саме зараз ми переживаємо найрадикальнішу трансформацію українського суспільства. Відбувається процес переосмислення реалій сучасного світу. Кожного дня різко зростає інтерес до історичної науки. В непростих умовах під час навчальних занять з історії України необхідно розвивати наступні складні уміння здобувачів фахової передвищої освіти:

- порівнювати й оцінювати факти та діяльність історичних осіб з позиції загальнолюдських та національних цінностей, визначати власну позицію щодо суперечливих і уразливих питань історії;
- виявляти інтереси, потреби, протиріччя в позиціях соціальних груп і окремих осіб, їх роль в історичному процесі, тенденції та напрями історичного розвитку;
- оцінювати різні версії та думки про минулі історичні події, визнаючи, що деякі джерела можуть бути необ'єктивними.

Ці вміння є основою формування аксіологічної компетентності, яка передбачає здатність майбутніх фахових молодших бакалаврів формулювати оцінки та версії історичного руху й розвитку, а також формувати власну систему моральних і духовних цінностей. Формування оціночних суджень – один із найбільш складних рівнів мислення, що базується на розумінні, аналізі, синтезі, тому виконання подібних завдань оцінюється максимальним балом. Для формування та розвитку оціночних суджень під час навчальних занять слід застосовувати різноманітні елементи освітніх технологій та методик: прийоми коментування історичних документів, проблемне завдання, пошукові методи. Цікавим прийомом є історична гра «Персоналія». Студентам надається завдання скласти історичний портрет політичного діяча з використанням документальної бази та власної оцінки діяльності. При цьому прізвище історичної особи не називається. Завдання для аудиторії – встановити особу, про яку йдеться.

Студентам завжди цікаво виконувати творчі завдання. Прикладом є створення агітплакатів та карикатур, які висвітлюють визначні події української історії XX та XXI ст. Всі ці завдання вимагають додаткових зусиль

(бажання, часу, творчого підходу) і тому можна очікувати пізнавальний та розвиваючий ефект.

Отже, аксіологічний підхід у викладанні історії України розвиває уміння критично оцінювати події, факти, риси або характеристики, дає можливість визначати їхню важливість, корисність, цінність, значення, допомагає приймати справедливі та правильні рішення. Особливості формування аксіологічної компетентності полягають у формуванні понять національних цінностей через їх предметно-змістове наповнення навчальним історичним матеріалом, визначенні ролі національних цінностей в особистій ціннісній ієрархії та формуванні стійких ціннісних орієнтацій у фахових молодших бакалаврів.

Література

1. Про затвердження Державного стандарту базової і повної загальної середньої освіти : Постанова Кабінету Міністрів України; Стандарт, План, Вимоги від 23.11.2011 № 1392. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1392-2011-п>
2. Крижко В.В. Антологія аксіологічної парадигми освіти. Навч. посібник. – К.: Освіта України, 2005. – 440 с.
3. Пометун О. І. Компетентісно орієнтована методика навчання історії в основній школі : методичний посібник. К.: ТОВ «КОНВІ ПРІНТ», 2018. – 208 с.

Смолянкова Тетяна

д-р філос., викл. вищ. кат.,
викл. математики ВСП «ЕПФК ЗНУ»

ФОРМУВАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗДОБУВАЧІВ ФПО

Сучасний світ є настільки динамічним, що знання і технології оновлюються швидше, ніж життя одного покоління людей. Виникає необхідність у соціально і професійно активній особистості, яка володіє високою компетентністю, професійною мобільністю, самостійністю, вмінням постійно удосконалювати свої професійні навички, професійно реалізовувати подальше творче зростання.

Реформування системи освіти, зокрема створення фахової передвищої освіти, змінює пріоритети її розвитку, які насамперед визначаються процесами формування нових моделей навчання, орієнтованих на досягнення якості освітніх послуг у закладах освіти, з метою здобуття особою високого рівня не тільки наукових, професійних і загальних компетентностей, але й особистих компетентностей необхідних для професійної діяльності в певній галузі.

Відповідно до імплементації Закону «Про фахову передвищу освіту» здобувач ФПО має набути наступних компетентностей:

Компетентність - динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність:

✓ **інтегральна компетентність** – узагальнений опис кваліфікаційного рівня, який виражає основні його компетентнісні характеристики щодо результатів навчання та/або професійної діяльності;

✓ **загальні компетентності** – універсальні компетентності, що не залежать від предметної області, але важливі для успішної подальшої професійної та соціальної діяльності здобувана фахової передвищої освіти в різних галузях та для його особистісного розвитку;

✓ **спеціальні (фахові, предметні) компетентності** - компетентності, актуальні для предметної області та важливі для успішної професійної та/або подальшої навчальної діяльності за певною спеціальністю

Профільне навчання є одним із ключових напрямів модернізації та удосконалення системи освіти нашої держави й передбачає реальне й планомірне оновлення школи старшого ступеня і має найбільшою мірою враховувати інтереси, нахили і здібності, можливості кожного студента, у тому числі з особливими освітніми потребами, у контексті соціального та професійного самовизначення і відповідності вимогам сучасного ринку праці.

Профіль навчання визначається кожним учнем з урахуванням його інтересів. Вступаючи до ЗВО I-II рівнів акредитації учень обирає профіль навчання. Крім того, для якісної фахової підготовки студентів потрібні не просто викладачі, які звикли працювати в межах шкільних програм, а фахівці, здатні системно й глибоко мислити, бачити міжпредметні зв'язки і перспективу навчання студентів.

Однією з основних проблем переходу до профільного навчання є практична відсутність навчально-методичного забезпечення цього процесу. Наявні підручники й посібники вимагають коректування і прилаштування до відповідного профілю як за змістом, так і за методичним апаратом. Перед викладачами стоїть завдання створення відповідного навчально-методичного комплексу. Тому можна вважати перспективним проведення методичних семінарів для вчителів при інститутах підвищення кваліфікації або в методичних кабінетах та розробку відповідних Інтернет-сайтів з метою підтримки профільного навчання для всіх профілів.

Ефективність підготовки студентів залежить також від формування професійної спрямованості. Вирішення цієї проблеми сприяє забезпеченню готовності майбутніх фахівців до творчої праці, освоєнню і впровадженню інноваційних технологій, сталого розвитку наукового світогляду. Також головним стимулятором мобільності є зміна вимог ринку, яка, з одного боку, спрямовує кваліфікованих працівників на пошук місць кращого застосування своєї праці на робочих місцях з високим творчим змістом і оплатою праці, а з

другого – значна частина працездатного населення, яка вивільняється з виробництва і тимчасово не має роботи, мусить проходити професійну перепідготовку.

В цих умовах важливим завданням професійної освіти стає **формування професійно мобільних фахівців**. Важливу роль в цьому процесі відіграє активна інтеграція навчального закладу в професійну діяльність підприємств і організацій під час практичних занять, в період практик, курсового і дипломного проектування з метою набуття практичного досвіду роботи ще під час навчання. Саме тому слід спрямувати навчальний процес не тільки на засвоєння базових знань, а й на набуття потреби, умінь і навичок самостійно засвоювати нові знання та інформацію протягом усього життя й ефективно використовувати їх на практиці. Результатом такої співпраці навчальних закладів з роботодавцями і стане конкурентоспроможний і соціально активний фахівець з високим особистісними і професійними компетентностями, готовий до їх застосування в реальних умовах роботи.

Особистісна компетентність випускника – це спроможність особистості бачити та застосовувати математику, фізику, хімію в реальному житті, розуміти зміст і метод математичного моделювання, наприклад, будувати математичну модель, інтерпретувати отримані результати, оцінювати похибку обчислень. При цьому можна виділити такі її **складові**:

- ✓ **процедурну** – уміння розв’язувати типові математичні задачі;
- ✓ **логічну** – володіння дедуктивним методом доведення та спростування тверджень;
- ✓ **технологічну** – володіння сучасними інформаційно-комунікаційними технологіями підтримки математичної діяльності;
- ✓ **дослідницьку** – володіння методами дослідження соціально та індивідуально значущих задач математичними методами;
- ✓ **методологічну** – уміння оцінювати доцільність використання математичних методів для розв’язування індивідуально і суспільно значущих завдань.

Для майбутньої професійної діяльності випускника коледжу дуже важливе значення має володіння ключовими і предметними компетентностями.

Профільна диференціація навчання математики передбачає:

1. досягнення всіма студентами базового рівня навчання математики;
2. розробку державних стандартів з математики для різних профілів навчання (для кожної спеціальності);
3. реалізацію прикладної спрямованості навчання математики, орієнтованої на профіль навчання як одного з головних засобів формування профільних інтересів засобами математики;
4. відмінність змісту навчання математики в профільних групах;

5. реалізацію рівневої диференціації, що підсилює диференціацію навчання математики для кожного профілю;

Провідним принципом, який визначає структуру профільного навчання математики, є принцип поступового моделювання в навчальному процесі математичної діяльності спеціалістів відповідного профілю. У своїй діяльності вчителі математики будь-якого навчального закладу мають керуватися такими положеннями:

- ✓ зміст математичної освіти має бути чітко зорієнтований на розвиток особистості в цілому, а також тих видів діяльності, які є специфічними для даного профілю;
- ✓ зміст профільної математичної освіти має забезпечувати потреби профільної підготовки до математики;
- ✓ зміст математичної освіти для кожного профілю має забезпечувати визначену еквівалентність математичної підготовки студентів різних профілів. Це означає, зокрема, необхідність включення всіх основних традиційних змістових ліній математики рівня стандарту.
- ✓ формування змісту математичної освіти сприятиме реалізації рівневої диференціації в навчанні математики.
- ✓ для підвищення ролі математики в процесі осмислення навколишнього світу необхідне доповнення традиційних змістових ліній курсу математики матеріалом, який сприяє формуванню імовірно-статистичних уявлень в здобувачів

Правильна організація **математичної освіти** в для вирішення професійних завдань дозволить здобувачу ФПО вміти в рамках своєї спеціальності: будувати математичні моделі; обирати відповідний метод і алгоритм вирішення; застосовувати для вирішення завдання чисельні методи з використанням сучасних комп'ютерних технологій; застосовувати якісні математичні методи дослідження; на основі проведеного математичного аналізу робити практичні висновки.

Для того щоб відповідати на сучасні виклики, які ставить перед викладачем діджіталізація суспільства, він має повною мірою опанувати новітні технічні та інформативно-комунікативні засоби, які зараз знаходяться у широкому вжитку, та переорієнтувати своє мислення на усвідомлення принципово нових вимог щодо своєї професійної діяльності.

ІК-засоби допомагають більш тісно спілкуватися зі студентами та їх батьками, ефективно працювати на навчальних заняттях, забезпечувати швидкий обмін навчальними матеріалами та готовими завданнями, тобто взагалі позитивно впливати на навчально-виховний процес.

Для використання ІК-засобів на разі потрібні лише реєстрація в сервісі та доступ до мережі Інтернет. Користуватися цими засобами, як правило, можливо з комп'ютеру, планшету або смартфона.

Найбільше змінили принципи комунікації між викладачами та студентством інтернет-месенджери, такі як Viber, WhatsUp, Telegram, Facebook Messenger та ін. Вони забезпечують швидкий безкоштовний обмін текстовими повідомленнями, фото, відео, гіперпосиланнями та файлами; дозволяють створювати групові чати, організовувати опитування, голосування та ін.

Окремо відзначимо застосування Web-версій цих засобів комунікації, коли на будь-якому пристрої, під'єднаному до мережі Інтернет, викладач або студент можуть за допомогою авторизації здійснити вхід у свій аккаунт та отримати доступ до всіх своїх контактів, груп та каналів, а також до всіх гіперпосилань, фото, відео, робочих файлів тощо.

Також цікавим для сучасного викладача може бути створення чат-ботів та використання їх в освітньому процесі. **Чат-боти** – це системи штучного інтелекту, які взаємодіють з користувачами через текстові повідомлення у інтернет-месенджері, наприклад у Viber або Telegram. Вони можуть цілодобово в автоматичному режимі видавати інформацію по запиті, реагувати на певні дії (відповіді) студента (або його бездіяльність протягом певного проміжку часу) тощо, тобто забезпечувати постійний зворотній зв'язок. Процес створення чатботу, наприклад у Telegram, не потребує знання технологічних аспектів програмування – завдяки покроковим інструкціям, що знаходяться у вільному доступі, кожен може створити простий, однак корисний чат-бот.

Потенціал використання чат-ботів у освітньому процесі дуже великий, навіть складні спеціалізовані навчальні дисципліни можна викладати, використовуючи чат-ботів в якості тьюторів. Взаємодія студентів з інтернетмесенджерами вже займає більшу частину їх часу, аніж спілкування у соціальних мережах, тому вже в недалекому майбутньому більшість студентів може навчатися під керівництвом чат-ботів, що розроблені викладачами.

Доволі складно уявити діяльність сучасного викладача без застосування хмарних технологій (наприклад Google Disc, Apple iCloud, DropBox та Microsoft One Drive), що дозволяють зберігати матеріали на віддаленому сервері та мати до них доступ з будь-якого пристрою, що має вихід в Інтернет. Можливо шляхом відправки студентам посилань на файли, розміщених на цих сервісах, поширювати методичні вказівки для виконання лабораторно-практичних робіт, конспекти лекцій, навчальні аудіо- та відеоматеріали.

Для реалізації зворотного зв'язку можна користуватися також сервісом Google Forms, за допомогою якого можна проводити опитування і тестування, аналізувати отриману інформацію та представляти її у вигляді таблиць. Форми Google підтримують різні види запитань – від простих текстових полів до питань з фото та відео з YouTube. Форми можна створювати, редагувати та заповнювати як на комп'ютері, так і за допомогою планшету та смартфона. Процес створення Google Forms нескладний і докладно з покроковими

інструкціями описаний на сайті компанії, тому викладач може без зайвих зусиль створити ефективні інструменти для тестування та опитування, та потім опрацьовувати отриману в результаті інформацію.

Не можна обійти увагою головний відеосервіс сучасності – YouTube. Викладач може записувати лекції, відеоуроки та презентації, після чого завантажувати отримані ролики на YouTube та поширювати їх серед студентів. Складно переоцінити можливості, які дає YouTube для практичного навчання – процес виконання практично-лабораторної роботи, особливо з використанням специфічного апаратного або програмного інструментарію, можна зафіксувати на відео та викласти у вільний доступ.

Подальший розвиток ідеї YouTube знаходять в формі відеоконференції. Наприклад, зараз все частіше використовується такий вид спілкування як **вебінар** (тобто онлайн-семінар), коли за допомогою спеціального програмного забезпечення та Web-камери здійснюється пряма трансляція якогось заходу, до якої можуть долучитися за запрошенням всі бажаючі, кожен з яких у цей час знаходиться біля свого комп'ютера.

Зараз перед українськими викладачами відкриті такі можливості, які ще декілька років тому було складно уявити. Стрімке зростання цифрових технологій та їх поширення у повсякденному житті дають сучасному освітянину дуже багато, і нехтувати новітніми технічними та інформаційнокомунікативними засобами у своїй професійній діяльності – це залишатися на узбіччі, а не рухатися вперед разом з технічним прогресом. Технічно грамотний та «озброєний» цифровими технологіями та корисними гаджетами викладач – це вже не диковинка, це вже вимога сучасного суспільства. А також необхідно створювати зв'язок математики з майбутньою професійною діяльністю здобувачів, оскільки вони ще не мають у своєму розпорядженні в достатньому обсязі знань з професійних предметів і не можуть оцінити значення математичних методів. Потрібна інтеграція математики з циклом професійних дисциплін.

Література

1. Думанська Т.В. Формування математичних компетентностей бакалаврів економічних спеціальностей у процесі навчання вищої математики: 13.00.02 / Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, Київ, 2018, 309 с.
2. Telegram-канал – сучасна та ефективна альтернатива блогу вчителя URL: <https://youtu.be/pUj6oW7m-BY?list=PLVDatyx2e453FFO5HXqpOY-1aIm0jvWsh>
3. Ефективне онлайн-навчання в умовах війни: вебінар для вчителів. URL: <https://youtu.be/57HaFufc1FY?list=PLVDatyx2e453FFO5HXqpOY-1aIm0jvWsh>

ФІЗИКА ТА ЖИВОПИС

Актуальність: даним проектом хочу мотивувати ліриків до вивчення фізики.

Мета: інтеграція науки та мистецтва з метою формування цілісного сприйняття світу.

Розгляньмо приклади художників та митців, що своїми роботами пов'язували мистецтво з фізикою, і навпаки.

Леонардо да Вінчі – відомий усьому світу італійський художник, вчений, архітектор, винахідник, письменник та музикант, і один із найбільших представників мистецтва Високого Відродження[2].

Було знайдено безліч креслень його винаходів, таких як: танк, кулемет, декілька видів арбалетів, центрифуга, катапульта, парашут та інші. Винайти таке було неможливо без знання фізики, механіки, гідравліки, оптики, особливо в його час, коли технології були на початковій стадії розвитку.

Мистецтво було його засобом пізнання таємниць природи та законів краси. Вся художня діяльність Да Вінчі нерозривно пов'язана із науковими дослідженнями.

У його картинах безліч загадок та таємниць, і саме тому вони нас так затягують. Хочеться дивитися ще й ще, аби тільки впіймати суть, сенс, який вклав художник.

Альберт Ейнштейн – фізик-теоретик, один із засновників сучасної теоретичної фізики, лауреат Нобелівської премії з фізики 1921 року, громадський діяч-гуманіст. Альберт Ейнштейн творець теорії відносності - теорії, що описує рух, закони механіки та просторово-часові відносини при довільних швидкостях руху, менших швидкості світла у вакуумі, у тому числі близьких до швидкості світла.

Ейнштейн не просто любив музику, а музика була важливою частиною його життя. Великий вчений, взагалі, був переконаний, що між музикою та фізикою є багато спільного. «Фізика розкриває невідоме у природі, – казав він, – а музика – у людській душі. Це два методи пізнання світу» [1].

Завдяки цим прикладам ми легко бачимо майстерне поєднання в людині жагу к науці, та творче мислення.

Великим моїм захопленням є малювання. Однією з основ у цій сфері є теорія світла, а саме як воно впливає на кольори у різних середовищах. А що таке світло з погляду фізики?

У 60-х роках XVII ст. І. Ньютон зробив ряд дослідів і довів складність білого кольору; потім він зробив наступне: взявши лінзи, що збирають, сконцентрував на екрані в загальний фокус кольорові промені, що виходять з призми, і отримав білу пляму. Серед кольорів спектру є додаткові кольори. До

них відносяться: червоний і зелений, помаранчевий і блакитний, жовтий і синій. Помічено, що опинившись поруч, додаткові кольори роблять один одного яскравішим [3].

Талановиті ж митці, взявши на озброєння світлові закономірності, досягають дивовижних результатів. У цьому можна переконатися, переглянувши репродукцію чудової картини художника Куїнджі «Ніч на Дніпрі». Використовуючи гру світла та інтенсивні кольори, зведені до кількох головних тонів, художник досяг майже повної ілюзії освітлення, і це дало можливість передати поетичний стан природи.

На виставках його робіт, багато хто з людей вважали, що за картинами стоїть лампа, або інше джерело світла, бо картини були настільки реалістичними, що здавалося світло «лине» прямо з полотна. Яке ж було їх здивування, коли вони зрозуміли що це лише майстерність Куїнджі зробила такі результати. Звісно ж, знання фізики теж доклало сюди свою руку. Якщо художник вміло поєднує яскраве світло і глибокі тіні, а також півтони там, де світло поступово переходить у тінь, то він може передати об'ємність людей та предметів. У живопису це називається світлотінню. Світлотінь посилює наочність та емоційний вплив картини. Але зв'язки між мистецтвом та фізикою були не тільки в минулому, а й повсякдень.

Отже, дослідженням, я спробувала довести сильний взаємозв'язок між фізикою та мистецтвом, і як важливо, будучи художником, митцем, не забувати про фізичні закони та явища. І навпаки, вивчаючи фізику, звертатися до абстрактного, дещо, «творчого» мислення. Ця робота допомогла мені звернути увагу на теорію світла та теплові явища, що ми вивчали на уроках фізики, і що допоможуть особисто мені при створенні нових картин.

Література

1. Андрєєва М., Антонова А., Дмитрієва Д. Розповіді про три мистецтва. - Л.: Дитяча література, 2019.
2. Блудов М.І. Розмови з фізики. – К.: Просвітництво, 2018.
3. Ликов В.Я. Эстетическое воспитание во время обучения физике. – М.: Просвітництво, 2017.
4. Тихомірова С.А. Физика в пословицах, стихах и сказках. – М.: Нова школа, 2002.

Тарасова Софія

студентки І курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. Шпуганич І. Г.

ФІЗИКА ТА СПОРТ

Я люблю спорт, займаюся танцями та волейболом ході моїх роздумів виникло питання, а чи можливо за допомогою фізичних законів покращити свої результати? Розглянемо усе по порядку.

Фізика – одне з найбільших і найважливіших наук, досліджуваних людиною. Її наявність помітна у різних сферах життя. Нерідко відкриття у фізиці змінюють якість життя на краще, допомагають досягати значних результатів у різних сферах життєдіяльності людини, у тому числі вдосконалення спортивних досягнень. У суспільстві планка спортивних досягнень піднята настільки високо, що внаслідок лише фізичної підготовки спортсмену нелегко досягти високого результату.

Актуальність дослідження: фізика – друг спортсмена. Втім підлітки часто не бачать незаперечний взаємозв'язок між предметами фізика та фізична культура.

Питання, що розглядаються у роботі дуже актуальні, оскільки вони підвищують зацікавленість до вивчення фізики та до занять фізичної культури. Студент, який має поняття про фізичні закони та закономірності, зможе помітити взаємозв'язок предметів та дійсність застосування набутих знань на практиці для підвищення своїх спортивних досягнень.

1. Волейбол

Це дуже захоплююча, цікава гра, яка має величезну кількість фанатів у всьому світі. Спортивна гра з м'ячем, де дві команди змагаються на спеціальному майданчику, розділеному сіткою. Існує безліч різновидів гри, що використовуються за різних обставин з метою універсалізації гри. Мета гри – направити м'яч над сіткою, щоб він торкнувся майданчика суперника, і запобігти такій же спробі суперника.

Рух м'яча. При вільному польоті перед м'ячем утворюється своєрідна подушка щільнішого повітря, а за м'ячем – розріджений простір. Якщо куля не обертається, то повітря обтікає її симетрично. Струйки повітря 1,2 – обходять його зверху, а 3, 4 – знизу. Аеродинамічна сила спрямована вздовж потоку повітря. Коли куля починає обертатися, то картина обтікання змінюється. Над м'ячем з'являється розрідження, у аеродинамічній силі з'являється бічна складова спрямована, у разі, нагору. Щоб надати м'ячу обертання, необхідно в момент удару кисть руки накладати на поверхню м'яча так, щоб напрям сили удару не проходило б через центр тяжіння м'яча, тобто потрібно зміщувати кисть руки вбік або вгору від середини [2].

Особливості рухів волейболіста

Всі рухи волейболіста при взаємодії з м'ячем носять або амортизаційно-точнісний або ударний характер. До ударних зараховуються рухи, що використовуються при виконанні всіх способів подачі м'яча, нападників ударів, прийомів та передач знизу та блокування. Амортизаційно-точнісні рухи виконуються найчастіше під час прийомів та передач м'яча зверху та пов'язані з амортизацією удару та точним напрямом м'яча у ціль [2].

Отже, у волейболі застосовуються такі закони фізики як закон збереження енергії, закон збереження імпульсу, закон гідростатичного тиску повітряних мас, закон гравітаційного тяжіння, закони Ньютона. За допомогою теорії можливо покращити свої ігрові навички, звичайно тренування дуже

важливі, але без розуміння діла – не буде блискучого результату. Наука завжди у нагоді!

2. Танці

Танець – це мистецтво пластичних та ритмічних рухів тіла.

Фізика – невід’ємна частина хореографії. Усі танцювальні рухи підкоряються тим чи іншим фізичним законам, обертання, стрибки, підтримки - все це не може існувати без простих і складніших фізичних законів.

Я вважаю, що рівновага – це основа всього танцю, як фундамент у будівлі, без нього танцюрист не зможе виконати багато рухів, не кажучи вже про складних па. Секрет утримання рівноваги простий: вертикальна проекція центру тяжкості має проходити через площу опори.

Наприклад, арабеск – дівчина впевнено стоїть на пів-пальці, тому що її центр тяжіння розташований точно на площі опори (хоч вона досить мала).

Друге – обертання: головними складовими будь-якого обертання є рівновага та закон збереження кутового імпульсу.

Розглянемо зараз перше: під час обертання тіло танцюриста можна представити у вигляді осі, що проходить через центр голови, хребет, що йде в підлогу по опорній нозі. Що б під час обертання танцівнику не зміщуватися, і тим більше не впасти ця вісь має бути точно перпендикулярна підлозі та проходити через площу опори. Якщо ж танцюрист починає прогинатися в спині, його вісь зміщується, він втрачає баланс і падає.

Закон збереження кутового імпульсу (закон збереження кількості руху).

Розберемо цей закон:

$M\Delta t = J\omega_2 - J\omega_1$, де $M\Delta t = \text{const}$, J – момент імпульсу, ω – кутова швидкість,

$J = mr^2$, J – момент імпульсу, m – маса тіла, r – радіус обертання,

$\omega = v/r$, де ω – кутова швидкість, v – швидкість обертання, r – радіус обертання

Вставимо дві останні у формули в першу і скоротимо:

$$M\Delta t = mr(v_2 - v_1)$$

v_1 – початкова швидкість обертання ($=0$), v_2 – кінцева швидкість обертання [1].

Отже, можна сказати, що чим менша маса і радіус обертання, тим більша швидкість обертання тіла. Але так як танцівник не може під час обертання прибрати зайву масу, він набирає свою швидкість за допомогою зменшення радіусу обертання, тобто. притискає ноги та руки ближче до осі обертання, тобто. до себе.

На основі всього вищесказаного можна зробити висновок, що артист – це не виключно фізично підготовлена людина, а й певною мірою фізик. Адже кожний номер має бути ідеально відпрацьований, а без знань фізики це доволі складно, згідно з чим підготовка здійснюється за допомогою цієї точної науки.

Література

1. Физиологические и биомеханические особенности двигательной деятельности волейболистов. URL: <http://www.vevivi.ru/best/Voleibol-ref130159.html>

2. Физика в танцевальных движениях. URL: <https://rosuchebnik.ru/material/fizika-v-tantsevalnykh-dvizheniyakh-7523/>

МЕМИ. ТЕМАТИЧНЕ СПРЯМУВАННЯ «ПРАВИ ДИТИНИ»

Світ не стоїть на місці, з розвитком інформаційних технологій контент який створює людина, починає висвітлювати проблеми та недоліки суспільства. Ефективність комунікацій збільшується, люди почали більше довіряти інтернету. У широкому контексті інтернет-комунікації меми набувають великої популярності [1].

Їхньому поширенню сприяють блогери, політехнологи, а також просто користувачі соціальних мереж. Вірусна комунікація носить характер масової комунікації, теоретичні основи якої викладено в працях таких учених В. Ліппмана, М. Маклюєна, Т. Пітерсона, Ф. Сіберта, В. Шрамма та інших. Проте поза увагою дослідників знаходиться питання тематичної характеристики мемів про права дітей.

Мета роботи: схарактеризувати меми про права дитини як засіб комунікації. Об'єктом дослідження є меми прав дитини як комунікаційна технологія.

Меми найчастіше відносять до медіавірусу. Саме поняття медіавірусу ввів американський спеціаліст у галузі засобів масової інформації Дуглас Рашкофф у 1994 р. Під медіавірусом він розумів медіа-випадок, який прямо або посередньо викликає певні зміни в житті суспільства [2].

Термін «мем» (в оригінальній транскрипції – «мім») вперше було вжито Р. Докінзом у науковій праці «Егоїстичний ген» [3].

Мем – абсолютно нове поняття, що не має однозначного тлумачення. Загальноприйнятого визначення терміна немає й досі. За найзагальнішим визначенням, яке не використовують більшість науковців, мем – це одиниця культурної інформації.

Для чіткого розуміння поняття слід звернути увагу на ознаки, які характеризують меми. До них можна віднести гібридну природу, контекстуальність, компактність, спонтанність, масове поширення, «захоплення» аудиторією. Мем містить у собі інформацію (текст), посилання на іншу інформацію (контекст), він вбудований в уже існуючий у мережі дискурс (гіпертекст), і, головне, мем встановлює нетривіальний зв'язок між текстом, контекстом і гіпертекстом. Будь-який створений мем несе в собі риси оригінальності. Саме ця оригінальність робить його популярним.

Меми також поділяються за способом їх презентації в мережі:

1. Графічні меми.
2. Текстові, або їх інша назва – «демотеватори».
3. Змішані [4].

Для аналізу тематичного спрямування мемів про права дітей дітей як засіб комунікації ми обрали документом, у якому прописані права дітей: Конвенцію ООН про права дітей [5]. Її ратифікували майже всі країни світу. Ця Конвенція

стала першим міжнародним документом, який набув чинності в незалежній Україні.

Найбільше матеріалів, виявлених в аналізованій темі, пов'язані з темою булінгу, безпека в інтернеті, дистанційне навчання.

На початку права дітей були, насамперед, судовим інструментом. Однак у інформаційному контексті кожна стаття повинна бути зрозумілою та інтерпретована з точки зору цільової групи. Мемі з прав дітей допомагають покращити розуміння та застосування прав дітей.

Мемі можуть бути згруповані за чотирма критеріями (участь: право на участь; розвиток нашого потенціалу: право на особистий розвиток; благополуччя: право на виживання; захист від шкоди: право на захист).

Мемі на визначення прав дитини можуть розрізнятися за функціями та значенням:

- репрезентативна: відтворення побаченого, прочитаного чи почутого з відповідним акцентом на певній інформації;
- креативна: відтворення подій дійсності у творчому форматі з використанням сучасних онлайн-інструментів.

Ми визначили принципи, за якими створюються мемі прав дитини:

- інформаційна складова. В основі мему може бути певна фраза, спірне питання, формула, афоризм тощо. Мем – це лаконічна змістовна фраза, яка має гумористичний відтінок, зрозумілий та близький для певної групи людей;
- емоційна складова. Сенс мему – гумор, емоційна близькість поєднання зображення та текстової складової для репрезентативної групи учнів (наприклад, певний клас чи паралель);
- парадокс, новий сенс загальновідомого. Використовуйте гру слів, оксюмори, метафори чи переносне значення слів, тобто ситуації, коли певне словосполучення набуває нового нетипового значення [6].

Таким чином, на сучасному етапі мемі в мас-медіа є ефективною інформаційно-комунікаційною технологією зараження громадської думки різними ідеями за допомогою створення й поширення невеликими порціями окремих вірусних повідомлень, що привертають увагу аудиторії в силу своєї незвичайності, сенсаційності, неоднозначності, гумористичного характеру й реконструювання отриманих повідомлень як результат власної інтелектуальної діяльності в свідомості кожного реципієнта. За тематичним спрямуванням серед мемів чітко окреслюються мемі прав дитини. На початку права дітей були, насамперед, судовим інструментом. Однак у інформаційному контексті кожна стаття повинна бути зрозумілою та інтерпретована з точки зору цільової групи. Мемі з прав дітей допомагають покращити розуміння та застосування цих прав.

Як бачимо, використання мемів прав дітей сьогодні стає популярною комунікаційною технологією, тому не слід ігнорувати подібні інструменти в комунікації зі споживачем.

Література

1. Бабенко В. Вірусний контент: поєднання реалістичності та комерції. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. №15. 103–109 с. URL: goo.gl/ks8zQP
2. Денисюк Ж. Інтернет-меми як засіб постфольклорної комунікації // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2017. – №2. – С.9-35. URL: goo.gl/1EG6MA
3. Докинз Р. Эгоистичный ген. Москва : АСТ, CORPUS, 2013. – 306с.
4. Комащенко І. Основні тематичні напрями інформаційно-розважального контенту в українському сегменті соціальної мережі Facebook // Scientific-Researches. – 2016. – №1. – С. 23-27. URL: goo.gl/MDHyp4
5. Конвенція про права дитини. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_021#Text
6. Комащенко І. Основні тематичні напрями інформаційно-розважального контенту в українському сегменті соціальної мережі Facebook // Scientific-Researches. – 2016. – №1. – С. 23-27. URL: goo.gl/MDHyp4

Чернишова Валерія

студентки 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. Шпуганич І. Г.

ДОПИТЛИВІСТЬ – КЛЮЧ ДО ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ

Фізика – наше життя. Де б ми не були, вона завжди поруч з нами. Цікаво, що люди не одразу розуміли поняття та існування фізики як науки. Адже, вони не знали, як пояснити ті, чи інші явища. Наприклад: зміна пори року, або сонячне затемнення, чи припливи та відливи. Саме завдяки цікавості людей дізнатися наш світ, як він влаштований та що за його межами, ми пізнаємо всесвіт кожного дня.

Зараз в нас є багато можливостей, які ми використовуємо для нашого майбутнього. Ми шукаємо нові форми життя, нові світи, планети, галактики. Вчені кожного дня повідомляють нам неймовірні та захоплюючі факти про космос та наш Всесвіт.

Космос фантастичний, він притягує нас своєю загадковістю, манить дізнатися та пізнати усі його таємниці. Незважаючи на зростання наших вмінь, нам все ще не вистачає знань, щоб вивчити до кінця власну Галактику та Сонячну систему. Але люди не сидять на одному місці. Їм цікаво знаходити та шукати нові шляхи до незвичайного, того, що мабуть поясне нам початок створення всесвіту.

У 1990-му році був запущений телескоп «Хаббл», який став новим подихом вчених, дізнатися про існування інших галактик та планет. Він приніс не тільки багатий вклад в історію астрономії, а й докази того, наскільки все таки неосяжний наш світ. Телескоп «Хаббл» допоміг вченим підтвердити відкриття існування темної матерії, яка складає близько 23% нашого Всесвіту. Ми дізналися про формування 3000 нових Галактик, виявили нові супутники

Плутона, та дослідили нові гамма-сплески, тільки завдяки цьому інструменту. Він і понині надає нам дивовижну інформацію, досліді якої допомагають нам вивчати світ [1].

Вчені, разом з новими можливостями, вдосконалюють нас й наш оточуючий світ. Тому, вони не залишилися на досягненні побудови телескопа «Хаббл», на допомогу йому прийшов новий інструмент. Більш новіший, більш сучасний, більш потужний – телескоп «Джеймс Вебб».

«Джеймс Вебб» тільки нещодавно вирушив до космосу, а саме 25 грудня 2021 р. Його збирали майже три десятки роки, витративши на його будівництво близько 10 мільярдів доларів. Його завданням є пошуки життя на екзопланетах. Як кажуть вчені: телескоп «Джеймс Вебб» може стати першим інструментом, який дозволить вивчати атмосфери планет по типу Землі в зонах проживання. З його можливостями є великі шанси знаходження нових матерій та доказів наявності життя на інших планетах. Це великий прорив для людей, це чудовий інструмент показати всьому світу, що нехай космос і великий, але ніщо не заважає нам пізнавати його глибини [3].

«Це машина часу, вона поверне нас до витоків Всесвіту, ми на порозі неймовірних відкриттів, про які, можливо, раніше і не здогадувалися» – каже голова NASA, Білл Нельсон про телескоп «Джеймс Вебб» [2].

Всесвіт багатий на великі досліді та міркування. Нам мабуть і не вистачить усього життя, щоб пізнати усе що приховує від нас світ. Але бажання дізнатися з чого усе починалося, створювалося, з'являлося – змушує шукати нові шляхи до знань. Саме наша з нами цікавість та допитливість відкриває нам двері до невідомого та незвичайного!

Література

1. Сперроу Дж. Космос: Большое путешествие по Вселенной. – М.: Азбука-Аттикус, 2019. – 224 с.
2. The Universe Space Tech, 2016-2022. URL: <https://universemagazine.com/ru/magazine/>
3. Все о Космосе, 2018-2022. URL: <https://aboutspacejournal.net/>
4. Позднякова И. Большой атлас Вселенной. – М.: Эксмо, 2017. – 264 с.
5. Абрамова О., Логінов В. Наукові теорії за 60 секунд. 70 фактів. – М.: АСТ, 2016. - 160 с.

Замирайло Анастасія

студентка 2 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. фізики Шпуганич І. Г.

ВІРТУАЛЬНІ ФІЗИЧНІ ЛАБОРАТОРІЇ ПЕРШОГО КУРСУ ВСІХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ В ЕКОНОМІКО-ПРАВНИЧОМУ ФАХОВОМУ КОЛЕДЖІ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО ТА ОЧНОГО НАВЧАННЯ

Уся система освіти з початкових шкіл до вищих закладів навчання колапсувала, під час перших локдаунів, що трапилися через пандемію Covid-19 на початку 2020 року. Протягом останніх кількох років освітня галузь

зазнала значної трансформації з точки зору методів навчання, що було необхідним для підтримки підготовки школярів та студентів в умовах дистанційного навчання [1].

Одним зі шляхів адаптації проведення занять стало використання віртуальних лабораторій. Звичайно, це не щось дуже інноваційне, так як поява таких сервісів датується ще задовго до пандемії. Віртуальні лабораторії використовувалися як додатковий навчальний ресурс до особистих лабораторій як для викладачів, так і для студентів з початку 2000-х років [2], проте саме зараз їхня актуальність підвищилась як ніколи.

Віртуальна лабораторія – це віртуальне середовище навчання, що спрямоване на розвиток практичних навичок студентів. Такі лабораторії дозволяють студенту проводити різноманітні експерименти без будь-яких обмежень щодо місця чи часу, на відміну від реальних.

Віртуальні лабораторії також пропонують студентам доступ до реалістичного лабораторного досвіду, який дозволить їм проводити експерименти та практикувати свої навички в безпечному та інтерактивному навчальному середовищі.

В деяких навчальних закладах, як правило, не вистачає коштів на оновлене обладнання для проведення лабораторних робіт; або їх взагалі немає. З віртуальними лабораторіями ж не потрібно хвилюватися чи не застаріле обладнання, адже студенти зможуть працювати з лабораторіями на базі штучного інтелекту та сучасними методами навчання.

Крім того, такі лабораторні роботи можуть допомогти викладачеві охопити різні аспекти навчальної програми курсу з практичним застосуванням. Це дозволяє студентам краще розуміти концепції, які інакше важко запропонувати за обмеженого обладнання та фінансування [3].

Ще однією перевагою використання віртуальних лабораторій є безпосередня безпека. Студенти можуть спробувати різні види експериментів у віртуальній лабораторії без ризику поранитися чи пошкодити обладнання. Розроблені за найновішими технологіями, віртуальні лабораторії захищають студентів від небезпек, з якими вони можуть стикнутись під час проведення деяких небезпечних лабораторних експериментів.

Не треба забувати і про те, що віртуальні лабораторії дозволяють студентам повторювати експерименти. На відміну з традиційними лабораторними, під час роботи у віртуальному середовищі студенти можуть переглянути свої помилки, проаналізувати, що пішло не так, і негайно спробувати ще раз. Так, студенти можуть проводити один і той самий експеримент стільки разів, скільки їм потрібно, аби повністю опрацювати те чи інше явище.

Віртуальні лабораторії можуть бути як онлайн, так і офлайн додатками, проте в цілому єдиною відмінністю, скоріш за все, буде лише графіка. Як приклади у цій статті ми розглянемо можливості віртуальної офлайн фізичної лабораторії ROQED.

Проведення експериментів із використанням фізики ROQED – це корисний і захоплюючий процес. Додаток містить понад 250 лабораторних інструментів, і це ідеальне середовище для підготовки та проведення експериментів будь-якої складності на основі шкільної програми.

Віртуальний 3D симулятор лабораторних та практичних робіт по фізиці, який дозволяє учням та студентам в інтерактивному та цікавому режимі самостійно або під контролем викладача системно вивчати різні фізичні явища, процеси та проводити дослідження. Також студент може дати відповіді на поставлені задачі, які автоматично надсилаються електронною поштою викладачеві.

Використання тривимірних інтерактивних віртуальних лабораторій ROQED Physics Lab і Roqed Science дає можливість провести наочно та віртуально демонстрації різних фізичних досліджень, зрозуміти суть роботи приладів, механізмів та обладнання. Використання такого програмного забезпечення можливе за відсутності викладача або при змішаних формах навчання [4].

Кожна лабораторна робота передбачає процес встановлення необхідного обладнання, проведення безпосередньо іспиту та занесення отриманих даних до таблиці. Висновки і результати можна потім надіслати поштою. Тобто завдяки цьому додатку дигіталізовано весь процес лабораторних робіт, що так проходять наочніше та екологічніше.

Віртуальні лабораторії коштують набагато дешевше, ніж реальні. Одна єдина лабораторна платформа може обслуговувати цілий навчальний заклад, не витрачаючи величезну кількість ресурсів на її розробку. Крім того, навчальним закладам також не потрібно турбуватися про витрати на утримання та інші подібні витрати.

Таким чином, віртуальні лабораторії – це зручні цифрові ресурси, які допомагають заощадити витрати та підвищити продуктивність студентів. Крім того, вони дозволяють студентам брати участь у роботі з будь-якого місця та легко поєднують зручність і простоту використання, які пропонують сучасні технології. Хоча віртуальні лабораторії все ще потребують деяких удосконалень, щоб відтворити фізичні лабораторії, не буде помилкою сказати, що вони тут назавжди.

Література

1. Rafaela Vasiliadou Virtual laboratories during coronavirus (COVID-19) pandemic. URL: <https://iubmb.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bmb.21407>
2. Radhamani, R., Kumar, D., Nizar, N. et al. What virtual laboratory usage tells us about laboratory skill education pre- and post-COVID-19: Focus on usage, behavior, intention and adoption. URL: <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10583-3>
3. XurixDigital. 7 Benefits of Using Virtual Labs in K-12 Education. URL: <https://www.hurix.com/benefits-of-using-virtual-labs-in-k-12-education/>
4. Офіційний сайт ROQED. URL: <https://roqed.com.ua/pl.html#part2>

СЕКЦІЯ «ЕКОНОМІЧНИХ ДИСЦИПЛІН»

Артеменко Юлія

студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. вищ. кат. Мордвінова І.О.

ТРЕНДИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

В економіці будь-якої країни місце і роль інвестицій важко переоцінити. Саме впливання інвестиційних ресурсів може забезпечити вихід економічної системи на якісно новий рівень свого розвитку. У сучасних умовах інвестиції стають найважливішим засобом забезпечення умов реального економічного прориву кожної держави, зокрема України, здійснення структурних зрушень в народному господарстві, впровадження новітніх досягнень технічного прогресу, поліпшення кількісних і якісних показників господарської діяльності на всіх рівнях. Це обумовлює актуальність теми даної наукової роботи.

Інвестиційна діяльність в країні регламентується Законом України «Про інвестиційну діяльність» від 04.07.2002 року, останні зміни до якого було прийнято 23.03.2017 року [2]. Відповідно до цього Закону «Інвестиції – це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, завдяки чому створюється прибуток (дохід) чи досягається соціальний та економічний ефект [2].

Важлива роль заощаджень населення у розвитку інвестиційних процесів країни.

Основна маса заощаджень населення в економічно розвинених країнах трансформується в інвестиції через їх акумуляцію інститутами спільного інвестування (ICI), – корпоративними або пайовими фондами, які здійснюють операції з фінансовими активами в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів [3].

В Україні ж участь фізичних осіб в інвестиційних процесах характеризується гранично низьким рівнем. Причин цього декілька: по-перше, невеликі обсяги заощаджень населення через низький рівень доходів, по-друге, недостатня поінформованість населення стосовно переваг і недоліків купівлі-продажу цінних паперів; по-третє, вузькі можливості вибору інструментів для вкладання населенням коштів у цінні папери [2]. Найбільш поширеними заощадженнями в Україні стали: «гроші під подушкою», вклади в банках і кредитних спілках, дорогоцінні метали, існуючий бізнес, а також вкладення в нерухомість.

Якщо розглядати угоди за 2020 рік, то можна відзначити, що інвестували найчастіше в сфери: електронної комерції і доставки, маркетплейси, медичні технології та охорону здоров'я. Серед стартапів інвестували в ігрові та дистанційні продукти, програмне забезпечення [5].

Також, виросли внески в цінні папери ІТ-компаній. Наприклад, акції найпопулярнішої компанії відеоконференцій Zoom виросли за рік на 400%. Інвестиційний портфель Facebook в минулому році зріс в ціні на 33%, Google - на 36%. Надходження від депозитів в гривні стали на рівні 14,9%. В іноземній валюті знизилися до – 1-3%, але з огляду на девальвацію змогли показати результат в 22,9% в дол. і 33,7% в євро. Спекулятивні операції на валюті дали можливість заробити близько 20% (курс виріс на 4,59 грн/дол) [5].

Ми проаналізували збиткові та прибуткові інвестиції 2021 року. В умовах постійного зростання цін найбільш збитковим варіантом збереження коштів став **«матрац»**. За офіційними даними, купівельна спроможність гривневих заощаджень у готівковій формі за 2021 рік упала на 10%. Втратили й власники готівкової іноземної валюти. За 2021 рік курс американської валюти щодо гривні впав на 3,5%, а європейської – більш ніж на 11% [5]. Отже, тим, хто віддає перевагу готівці, варто замислитися.

Інвестиції в **дорогоцінні метали** теж були сумнівними. Купівля на початку 2021 року тройської унції золота принесла власнику близько 5% збитків у доларовому еквіваленті та майже 9% – у гривневому (з урахуванням зміцнення курсу) [5].

На початку 2021 року середня ставка закладами в американській валюті становила 1,21% річних. Однак, враховуючи зміцнення гривні і те, що з отриманого доходу стягуються 18% ПДФО та 1,5% військового збору, фінальна дохідність доларового депозиту становила -2,5%.

Хоча з березня Нацбанк поступово підвищував облікову ставку, протягом року відсотки за доларовими вкладами лише зменшувалися. На кінець грудня банки приймали американську валюту під 1% річних.

Середня дохідність **депозиту в гривні**, з урахуванням сплати податків, у 2021 році становила 7%. Назвати її позитивною можна лише формально, адже такий рівень дохідності не покриває інфляції.

Рік тому Міністерство фінансів розміщувало річні **облігації внутрішньої державної позики** з виплатою в кінці строку 11,67%. Перевагою інвестицій в ОВДП є те, що, на відміну від депозитів, отриманий дохід не оподатковується.

Значно вищі доходи отримали покупці **акцій західних компаній**, проте на цьому ринку не все однозначно. Акції компаній, які найбільше подорожчали у 2020 році, у 2021 році показали стримані результати. Капіталізація Tesla зросла на 34,18% проти 700% роком раніше, Meta (до 28 жовтня – Facebook) – на 20,7%, Amazon – на 6,2% [5].

Чемпіоном з прибутковості виявилася невідома компанія Jasmine Technology Solution з Таїланду. Її акції за рік зросли на 7000% на тлі заяви керівника про те, що компанія займатиметься майнінгом Bitcoin [5].

У виграші були також власники акцій компаній-виробників вакцини від коронавірусу. Зокрема, капіталізація Moderna зросла на 110,2%, Pfizer – на 57,8%.

Можна було заробити і на ліквідних акціях, які торгуються на українському ринку. Наприклад, капіталізація «Укрнафти» за рік зросла на 41%, «Миронівського хлібопродукту» – на 10%, «Райффайзен банку» – на 6%.

Інвестиції у *житлову нерухомість*, здійснені на початку 2021 року, принесли прибутки, що набагато перевищують інфляцію. Середня вартість квадратного метра в столичній квартирі за рік зросла на 25% [5]. Ціни на квартири підвищувалися на тлі високого попиту, за яким не встигала пропозиція. Крім того, забудовники закладали у вартість квадратного метра зростання цін на будматеріали та оплату праці.

Комерційна нерухомість усе ще страждала від карантинних обмежень, хоча вже не так, як у 2020 році. Через невизначеність на ринку інвестиції в комерційну нерухомість показали стриманіші результати, ніж у житлову.

Найбільш прибутковими у 2021 році виявилися інвестиції в *криптовалюту*. Кожна гривня, вкладена в Bitcoin, принесла додаткові 55 копійок [5].

Таким чином, ми хочемо окреслити напрямки інвестицій у 2022 р.:

- валютні депозити. Відсотки за валютними вкладками зростатимуть не так інтенсивно, як за гривневими;

- облігації внутрішньої державної позики. Наприкінці 2021 року дохідність ОВДП сягала 12% річних. Надалі вона багато в чому залежатиме від реалізації геополітичних ризиків, зокрема від поведінки РФ на східних кордонах України та потреби уряду у фінансуванні. Суттєвого зростання ставок за ОВДП не очікується. Особливо в разі деескалації ситуації на сході країни;

- акції іноземних компаній. Розчарувати у 2022 році можуть іноземні цінні папери. Наприкінці 2021 року українцям стало простіше купувати акції західних компаній, хоча час для цього не найкращий;

- дорогоцінні метали. Висока інфляція – це хороша новина для золота та інших дорогоцінних металів. Набагато вигіднішими можуть бути інвестиції в срібло та платину. Попит на них штовхатимуть «зелені» тренди, адже ці метали використовують у виробництві електромобілів та у відновлювальній енергетиці;

- земля. Перспективною альтернативою ринку нерухомості може стати земля сільськогосподарського використання. Відносно вільно рілля продається в Україні вже більше півроку. За цей час середня ціна продажу зросла до 1,5 тис дол за га і надалі будуть зростати. Про це свідчить закордонний досвід: у країнах Східної Європи після відкриття ринку вартість землі протягом п'яти років зростала щороку на 20%. Так, з 2024 року доступ до ринку отримають також юридичні особи. До того часу і після ціни будуть зростати, тож аналітики рекомендують виходити з цієї інвестиції не раніше ніж через два роки.

- криптовалюта. Однією з причин динамічного зростання криптовалюти у 2020-2021 роках була підтримка економік розвинених країн урядами та центральними банками. Частина грошових стимулів та

надлишкової ліквідності фінансового ринку перетікала на крипториннок, стимулюючи попит на віртуальні монети, що спричиняло зростання цін на них. Імовірно, із згортанням програм кількісного пом'якшення може відбутися зворотний процес, через що на ринку відбудеться корекція [4]. Перераховані вище прогнози можуть з легкістю не справдитися. Починаючи з 2020 р. світ огорнула невизначеність, пов'язана з перебігом пандемії і людство зуміло її збільшити ще сильніше завдяки монетарним стимулам центробанків, "мем-акціям" чи інфляції.

Для України до перерахованих вище ризиків варто додати ще й наслідки агресії з боку Росії.

Головне – правильно оцінити ризики, розрахувати витрати та потенційний дохід, а також бути готовим жертвувати своїм часом для того, аби вберегти та примножити свій капітал.

У результаті дослідження даної проблематики можна зробити висновок, що інвестиції є визначальним фактором, який впливає на темпи економічного зростання та розвиток країни в цілому. Інвестування в сучасній економіці є провідною рушійною силою, адже виступає передумовою розширення міжнародного співробітництва та створення соціального ефекту у вигляді зростання доходів.

Література

1. Вдовиченко А.М. Фінансові ресурси населення та їх вплив на інноваційні процеси в Україні / А.М. Вдовиченко // Актуальні Проблеми Економіки. – 2009. – № 1 (91). – С. 207–217.
2. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 04. 07. 2002 року № 40-IV. Зі змінами від 23.03.2017 р. URL: <http://www.yurfact.com.ua/zminy-do-zakonodavstvado-zakonu-ukrainy-pro-investytsiinu-diialnist>.
3. Купченко В.Г. Теоретичні основи механізму трансформації заощаджень населення в інвестиції в національну економіку // Ефективна економіка, 2011 - № 11 – с. 15-19.
4. Матюшенко І. Ю. Інвестування (в контексті міжнародної інтеграції України) : навч. посібн. / І. Ю. Матюшенко. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 396 с.
5. Міністерство фінансів Україн. URL: <https://index.minfin.com.ua>
6. Самотоєнкова О.В. Економічна статистика: навч. посібник / О.В. Самотоєнкова, Ю.О. Ольвінська.– Одеса : ОДЕУ, 2010. – 182 с.

Валєєва Наталія

студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: д-р екон. наук, проф. Варламова Ірина Сергіївна

ЯК КЕРУВАТИ СВОЇМИ ГРОШИМА

Спочатку потрібно зрозуміти звідки беруться гроші, та на що витрачаються. Для цього є активи та пасиви. Активи це те що дає вам гроші, наприклад ваша робота, нерухомість (яку ви здаєте в оренду), акції, облігації,

диверсифікація, дорогоцінні метали та інше. Пасив це те, що забирає гроші регулярно, як транспортні засоби, кредит.

Потрібно розуміти що гроші які вам надходять, вони мають відрахування податків.

Податок — обов'язковий платіж, що стягується органами державної влади з юридичних осіб і фізичних осіб з метою фінансового забезпечення діяльності держави.

Щоб легше було зрозуміти, наведу приклад. Коли нам видають зарплату в 7 тисяч гривень, це в нас чистий дохід. Насправді ж ми отримуємо більше, зараз порахуємо:

1. Податок на доходи фізичних осіб (18%) $7000 \cdot 18 / 100 = 1260$ грн.
2. Військовий збір (1,5%) $7000 \cdot 1,5 / 100 = 105$ грн.
3. Утримання з зарплати = 1365. $(1260 + 100)$.
4. Брудні гроші становлять — 8365 грн, стільки ми заробляємо без податків.

Податки бувають прямими та непрямими. Що ж таке прямі та непрямі податки? *Прямими* податками називають те що стягують з суб'єкта оподаткування, доходів або майна платника податків. Прямими податками є нерухомість, фізична особа, податки на прибутки, отримані у вигляді відсотків, у тому числі податки на доходи від користування позиками, орендної плати, та всіх інших видів прибутків. *Непрямі* — це податки які утримуються шляхом встановлення над банки до ціни або тарифу. Вони бувають на додану вартість, акцизні збори, митні збори [1].

Коли ми зрозуміли що приносить нам гроші, а що забирає, можемо переходити до інфляції.

Інфляція — це знецінення грошей. Сьогодні ти можеш купити на 100 грн хліб, яйця та молоко, та ще може не вистачити, хоча раніше ти міг купувати набагато більше на ці ж самі кошти. Інфляція розраховується за споживчим кошиком який покупає середньо статистична людина, до якого входить приблизно 500 товарів та послуг. Інфляція залежить від кількості грошей, швидкості обігу, середній рівень цін, загальний обсяг товарів. Ринкова інфляція вважається нормальною до 6%, все що вище вже має напружувати. Протилежно інфляції є дефляція.

Дефляція — це зниження загального рівня цін на товари та послуги. Дефляція завжди гірше, бо через неї страждає економіка країни. Приклад: ви берете пакет послуг для телефону за 100 грн. в місяць, через місяць така сама послуга вже вартує 75 грн., ще через місяць - 50 грн. Висновок: купівельна спроможність грошей збільшилася, ціни знизилися. Тому люди будуть чекати поки вартість на продукти та послуги не впадуть ще нижче.

Що може допомогти зберегти гроші від інфляції? Облігації внутрішньої державної позики (ОВДП), депозит (зі ставкою не нижче рівня інфляції), валюти інших країн (долар 30%, євро 20%, швейцарський франк), дорогоцінні метали, інвестиції.

ОВДП — це цінні папери, які випускає Міністерство фінансів України. Їх плюси:

1. Вони надійні. Держава гарантує не лише виплату відсотків за вашим вкладом, а й 100% повернення ваших вкладень.
2. Можна отримати кредит. Якщо у вас є ОВДП, ви можете взяти кредит під заставу цих паперів.
3. Не потрібно сплачувати податки для фізичних осіб.
4. Можна продати ОВДП на вторинному ринку. Це означає, що ви можете перепродати свої ОВДП, наприклад брокеру.
5. Можна вкладати у гривні та у валюті. Попри те, що ОВДП продаються лише на внутрішньому ринку України, їх можна купити у гривні, доларах США та євро. Відсоток ви також отримуватимете у вибраній валюті.

Перелік банків де можливо їх купити: АБ «Укргазбанк», АТ «ОТП Банк», ПАТ «Сітібанк», АТ КБ «ПриватБанк» та інші. [2]

Дорогоцінні метали, до них відносяться срібло, золото, платина, а також інші метали платинової групи. Найчастіше в банках розміщуються саме золото та срібло (інші метали важче достати) — ними встановлюються банківські курси стосовно валюти тієї чи іншої країни. Тому в стандарті ISO 4217 їм присвоєно окремі буквені та цифрові коди. Найкраще її купувати коли ціни падають. Так, наприклад, головним фактором, що впливає на зміну ціни на банківське золото є його реальна вартість на світовому ринку, скоригована на курс гривні до долара США. Ослаблення гривні проти долара США сприяє зростанню цін на золото.

Які форми металів доступні для інвестування?

Інвестувати в дорогоцінні метали можна:

- набуваючи дорогоцінні метали в злитках, монетах, ювелірних виробках
- скориставшись поточним або депозитним рахунком в дорогоцінних металах
- набуваючи золоті сертифікати та інші цінні папери, номіновані в металах (в Україні не поширене).

Подушка безпеки та резервний фонд. *Подушка безпеки* це гроші на випадок непередбачених ситуацій, чи хвороби. Приблизна кількість вас має бути (3-6) зарплат, або якщо для вас це багато, порахуйте скільки грошів вам потрібно на комфортне життя в місяць, та помножте цю суму на 6 місяців, а краще на 12. Чим більша ваша подушка безпеки, тим довше ви зможете жити без потреби в заробітку. Нагадую, вона застосовується тільки в надзвичайних випадках. *Резервний фонд* направлений більше на вільні витрати. Ви робити його, щоб коли ви захотіли купити дорогу річ, могли зробити це без шкоди вашому гаманцю [3].

Спочатку завжди формується подушка безпеки!

Приклад до фінансової подушки безпеки.

Є сім'я, в якій батько заробляє разом з мати 20000 грн. Їхні витрати з дитиною складають 16 тисяч грн. Щоб зробити свою подушку вони розуміють, що задля комфортного життя їм потрібні ці 16 тисяч тому ми їх множимо на 3 чи 6 (місяці). Ось так буде виглядати розрахунки.

Обов'язкові щомісячні витрати становлять 16 000 гривень.

Подушка безпеки на три місяці – 48000 (16 тис.*3) гривень, на шість –

96 тис. (16 тис.*6) гривень.

Скільки років потрібно, щоб назбирати цю суму, зараз порахуємо.
 $48000/4000=12$ (місяців)

Тепер ми знаємо, що через 12 місяців в них буде сформована подушка безпеки.

Після формування подушки безпеки, можна вже почати збирати резервний фонд. На нього ми кладемо гроші які ми зекономили, чи ті самі 4000 тисячі (але кращі вже розподіляти ці кошти). Тепер все залежить від того куди ви хочете вкладати, в які активи.

Де зберігати ці кошти? Краще класи на депозит, поки у вас не буде велика сума. Тоді можете вкластися в облігації та інвестувати.

Інвестиції. Мало хто знає що це насправді є уявлення, що інвестиції – це коли ти кладеш гроші в якісь акції та нічого не роблячи заробляєш. Це не так, насправді ж інвестиції – це операція, яка передбачає придбання нематеріальних активів, та цінних паперів в обмін на кошти. Найкращий варіант інвестувати, як диверсифікацію. Означає розподілити свої активи в різних сферах, а саме в акції, облігації, нерухомість, дорогоцінні метали та інші. Звісно все залежить від того, скільки ви готові ризикувати та заробляти на цьому. Є свої інструменти для різних інвесторів, які належать до різних інвестувань. Безпечні та ризикові. Безпечні (в основному захищає від інфляції) вважаються інвестиції які приносять дохідність до 10% річних, все що вище вважається ризиковими. Інструменти безпечного інвестування: депозит у банку, дорогоцінні метали, іноземні валюти.

Інструменти ризикового інвестування: ОФЗ, акції, виробничі інструменти.

Важливо пам'ятати ризики є усюди, навіть якщо ви вкладаєте в найнадійніший фонд.

В завершення хочемо навести вам деякі закони грошей та надати пару парад:

1. Закон I. Примножуйте свій статок.
2. Закон II. Плануйте витрати.
3. Закон III. Забезпечте дохід на майбутнє.
4. Закон IV. Вкладай там де розумієш.
5. Закон V. Прораховуй ризики.
6. Закон VI. Живи по ресурсах.
7. Закон VII. Не купуй те на що не заробив.

Поради: 1) формуй подушку безпеки та резерв; 2) відкладай свої 10% на інвестиції, та подушку безпеки; 3) ставте фінансові цілі на 3, 6, 12 місяців; 4) вкладайте в різні активи (вони були перераховані раніше); 5) вкладатися потрібно регулярно; 6) запасіться терпінням, у більшості випадків, інвестиції — це довгострокові вклади; 7) важливо не скільки ви маєте грошей, а скільки ви можете зберегти.

Література

1. Цены на драгоценные металлы. URL: <https://index.minfin.com.ua/markets/bullion/>
2. Купуємо золото та інші дорогоцінні метали в злитках і монетах. URL: https://bankchart.com.ua/finansoviy_gid/investitsiyi/statti/kupuemo_zoloto_ta_inshi_dorogotsinni_metali_v_zlitzkah_i_monetah
3. Гроші. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%BE%D1%88%D1%96>

Єрмак Владислава

студентка 2 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: д-р філос., викл. Смолянкова Т.М.

ПІДГОТОВКА ДО НМТ-2022 З МАТЕМАТИКИ

Невдовзі, а точніше в липні, всіх студентів та одинадцятикласників чекає ЗНО, але в цьому році через вторгнення сталися зміни, на скільки відомо буде Національний мультипредметний тест (НМТ). Тим не менш, математика там є і до неї ще вистає часу аби підготуватися.

Я задалася питанням, як підготуватися за такий малий час. і яка структура НМТ? І знайшла купу корисного матеріалу, в ютубі, інстаграмі, навіть тік тоці, є дуже багато корисного і цікавого для підготовки.

Що таке НМТ? Національний мультипредметний тест (НМТ) [1] – форма проведення вступного випробування, покликана замінити на один рік традиційні вступні випробування у форматі ЗНО, ЄВІ та ЄФВВ.

Пропоную розповісти вам про структуру НМТ 2022. 60 тестових завдань з 3 предметів, серед яких 20 питань з математики. Розраховане на 90 хвилин і буде проводитися в комп'ютерному форматі в навчальних закладах освіти.

В блоці з математики будуть такі завдання:

1. 14 завдань із вибором однієї правильної відповіді з п'яти запропонованих варіантів;
2. 4 завдання на встановлення відповідності (потрібно встановити по 3 «логічні пари»);
3. 2 завдання відкритої форми з короткою відповіддю (неструктуровані завдання).

Кожному учаснику будуть видані довідникові матеріали та завдання можна виконувати на чернетках.

У математичному блоці НМТ не буде завдань відкритої форми з розгорнутою відповіддю. За виконання завдань цього блоку НМТ можна отримати від 0 до 30 балів.

Учасники дізнаються про результати після виконання блоків НМТ. Пізніше результат кожного блоку буде переведено в шкалу 100–200 балів. Для отримання результату за цією шкалою достатньо буде набрати хоча б один тестовий бал.

Як підготуватися до НМТ? Передусім, варто продовжувати ретельно працювати над шкільною програмою з математики, відвідуючи онлайн або офлайн уроки.

А для самостійного тренування доречно використовувати:

- тести та відеороз'яснення до завдань ЗНО минулих років;
- короткі тематичні тести в онлайн-тестувальнику [2] з математики (на сайті Львівського регіонального центру оцінювання якості освіти), які тривають по 20 хвилин;
- шкільні підручники, посібники для підготовки до ЗНО;
- інші ресурси, які допоможуть повторити математичні теми, а також призвичаїтися до роботи в середовищі онлайн-тестувальників, деякі я продемонструю:

1. *EdEra* [3] – Курс «Математика. Просто» стане в пригоді фактично кожному. Тут розробники поставили собі за мету не лише успішне складання тестів, а й зацікавлення математикою як наукою;

2. *Prometheus* [4] – Курс з математики допоможе закріпити знання зі шкільного навчання. З його допомогою ви навчитесь будувати математичні моделі реальних об'єктів, процесів, явищ, досліджувати ці моделі математичними засобами, виконувати дії з числами, поданими в різних формах тощо;

3. *iLearn* [5] – Це проект Освіторії. Під час реєстрації на iLearn ви створюєте гейміфікованого героя. Згодом за проходження тестів, завдань та вебінарів ви будете отримувати електронні монети Вчибакси. На віртуальних заняттях можна ставити запитання викладачу в коментарях, спілкуватися з однолітками та опановувати теми ЗНО;

4. *ЗНО онлайн* [6] – На сайті ЗНО онлайн розміщені тести, які абітурієнти проходили та які були на пробних ЗНО в 2009-2021 роках. Після того, як ви завершили тест, ви бачите не тільки, де помилилися, а дізнаєтесь про кількість отриманих балів та час виконання завдань;

5. *ZNOUA* [7] – Відеоуроки для підготовки до ЗНО з математики від викладачів ZNOUA. Детальний розбір усіх складних тем з алгебри, геометрії, тригонометрії, вищої математики. Відповіді на тести ЗНО, підказки і лайфхаки.

Та платні:

1. *TURBOZNO* [8]
2. *ZNOHUB* [9]
3. *ZNOUA* та багато інших.

Мені було дуже цікаво, що студенти скажуть про ЗНО та як вони готуються. Я провела дослідження на платформі «Google Форми» і ось, що можу про це сказати:

- 1) *Чи готуєтеся до ЗНО (НМТ)?* 63% готуються мінімум раз на тиждень, кожного дня 6%, а 31% взагалі забули про математику.
- 2) *На який бал зараз проходите тест?* 38% ще не проходили тести, і в середньому від 130-150 балів.

- 3) *Як Ви готуєтесь?* Половина готується самостійно, всього 12% з репетитором, 19% на онлайн курсах, і 19% не готуються зовсім.
- 4) *Які думки про ЗНО(НМТ) 2022?* 37% сподіваються подолати поріг, 25% дуже страшно, 19% не переживають, і 19% готуються, тому шанси є

Поради [10]:

1. Обов'язково пройдіть пробний тест ЗНО з математики і виконайте роботу над помилками. Проаналізуйте час, який ви витратили на кожний блок завдань. З огляду на це, розробіть стратегію, якої ви будете дотримуватися під час складання ЗНО.
2. Розберіться з формулами, які будуть у вашому робочому зошиті як довідкові матеріали. Ви маєте чітко знати, на якій сторінці і де саме розміщена кожна тема з математики, які формули з цієї теми у вас є, а які ви можете вивести самостійно з наданих формул.
3. Перевірте себе, чи вмієте ви ділити та множити числа без калькулятора, записувати частку у вигляді десяткового дробу.
4. Подивіться відеороз'яснення пробного ЗНО з математики. Там розглядається структура тесту та є детальні роз'яснення завдань з кожного блоку математичного тесту ЗНО. Завдяки цьому ви не будете у день тестування нервово гортати зошит, щоб подивитися, де легші завдання, а де складніші. А ще вивчите маленькі хитрощі для виконання завдань.
5. Якщо ви той учень, який не готувався протягом року до ЗНО з математики, а зрозумів це за місяць до тесту – ще не час посипати голову попелом. Весь наступний місяць раджу непідготовленим учням розв'язувати прості задачки. Так ви зможете набрати під час ЗНО свою мінімальну кількість балів – 110-120.
6. Не треба починати панікувати, засмучуватися, плакати, запитувати себе: «Чи витримаю я це випробування, чи зможу я написати тест на 120+ або на 150+ або на 190+ і т.д.?» Навпаки, налаштовуйтеся на продуктивну творчу роботу на ЗНО. Зараз настав час підготувати себе психологічно, тож зробіть це!
7. Не готуйтеся до тестування фанатично — не працюйте у форматі 24/7. Не перенапружуйтеся та робіть перерви між видами діяльності.

Література

1. Офіційний сайт МОН. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/vstup-2022-roztyasneniya-pro-zmist-strukturu-j-ocinyuvannya-matematichnogo-bloku-nmt>
2. Тренувальне онлайн тестування. URL: <http://lv.testportal.gov.ua:8080/>
3. EdEra. URL: <https://www.ed-era.com/>
4. Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/>
5. iLearn. URL: <https://ilearn.org.ua/>
6. ЗНО онлайн. URL: <https://zno.osvita.ua/>
7. ZNOUA. URL: <https://zno.ua/>
8. TURBOZNO. URL: <http://turbozno.tilda.ws/turbozno>
9. ZNOHUB. URL: <https://znohub.online/>

10. Неочевидні поради, щоб набрати 200 балів. URL: <https://osvitoria.media/experience/misyats-do-zno-matematyka-neochevydni-porady-shhob-nabraty-200-baliv/>

Кобзєй Каріна
студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»
Наук. кер.: викл. Ніколаєва Лариса

УЛЮБЛЕНІ МІСЦЯ ВІДПОЧИНКУ УКРАЇНЦІВ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19

Другий рік поспіль весь світ тримає у жорстких карантинних нормах пандемія гострої респіраторної хвороби COVID-19. Кожна людина розвиненої країни ставить за мету відпочинок після важкої праці протягом певного часу. Кожен обирає місце відпочинку для задоволення своїх потреб та отримання нових сил щоб продовжувати працювати. Мрії, певні плани, улюблені місця відпочинку – все це з кінця 2019 року потребувало альтернативних рішень.

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) туристичні потоки у світі зменшились на 30%, а в окремих європейських країнах, падіння доходило до 70%. Ми обрали певну тему бо вважаємо її актуальною саме тому, що Україна є розвиненою країною та знаходиться в дуже вигідному географічному положенні, центральній частині Європи та багата на природно-оздоровчі ресурси, різноманітні ландшафти, має чудову історико-архітектурну та культурну спадщину, що значно може покращувати розвиток економіки завдяки туризму.

Порівнюючи з країнами світу Україна значно відстає від інших держав саме за рівнем розвитку туристичної інфраструктури. Рівень обслуговування та якості туристичного сервісу потребує суттєвих змін. Метою нашого дослідження є виявлення найпривабливіших місць в Україні для внутрішнього туризму за період 2019-2021 рр. Намагаємось з'ясувати головні показники привабливості місту відпочинку.

Багато фахівців працювали над питанням розвитку та аналітики економіки завдяки туристичній галузі в Україні, серед яких: Н. Моїсєєва, О. Покатаєва, Г. Скляр, Т. Ткаченко, О. Трохимець, Н. Ушенко, І. Черниш, Н. Щербакова та ін. Зазначимо що туризм дуже впливає на економіку країни і потребує постійних змін для покращення попиту [3].

За результатами дослідження упродовж 2015-2018 рр. в Україні спостерігається загальне збільшення туристичних потоків (Табл. 1) [4].

Табл. 1. Туристичні потоки України

РОКИ	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість туристів	3454	2425	2019	2550	2806	4557
З них в'їзних(іноземців)	233	17	15	35	39	76
Виїздних туристів	2519	2085	1647	2061	2290	407
Внутрішніх туристів	703	323	357	454	477	457
Співвідношення кіл. Виїздних туристів до внутрішніх	9,6	6,4	4,6	4,5	4,8	8,8

Розглядаючи динаміку внутрішнього туризму в Україні з 2013-2018 рр., ми спостерігаємо зменшення кількості майже вдвічі (703-457 туристів). Виїзний туризм має такі показники в 2013 році було 2519 туристів, а в 2018 р. – 4557 українців виїхали на відпочинок за кордон.

Ми бачимо занепад внутрішнього туризму в Україні по відношенню кількості виїзних туристів для відпочинку в інших країнах. Це свідчить про непривабливість України для українців. На законодавчому рівні були розглянуті проекти щодо розвитку інфраструктури туризму в Україні.

Так, Державна цільова програма «Мандруй Україною» була розглянута у 2017 р., яка мала на меті розвиток галузі туризму до 2026 року [1]. Почалися виділятися кошти на туристичні міста України, реконструкцію пам'яток, замків, тощо.

Жорсткі карантинні норми під час пандемія COVID-19 внесли свої корективи. Активувались туристичні оператори ринку України, які змінили напрямки та пропозиції для споживача, збільшилась кількість пропозицій для відпочинку цікавими містами рідного краю. Багато українців віддали перевагу Українські туристи почали мандрувати країною, та знайшли для себе цікаві місця, які стали улюбленими. ісцеві курорти набули вагомego значення для українців. Закарпаття настільки привабило туристів, що також стало улюбленим місцем відпочинку для українців.

З 31 грудня 2017 р. почав діяти безвіз для громадян ОАЄ та українців в ОАЄ [2]. В 2021 р. блогер з ОАЄ відвідав закарпаття, виклав у соцмережах своєї країни інформацію дивовижних місць в Україні, це посприяло великому потоку іноземних туристів. До закарпаття почали прилітати мешканці Арабських Еміратів. Їх настільки вразив клімат, природа та культура, що вони готові були увесь свій гарячий сезон залишитись в Україні (в ОАЄ з липня температура сягає більш 40 градусів).

Головним було також те, що відсутнє меню на арабській мові, та були труднощі не тільки з перекладачами арабської або англійською мовами, та з екскурсоводами. Україна не готова до прийняття арабських туристів, це стало

зрозумілим після опублікування зауважень іноземними туристами. Основні проблеми: а) відсутність розрахунку в доларах; б) відсутність арабської кухні; в) відсутність у будиночках відпочинку кондеціонерів, біде; г) відсутність окремої кімнати для молитв.

Як ми бачемо проблеми існують і треба брати до уваги всі зауваження. Але Україна вразила природою, культурою, кліматом, традиціями.

Нами було проведено опитування восени 2021 року щодо улюблених місць відпочинку українців. Обстеження проводилось в соцмережах, 130 громадян України надали відповіді на запитання. За результатами опитування більше половини респондентів планують провести відпустку в Україні і лише кожен десятий – за кордоном.

71,3% респондентів висловились позитивно про туристичну привабливість України. Найбільше українці люблять відпочивати на природі (36,5%), на морі (27,7%), у горах (12,3%), в межах міста (7,9%).

Молодь України 15-25 років не проти відпочити десь на морі, або просто відвідати околиці різних міст. Найпопулярнішими стали: Київ (10%), Харків (8%), Дніпро та Запоріжжя(по 5%).

Не Зважаючи на вік та стать найпопулярнішими місцями для зимового відпочинку стала Західна Україна: 1) Буковель; 2) Львів; 3) Берегово.

Відпочинок влітку розділився на 2 табори: хтось бажає відвідати Азовське та Чорне море, у когось фаворитами залишається Західна Україна зокрема Трускавець з її цілющою водою, казковий краєвид Кам'янця-Подільська і незрівняні цілющі озера.

Для більшості людей в пріоритеті є відпочинок, але 23% українців не проти його поєднати з оздоровчо-лікувальними цілями.

Є категорія людей для яких літо та зима не найкращі сезони для відпочинку через високу та низьку температуру це може бути пов'язане з хворобами серця, тиску. І тому найбільш приємними є весна та осінь.

Підводячи підсумки нашого дослідження, зазначимо, що внутрішній туризм дуже приваблива галузь туризму, бо він має багато напрямлень. Україна може приваблювати як оздоровчим, так і зеленим туризмом, екскурсійним та спортивним туризмом та іншими видами. Україна завдяки комфортним мікрокліматичним умовам, унікальною та різноманітною флорою і фауною, багатою історико-культурної та архітектурної спадщиною приваблює не тільки Українців, а також і іноземців. Залишається відкритим питання покращення туристичної інфраструктури.

Поки ми опрацьовували наше дослідження 24 лютого 2022 р. почалась війна в Україні з росією. Головним завданням росії є зруйнування усіх історичних об'єктів та інфраструктури кожного міста, щоб Україна стала непривабливою країною. Для нас з'явилося нове питання: «Як відбудувати нашу країну після перемоги за прикладом тих країн в яких була війна?».

Ми розпочинаємо нове дослідження і будемо готувати корисну інформацію для відродження нашої країни. Обов'язковим повинно бути орієнтування на кожного споживача і кожну національність з її культурою.

Література

1. Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». URL: [Електронний ресурс. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>]
2. Безвізовий режим між Україною та ОАЄ. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/rus/news/2017/12/31/7075625/>
3. Шляхи розвитку туристичної галузі України в умовах викликів 2020. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2020/3_20_ukr/26.pdf
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>

Кобзєй Каріна

студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл.-метод. Ситніцька М.В.

БАЗОВІ ФІЗИЧНІ ЗНАННЯ ТА КЛЮЧІ ДО РОЗУМІННЯ ПІД ЧАС ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОХОДІВ

В умовах сучасного стану світових процесів туристична галузь повинна знаходити нові напрямки реалізації, які в першу чергу пов'язані з розвитком українського туристичного руху, а саме спортивно-оздоровчим напрямком. По суті він є однією з найдоступніших і масових форм активного відпочинку, пізнання та вивчення навколишнього світу нашої держави.

Актуальність та доцільність наукового пошуку в даному напрямі зумовлені соціальною значущістю та актуальністю проблеми формування і культивування здорового способу життя населення, забезпеченням його фізичного здоров'я.

Майбутньому фахівцю у сфері організації спортивно-оздоровчого туризму необхідно бути озброєним знаннями у тому числі з природничих дисциплін.

Мета дослідження: довести, що теоретичні основи знань з фізики потрібні для організації спортивно-оздоровчого туризму.

Враховуючи те, що до цього часу існує певна неузгодженість у трактуванні термінів спортивного чи спортивно-оздоровчого туризму, і ці поняття в енциклопедичному словнику-довіднику з туризму відсутні, ми дозволимо собі скористатися визначенням С.П. Фокіна: «Спортивний туризм – це специфічний вид туристсько-спортивної діяльності, головною формою якої є похід (подорож), або змагання з видів туризму; ці види діяльності спрямовані на випробовування фізичних, психічних, духовних сил людини, удосконалення туристської майстерності туриста та виконання нормативів спортивних розрядів. Головними відмінностями спортивно-оздоровчого і спортивного туризму є різниця в туристському досвіді та кваліфікації учасників і кінцевій меті діяльності [6].

Серед різноманіття спортивно-оздоровчого туризму потрібно виокремити пішохідний, водний, гірський, велосипедний, спелеотуризм, лижний, вітрильний туризм [2].

Закони природознавства мають універсальний і всеосяжний характер, а сферу їх прояви можна знайти у явищах природи, а й у суспільстві. Фахівцю у сфері туризму слід обов'язково враховувати закони фізики під час організації туристичних заходів. Якщо цього не робити, то наслідки можуть бути різними: від дискомфорту до важких травм.

Розглянемо взаємозв'язок фізичних знань з організацією туристичного походу на прикладі вибору екіпірування.

Коли світить яскраве сонце під час перебування у горах, на відкритій місцевості ми одягаємо окуляри. З погляду фізики, найважливішою функцією сонцезахисних окулярів є захист від ультрафіолету (UVB і UVA, UV400). Коли ми не носимо сонячні окуляри, у наших очей є природний захист зіниць ока. Яскраве сонячне світло примушує зіницю звужуватися, зменшуючи площу проникнення сонячних променів у око і, отже, ймовірність опіку. Коли на вулиці темніє, мозок «розуміє», що ультрафіолету менше, і зіниця розширюється. Якщо сонячного дня ми надягаємо захисні окуляри, то обманюємо мозок. Він «розуміє», що сонячного проміння менше, і розслаблює м'язи ока, розширюючи зіницю. Головне, щоб сонцезахисні окуляри були із захистом від ультрафіолетових променів. Якщо захист буде відсутній, то різко збільшується можливість отримати опік ока (зіниця розширена і ультрафіолетові промені вільно проникають в око).

На жаль, перевірити справжність захисту від ультрафіолету у вітрини практично неможливо довіритися етикетці. На ній має бути зазначено наявність блокування UVB та UVA або UV400 (100% захист). Деякі оптики мають спектрометр, який показує ступінь пропускання УФ, і ви можете попросити, щоб при вас перевірили окуляри, що купуються. Щоб перевірити сонцезахисні окуляри на ультрафіолет, знадобиться УФ-ліхтарик (або брелок для перевірки справжності купюр) та паспорт. Етапи експерименту: 1) Перевірте люмінесцентні можливості невидимих фарб у паспорті. Для цього посвітите на них ультрафіолетовим ліхтариком, в результаті чого ви побачите характерний вияв світіння; 2) Зробіть те саме, направивши промінь ліхтарика через лінзу окулярів, які потрібно перевірити на пропускання ультрафіолету. Свічення має зменшитися (при частковому захисті) або бути відсутнім (при 100% захисті).

Важливим елементом екіпірування є взуття. Щоб зробити правильний вибір, слід згадати: силу тертя, силу пружності, деформацію, теплопровідність. Якщо врахувати вище перелічене, то взуття має:

1. мати антиковзну підошву (оскільки в поході може бути мокре листя, каміння тощо);
2. мати товсту підошву, можна навіть покласти повстяну устілку (для того щоб не відчувати нерівності поверхні);
3. добре фіксувати ногу (щоб уникнути розтягнення зв'язок).

Для оптимального вибору рюкзака слід враховувати параметри людини (її зріст та стать), його фіксуючу систему (для рівномірного розподілу навантаження), вид тканини – найкраще непромокаюча, міцна тканина з проклеєними швами. Значення з точки зору фізики правильність наповнення рюкзака для зменшення втомлюваності під час походу. Найважчий вантаж потрібно розташовувати ближче до спини, де розміщено природній центр тяжіння тіла людини. Це дозволить обрати оптимального центр тяжіння.

Якщо ваша подорож пов'язана з проживанням на природі у наметі, значення має матеріал з якого виготовлено намет. Щоб зробити правильний вибір, слід згадати: силу пружності, деформацію, масу тіла, водонепроникність, повітропроникність.

Синтетичні тканини легкі і недорогі. Капронову або нейлонову тканину намету буде легко згортати і нести, навіть якщо маєте значений вантаж. На жаль, при контакті з водою вони сильно розтягуються і втрачають форму до повноцінної сушки. Поліестер витримає кілька років безперервних походів і буде ефективно стримувати сонячне випромінювання, але з повітропроникністю буде проблема. Поліестерові намети добре захищають від вітру. Проблемою з вентиляцією немає у натуральній тканині, подібно брезента, але переносити намоклий намет, через добрі гігроскопічні властивості тканини, підняття води по капілярам складно. Таким чином, універсальної тканини, яка вирішувала б всі проблеми туриста на стоянці, не існує. Всі матеріали мають свої плюси та мінуси. При виборі матеріалу намету потрібно враховувати, які характеристики важливіші для вас.

Для збереження власного тепла, необхідно використовувати теплоізоляційні матеріали. Цей параметр важливо враховувати при виборі спальників, матраців і т.д.

Комфорт під час спортивно-оздоровчих заходів залежить від правильно підбраного кольору одягу, повітро- та вологопроникність тканини.

Білий колір має максимальну відбивну здатність, тому одяг такого кольору нагрівається менше. У чорного кольору здатність, що відображає, мінімальна, у зв'язку з чим речі більше нагріваються. Також важливо враховувати не лише колір одягу, а й повітро- та вологопроникність тканини, бо влітку людина більше потіє. Краще віддати перевагу льону, бавовні, натуральному шовку. Не варто одягати прилеглі до тіла речі, краще зупинити вибір на вільних майках, сорочках, сукнях, штанах і т.д.

Таким чином, в умовах сьогодення спортивно-оздоровчий туризм має стати пріоритетним напрямком розвитку туристичної галузі в Україні. Будь-який регіон України, відрізняється наявністю численних природних, соціально-економічних і культурно-історичних ресурсів. Системність природничих знань дозволить фахівцю в сфері туризму якісно та професійно організовувати спортивно-оздоровчі туристичні заходи.

Література

1. Бригінець В.П. Лекції з курсу загальної фізики. Механіка: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / В.П. Бригінець, С.О.

Подласов, В.П. Сергієнко ; за ред. Проф. В.П. Сергієнка. – К.: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2010. – 170 с.

2. Павленчик Н. Ефективність використання туристичних ресурсів Львова / Павленчик Н. // Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. – Львів, 2019. – С. 104–107.

3. Остапчук В.В. Сучасний стан розвитку спортивного туризму в Україні / В.В. Остапчук // Фізичне виховання, спорт і туристсько-краєзнавча робота в закладах освіти: Збірник наукових праць. – Додаток до гуманітарного вісника ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». – Переяслав-Хмельницький: ФОП Домбровська Я.М., 2016. – С. 379-386.

4. Пангелов Б.П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей: навч. посіб. / Б.П. Пангелов. – К.: Академвидав, 2010. – 248 с

5. Мозолєв О.М. Організація молодіжного спортивно-оздоровчого туризму: Навчальний посібник. – Хмельницький: Вид-во: ХГПА, 2020. - 159 с.

Кротов Євген

студент 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. Ніколаєва Л. Г.

ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ДЛЯ УСПІШНОСТІ ЯК ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ

Компетентності є основою професійної майстерності, які формуються при здобутті освіти молодших бакалаврів. Фахівець з туризму за час навчання в коледжі повинен володіти такими компетентностями як: інтегральні компетентності, загальні, та навчальні компетентності [3].

Що саме сприяє формуванню компетентностей фахівця туризму? Саме це питання є актуальним на яке ми шукаємо відповідь в нашому дослідженні. Метою нашої роботи є виявлення основних чинників впливу на формування професійних компетентностей в сфері гостинності та туризму у студентів ВСП ЕПФК ЗНУ спеціальності туризм. Ключові слова: компетентність, успішність, професійний імідж, сфера гостинності, сфера туризму, рекреація, туристичний продукт, туристична діяльність.

Певне питання турбує багатьох науковців, серед яких : С. Головань, О. Коваленко, Є. Великодна. В сучасних умовах сфера туризму та гостинності – це велика і досить розвинута галузь економіки. З кожним роком сфера туризму впливає гучніше на економіку і є вагомим джерелом доходу кожної країни.

Починаючи з 2019 року туристична сфера серед світового внутрішнього продукту утворила 32%, що доводить вплив на економіку кожної країни. В Україні сфера туризму також розвивається та приносить дохід економіки країни. Елементи сфери туризму та гостинності включають у себе установи та

підприємства, мета діяльності яких – задоволення потреб туристів (комфортності, насиченості, створення змістовних умов для професійно-ділової діяльності, оздоровленню, спортивному розвитку, пізнанню нового та інше).

Сфера туризму – це міжгалузевий господарський комплекс, який ґрунтується на створенні туристичного продукту, що задовольняє потреби населення. Сфера гостинності охоплює безліч різних сфер діяльності: ресторанний і готельний бізнес, туризм, проведення наукових або розважальних заходів, а також організацію заходів міжнародного рівня, наприклад, олімпійські ігри, міжнародні футбольні турніри та інше. В основі цих сфер діяльності лежить теза «гостинність», тобто лояльність стосовно гостей, яку повинен надавати персонал закладів розміщення та обслуговування [1].

Головним чинником в якісному сервісі займає рівень підготовки фахівців сфери обслуговування та гостинності. Кожне підприємство піклується про свій імідж та найкращу ланку на ринку послуг, тому створює постійне навчання для персоналу. Для того щоб потрапити на підприємство з високим рівнем попиту, фахівець повинен здобути необхідні знання певної сфери, та продемонструвати набуті компетентності фахівця. На сьогодні в Економіко-правничому фаховому коледжі це можливо завдяки постійній співпраці адміністрації коледжу з стейкхолдерами. Саме стейкхолдери відмічають рівень професійної підготовки та пропонують робочі місця випускникам.

Останні кілька років можна спостерігати підйом конкурентоспроможності у багатьох напрямках економіки розвинених країн світу, тому випускники профільних навчальних закладів з спеціальності туризм повинні обов'язково відповідати сучасним професійним вимогам, які складаються за міжнародними стандартами. До того ж молодим фахівцям потрібно мати високий рівень компетентності, бути готовими адаптуватися до конкурентного середовища і самостійно приймати рішення. Наразі компетенція є дуже важливим чинником для здійснення самостійної професійної діяльності в сфері туризму відповідно до сучасних вимог ринку праці.

Туристичні фірми нерідко відмовляються від фахівців з дипломами туристських закладів вищої освіти, вважаючи за краще брати випускників з хорошою мовною або навіть технічною освітою. Професійна компетентність – це, перш за все, здатність розв'язувати типові спеціалізовані задачі, що передбачає застосування положень і методів туризмознавства і характеризується певною невизначеністю умов [2].

В сфері гостинності та туризму компетентності – це достатнє освоєння спеціальних знань і умінь, практичного досвіду, знань сучасних технологій й ефективної мовної підготовки. Для більш розгорнутого аналізу фахівця сфери гостинності та туризму ми розберемо компетентності які потрібні на посаді адміністратора готелю:

1. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово, та оволодіння розмовною іноземною мовою;
2. Вміння планувати та здатність до тайм-менеджменту;
3. Навички міжособистісної взаємодії, знання в області психології, конфліктології та медіації, здатність діяти соціально свідомо та відповідально;
4. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, вміння забезпечувати з ними ефективні комунікації, працювати як в команді, так і автономно;
5. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми, застосовувати знання у практичних ситуаціях, діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства [3].

Здатність до критичного мислення і синтезу, пошуку та оброблення інформації з різних джерел, аналізу рекреаційно-туристичного потенціалу території. Навички у сфері електронної комерції, опрацювання комп'ютерних програм в області туризму та гостинності, використання інформаційних та комунікаційних технологій; Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту, а також здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, вміння презентувати туристичний інформаційний матеріал. Здатність використовувати знання, уміння і практичні навички в галузі ділового етикету, естетики, культурної антропології та суміжних гуманітарних галузей знання при проведенні туристично-краєзнавчих досліджень [4].

Умілість у зчитуванні інформації невербаліки клієнта (уважність до його міміки та жестів), приємний зовнішній вигляд (доглянутість та чистота), постійна легка мимовільна посмішка. Вміння утримати та зрозуміти потреби клієнта, креативність, знання у сфері менеджменту, маркетингу та реклами.

Майстерність у веденні переговорів (а це, в першу чергу, говорити чітко та коротко, не відходячи від справи) та представленні свого продукту так, щоб це було цікавою пропозицією для туриста та вигідною згодою для турагента. Відповідальність та уважність до деталей у роботі з договорами, їх перекладі. Проведення опитування серед студентів-випускників 2017-2021 рр. спеціальності туризм ВСП ЕПФК ЗНУ більш вагомо розкрило відповідь на питання компетентностей фахівця. Опитування пройшло 45 випускників, серед яких 83% жіночої статі, 17% чоловічої статі. За спеціальністю працює 57%, 10% вже мали досвід роботи в сфері туризму та гостинності але знайшли своє покликання в іншому напрямку (керівник відділу продажів, тренер по навчанню персоналу, приватний підприємець та ін.).

Ми дізнались про початок кар'єри та стрімкий ріст, що підтверджує вірний підхід коледжу до формування професійних компетентностей. Швидке кар'єрне зростання в галузі туризму говорить про те, що отримані компетентності проявляються в роботі випускників які починають працювати в певній сфері обслуговування (порт'є, гід перекладач, офіціант, аніматор). З опитування ми дізнались що саме особисте бажання, досвід кваліфікованих викладачів, успішних роботодавців, знайомство з стейкхолдерами та велика

кількість практик як в країні так і за кордоном вплинуло на обрання певної спеціальності та велике бажання просуватися кар'єрними сходами.

Підводячи підсумки нашого дослідження ми з впевненістю можемо зазначити, що велике бажання працювати в певній сфері, зразок успішних людей та їх поради, велика можливість практичного досвіду, висококваліфіковані викладачі коледжу з практичним досвідом, кваліфікований підхід до студентів та можливість спілкування з стейкхолдерами, а також бажання йти сходами кар'єри все це та інше вплинуло на формування компетентності майбутнього фахівця сфери туризму та гостинності.

Література

1. Компетенція і компетентність: досвід теорії, теорія досвіду. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://core.ac.uk/download/pdf/324272272.pdf&ved=2ahUKEwjwqKnY9ZH3AhXjCRAIHXB2Dd4QFnoECEkQAQ&usg=AOvVaw1tBlWHrxcUbbzpnd1Qn3ma>
2. Особливості підготовки майбутніх фахівців сфери туризму та гостинності в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. URL: https://repository.sspu.edu.ua/bitstream/123456789/8290/3/%D0%9A%D0%B E%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D 0%92%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D0%BD %D0%B0_%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf
3. ОПП Фаховий молодший бакалавр, галузь знань 242. URL: <https://vstup.puet.edu.ua/wp-content/uploads/2021/10/OPP-242-mb-2021.pdf>
4. Стандарт вищої освіти України бакалавра 24 сфери обслуговування, 242 спеціальності туризм. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/242-Turizm-bakalavr.21.01.22.pdf>

Мільчева Софія

студентка 1 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. Баркова Ю.О.

СУЧАСНА РЕВОЛЮЦІЯ ОСВІТИ ТА ЇЇ ІНТЕГРАЦІЯ У VR ПРОСТІР

У роботі розкрито питання застосування засобів відтворення навчальної віртуальної реальності за допомогою мобільних засобів VR-шоломів OCULUS GO, MIRAGE SOLO, GEAR VR в процесі навчання студента.

Встановлено, що в процесі дистанційної освіти важливою є візуалізація в напрямку практичної підготовки молодого покоління. У роботі проведено аналіз літератури, щодо застосування VR технологій у навчанні.

Інформатизація навчального процесу вимагає від молоді бути готовим до використання новітніх технологій у своїй професійній діяльності. У зв'язку з цим сучасному суспільству потрібні фахівці нового покоління з високим рівнем інформаційної компетентності. Одним інноваційним напрямком у

навчанні є застосування VR технологій, які істотно допомагають зануритись у свою майбутню професію у звичайній аудиторії.

Значна кількість публікацій свідчить про те, що п'ять років тому здавалося нереальним, а тепер актуальність VR технологій є невід'ємною складовою нашого життя та майбутнього. Науковці наголошують на важливості використання інноваційного контенту, що відповідає умовам швидкозмінного інформаційного суспільства, доводячи, що це є кроком у майбутнє нашої освіти.

Перш за все було проаналізовано зарубіжний досвід використання VR технологій. Так, наприклад, дівчина на ім'я Ліл Мікела, яка є топовим інфлюенсером, закликає голосувати на виборах, боротися за екологію, права чорношкірих але її не існує, хоча це не заважає їй впливати на людей на рівні з блогерами.

Отже, віртуальні об'єкти вже давно здатні замінювати справжніх людей, наприклад, масове створення голограм померлих співаків, які проводять концерти у великих масштабах, політиків, що агітують населення. Речі теж починають замінюватися віртуальними, наприклад одяг. Такий формат мінімізує відходи, що виникають від виробництва і доставки. А виготовлення одного такого елемента зменшує викид CO₂ на 95%.

Всі ці набуття - доповнена реальність, тобто ми дивимося на світ через якийсь фільтр, який вбудовує у справжній світ віртуальні об'єкти так, ніби вони там справді знаходяться. У VR справжні предмети повністю зникають з поля зору, ви бачите лише віртуальне середовище. На відміну від AR, справжній світ не доповнюється, а повністю йде з поля зору. VR окулярами вже нікого не здивуєш, тому ми пропонуємо здійснити мандрівку цікавими й захоплюючими термінами.

Отже, в якості одного з перспективних освітніх засобів є віртуальна реальність (VR), яка моделюється комп'ютером і може застосовуватися при використанні навчальних і тренувальних вправ за допомогою мобільних засобів VR шоломів OCULUS GO, MIRAGE SOLO, GEAR VR. Дослідженнями доведено, що віртуальна реальність має значний потенціал як педагогічний інструмент не лише як засіб візуалізації, але підвищує якість та швидкість засвоєння знань, умінь та навичок. VR має значні переваги перед іншими засобами у наочності та точності відтворення у безпечному середовищі. Завдяки посиленню психологічного впливу, яке забезпечує віртуальна реальність відкриваються нові можливості у підготовці нових спеціалістів (Ветчанін, Горбатовський, 2020).

Наступним кроком є цифровий об'єкт, технологія NFT, що розшифровується як невзаємозамінний токен. Наприклад, картина яка записана у блокчейні (щоденнику), який бачать всі і яку неможливо підробити. Саме так і вчинив Ермітаж, запустивши цифрові копії картин Леонардо да Вінчі, Ван Гога. З кожного перепродажу вашої картини ви можете отримувати 5%.

Подорожуємо VR світом далі. уявіть, що ви потрапили у гру. В нашому випадку ми розглядаємо Fortnite, у якій проводять реальні концерти, модні покази та інші заходи. Користувачі не дивляться вміст, а самі знаходяться всередині нього, такий простір називається метавсесвітом. Подібний віртуальний всесвіт зараз будує Марк Цукерберг. Якщо ж ми поєднаємо NFT, метавсесвіт та криптовалюту, то отримаємо Decentraland - віртуальний світ як Minecraft, лише з ділянками у вигляді NFT.

Отже, це ще один перспективний освітній засіб який може застосовуватися при використанні навчальних занять.

Проаналізувавши можна стверджувати, що інтернет розвиток - це епохи Web 1.0, Web 2.0., Web 3.0, де епоха Web 3.0 - це децентралізація всього, а Марк Цукерберг прогнозує, що за Meta – майбутнє.

Незважаючи на вагомі результати пошуків поки, що поза увагою залишаються особливості застосування новітньої технології візуального простору для навчання студентів та молоді.

Але треба пам'ятати, що не важливо в якому світі ми знаходимось, важливі наші дії та вчинки, тож майбутнє неминуче, хочемо ми цього чи ніє, адже важливим є ким ми будемо в ньому.

Література

1. Антонова О. Є., Фамілярська Л. Л. Використання цифрових технологій в освітньому середовищі закладу вищої освіти. Відкрите освітнє Е-середовище сучасного університету. Спецвипуск «Нові педагогічні підходи в STEAM освіті». 2019. С. 10-22. URL: <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2019s2>.
2. Буртовий С. В. Електронні засоби навчання – від теорії до практики. Кіровоград: КЗ «КОІППО імені Василя Сухомлинського», 2014. 48 с.
3. Вовк О. Б. Системи електронного навчання – нові форми сучасної освіти. Математичні машини і системи. 2015. № 3. С.79-86.
4. Ветчанін Є., Горбатовський Д. Використання віртуальної реальності в освітньому процесі та профорієнтаційній роботі на прикладі програмного продукту VRANALYTICS. Освітнологічний дискурс. 2020. № 1 (28) С. 80-93. URL: <https://doi.org/10.28925/2312-5829.2020.1.7>
5. Хоружа Л. Л., Прошкін В. В., Глушак О. М. Компетентнісний розвиток викладачів вищої школи засобами цифрових технологій. Інформаційні технології і засоби навчання. 2020. Том 78. № 4. С. 298-314. URL: <https://doi.org/10.33407/itlt.v78i4.3042>
6. Burne G., Ovens A., Philpot R. (2018). Teaching Physical Education with Digital Technologies: a self-study of practice. Rebecolar. 2018. Vol. 2. P. 93-108. URL: <https://www.researchgate.net/publication/331262092>.

КРИСТАЛИ ТА ЇХ БУДОВА

У світі існує багато різних кристалів, але всі вони різні та відрізняються за будовою.

Незважаючи на величезну кількість відомих кристалів, число типів граней, що утворюють ці кристали, складає усього 47. Відрізняють багато типів кристалічних форм серед яких найпоширенішими є: прості [2].

Проста форма це сукупність граней кристала однакового розміру і форми, які пов'язані між собою елементами симетрії. Грані однієї простої форми позначаються однотипними індексами. Повна сукупність граней однієї простої форми може бути отримана розмноженням будь-якої із цих граней за допомогою елементів симетрії кристала. Кількість граней, що входять до однієї простої форми, відрізняється і змінюється в залежності від виду простої форми і може налічувати від однієї (моноедр) до 48 (гексаоктаedr) граней [1, с. 34].

Більшість назв простих форм походить від грецьких слів: моноедр (моно – один і едра – грань), діедр (ді – два), тетраедр (тетра – чотири), гексаедр (гекса – шість), октаедр (окта – вісім), додекаедр (додека – дванадцять) [1, с. 34].

Кількість граней в простій формі залежить від розташування вихідної грані відносно елементів симетрії. Якщо через грань не проходить жодного елемента симетрії, то утворюється загальна проста форма. Якщо через вихідну грань проходять елементи симетрії, то утворюється частинна проста форма. І чим більше елементів проходить через вихідну грань, тим меншу кількість граней має проста форма [1, с. 34-35].

Щоб визначити вид конкретної простої форми, необхідно встановити який вигляд мають її грані і подумки продовжити їх до перетину одна з одною. За виглядом многогранника, що утворився, визначають назву даної простої форми [1, с. 35]

Назви більшої частини простих форм нижчої і середньої категорій утворюються за простою схемою – вказуються дві ознаки: форма основи відповідної фігури і її загальна назва, як то призма, піраміда і діпіраміда. Основою призми, піраміди і діпіраміди може служити один із правильних плоских многокутників: ромб, рівносторонній трикутник – тригон, дітригон – подвоєний трикутник, одержаний із рівностороннього трикутника за рахунок подвоєння його сторін, тетрагон – квадрат, дітетрагон – подвоєний квадрат, гексагон – правильний шестикутник, дігексагон – подвоєний гексагон. Сполучення обох ознак визначає повну назву простої форми. Наприклад, тригональна призма, ромбічна піраміда, дігексагональна діпіраміда, дітетрагональна піраміда [1, с. 35-36].

Форми многогранників:

Додекаедр – многогранник, у якого всі грані правильні п'ятикутники і в кожній вершині сходиться по 3 ребра. Таку форму має гранат. Свою назву мінерал, що відноситься до магматичних порід, отримав через схожість із зернятками плодів гранатового дерева. Таку назву дав відомий алхімік Альберт Магнус, який жив у XIII ст.

Октаедр – многогранник, у якого всі грані правильні трикутники і в кожній вершині сходиться по чотири ребра. Таку форму має алмаз «Шах». Безбарвний алмаз був знайдений в Індії в 1618 році. Відомо, що цей алмаз був власністю Шах-Акбара і був названий на його честь. Також магнетит. Мінерал чорного кольору з металічним блиском, що містить залізо й має магнітні властивості має форму октаедра.

Куб – правильний многогранник, всі грані якого – квадрати. Таку форму має: пиріт залізний колчедан, золото дурнів, золото інків і котяче золото, альпійський діамант, камінь здоров'я.

Тетраедр – правильний многогранник, всі грані якого – правильні трикутники і з кожної вершини якого виходить рівно три ребра. Таку форму має: флюорит. Назва походить від *fluor* — течія, через здатність цього легкоплавкого мінералу при додаванні до руд металів знижувати температуру плавлення і додавати шихті текучість.

Ікосаедр – многогранник, у якого всі грані правильні трикутники і в кожній вершині сходиться по п'ять ребер. Таку форму має: лейцит. Названий за кольором (грецька *leukos* – «білий»). Термін увів німецький геолог А. Вернер, який описав мінерал по зразках, знайдених біля вулкана Везувія в 1791 році.

Література

1. Визначення простих форм і їх комбінацій у кристалічних многогранниках. URL: http://www.compnano.kpi.ua/pdf_files/methods/crist_2015/crist_met_2015_l05.pdf
2. Кристал. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BB#:~:text=%D0%9A%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BB%20%D1%94%20%D0%BE%D0%B1%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8F%D0%BC%D0%B8%20%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%96%D1%94%D1%97,\(%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%2047%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%85%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BB#:~:text=%D0%9A%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BB%20%D1%94%20%D0%BE%D0%B1%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8F%D0%BC%D0%B8%20%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%96%D1%94%D1%97,(%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%2047%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%85%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC))

ОБЛІК ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Актуальність теми полягає в тому, що наразі результатом діяльності виробничих підприємств є випуск готової продукції (виконання певних робіт та надання послуг). Готова продукція постає головною складовою ефективності і прибутковості виробничих підприємств, тому важливо правильно і ефективно організувати бухгалтерський облік на підприємстві для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

У зв'язку з чим, головним завданням обліку готової продукції сьогодення є забезпечення оперативного регулювання її виробництва та реалізації з урахуванням особливостей як національних стандартів бухгалтерського обліку (НПСБО) так і міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ).

Метою дослідження в цій роботі – є розвиток теоретичних основ організації обліку готової продукції та практичне застосування.

Бухгалтерський облік процесу виробництва залежить від конкретних умов, властивостей і характеру технології та організації виробництва і визначається індивідуальними особливостями. Інколи виготовлення одного продукту різними технологічними прийомами вимагає різної системи групування статей витрат собівартості.

Згідно П(С)БО №9 «Запаси», готову продукцію включають до складу запасів і вважають, що вона виготовлена саме на підприємстві, призначена для продажу і відповідає певним стандартам, передбаченим договором або іншим нормативно-правовим актом. Відповідно до П(С)БО 9 «Запаси» готова продукція належить до запасів.

Готовою продукцією вважаються конкретні вироби, що пройшли всі стадії технологічної обробки на підприємстві, відповідають встановленим стандартам чи технічним умовам, прийняті відділом технічного контролю і здані на склад або безпосередньо замовнику.

Готову продукцію класифікують за формою, ступенем готовності та технологічною складністю. За формою готову продукцію поділяють на уречевлену, результати виконаних робіт або наданих послуг. За ступенем готовності виокремлюють незавершене виробництво, напівфабрикати, готову продукцію. За технологічною складністю продукція буває простою або складною.

Наразі у багатьох виробничих підприємств існує проблема обліку готової продукції стосовно плати за отриману продукцію, виконані роботи та надані послуги. Адже майже кожному підприємству доводиться продавати продукцію з відстрочкою платежу та боротися з неплатежами. У зв'язку з чим, підприємству необхідно знати, які юридичні засоби використовувати для

отримання своїх грошей, як правильно організувати роботу зі стягнення дебіторської заборгованості

Метою визначення собівартості готової продукції являється включення всіх витрат, пов'язаних з її створенням. Методологічними засадами для формування собівартості готової продукції та її первісної оцінки є національні положення – П(С)БО №9 «Запаси» та П(С)БО № 16 «Витрати». Реалізація готової продукції має бути відображена за двома оцінками, прийнятими підприємством згідно Наказу про облікову політику, а саме: за первісною вартістю (дебет рахунку 901 «Собівартість реалізації готової продукції») та оцінкою, що зазначається за умов сторін (кредит рахунку 701 «Дохід від реалізації готової продукції»).

Планова собівартість – це прогнозне значення граничної величини витрат на виробництво окремих видів продукції (робіт, послуг), розрахованої на основі прогресивних, економічно обґрунтованих норм і нормативів на запланований період (квартал або рік). Нормативна собівартість визначає величину витрат на виріб у розрізі встановлених на підприємстві статей за поточними чинними нормами, нормативами та кошторисами (нормами витрати сировини, матеріалів, напівфабрикатів, палива, енергії, нормами і розцінками заробітної плати).

Фактична (звітна) собівартість розраховується на основі даних бухгалтерського обліку після закінчення звітного періоду і свідчить про розмір фактичних витрат, які здійснило підприємство при виготовленні продукції, виконанні робіт, наданні послуг. Вона розраховується на прикінці місяця за даними обліку витрат на виробництво. А в поточному обліку готову продукцію оприбутковують за умовними обліковими цінами – плановими. В наслідок чого, виникає відхилення між фактичною собівартістю та плановою.

Загальновиробничі витрати - непрямі витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням виробництва. Загальновиробничі витрати відображають на 91 рахунку, де накопичують інформацію про виробничі накладні витрати на організацію та управління виробництвом. Аналітичний облік ведеться за місцями виникнення та статтями витрат. Загальновиробничі витрати бувають змінними та постійними в залежності від обсягу діяльності підприємства. Постійні загальновиробничі витрати поділяються на розподілені та нерозподілені за допомогою нормальної потужності. Нормальна потужність – очікуваний середній обсяг діяльності, що може бути досягнутий за умов звичайної діяльності підприємства протягом кількох років або операційних циклів з урахуванням 12 запланованого обслуговування виробництва. Постійні розподілені загальновиробничі витрати розподіляють на кожен об'єкт витрат з використанням бази розподілу на 23 рахунок (годин праці, заробітної плати, обсягу діяльності, прямих витрат тощо). Постійні нерозподілені загальновиробничі витрати включаються до складу собівартості реалізованої продукції на рахунок 901.

Запорізьке публічне акціонерне товариство «МОТОР СІЧ» – одне з найбільших підприємств, які здійснюють повний цикл створення авіаційних

двигунів від розробки, виготовлення й випробування, до експлуатації й ремонту.

Основні види діяльності ПАТ «МОТОР СІЧ»:

- авіаційна промисловість;
- виробництво, монтаж та установка двигунів і турбін;
- виробництво електродвигунів, генераторів і трансформаторів;
- виробництво автомобільного транспорту, двигунів для автомобілів;
- виготовлення, капітальний ремонт, модернізація металорізальних та інших видів верстатів та різноманітного обладнання, технічне обслуговування та монтаж верстатів тощо.

Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності ПАТ «Мотор Січ» за 2017-2018 рр. показав, що збільшилися такі показники, як собівартість реалізованої продукції на 603 415 тис. грн., що свідчить про збільшення витрачених на виробництво ресурсів, незавершене виробництво на 1 663 980 тис. грн та готова продукція на 41 702 тис. грн.

Незначного зменшення зазнали такі показники, як, чистий дохід від реалізації (19%). Значне зменшення спостерігаються у показнику валового прибутку (41,53%). Все це свідчить про те, що у 2017-2018 рр. збільшилась вартість готової продукції на 3,46%, незавершеного виробництва на 18,65% та собівартості реалізованої продукції на 9%, що свідчить про розширення виробництва та уповільнення оборотності капіталу.

Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності ПАТ «Мотор Січ» за 2018-2019 рр. показав, що збільшились показники незавершеного виробництва на 1 012 528 тис. грн. та готової продукції на 221 370 тис. грн., всі інші показники зазнали зменшення, як-от собівартість реалізованої продукції (40%), чистий дохід від реалізації (48%), валовий прибуток (58%).

Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності ПАТ «Мотор Січ» за 2017-2019 рр. показав, що збільшилися показники незавершеного виробництва на 2 676 508 тис. грн. та готової продукції на 263 072 тис. грн, значно зменшились собівартість реалізованої продукції на 2 308 905 тис. грн, чистий дохід від реалізації на 8 713 527 тис. грн., валовий прибуток на 6 404 622 тис. грн. За 2017-2019 рр. в ПАТ «Мотор Січ», який представлений у таблиці 2.4, має значні скорочення частки чистого доходу від реалізації (-57,51%) та валового прибутку (75,68%), що є вкрай негативною тенденцією, оскільки зменшення обсягу реалізації продукції призвело до отримання чистого збитку. Таким чином, за 2017-2019 рр. ПАТ «Мотор Січ» має збитки від своєї діяльності, велику кількість активів, які перевищують суму власного капіталу та зобов'язань, що свідчить про високу ймовірність банкрутства.

ВИСНОВКИ:

7. Досліджено теоретичні засади та особливості порядку формування собівартості готової продукції.

8. Досліджено вимоги до складу собівартості готової продукції за НСБО та МСФЗ.
9. Здійснено аналіз показників консолідованої фінансової звітності ПАТ Мотор Січ та зроблено висновок.
10. Досліджено відповідність нормативним документам обліку готової продукції наказу про облікову політику ПАТ Мотор Січ.

ПРОПОЗИЦІЇ:

1. Переглянути наднормативні витрати, обсяг довгострокових зобов'язань, збільшити обсяг випуску супутніх товарів (продукції).
2. Подальше удосконалення обліку готової продукції, а також, доходів, витрат, кінцевих фінансових результатів пов'язується із подальшою гармонізацією вітчизняного обліку та звітності з міжнародними стандартами.

Тимошенко Данило

студент 3 го курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: канд. техн. наук, викл. Шитікова О.В

ВИКОРИСТАННЯ AGILE-ПІДХОДУ В КЕРУВАННІ ІТ-ПРОЄКТАМИ

Як відомо, правильна постановка завдання вже половина успіху. Решта – ефективність її виконання, а вже цю частину можна розбити на безліч складників.

Зараз є багато підходів до виконання завдань. Але останнім часом особливу популярність набув Agile метод. Отже, метою даної роботи є ознайомлення з Agile-підходом, його перевагами на прикладі ІТ, де він є найбільш поширеним.

Agile методу властиві 4 головні цінності:

- 1) Люди – щоб люди працювали ефективніше, процеси та інструменти не повинні їх обмежувати.
- 2) Працюючий продукт – щоб клієнти були задоволені, їм потрібен саме продукт, що працює.
- 3) Співпраця із замовником – щоб отримати продукт, дійсно цінний для замовника, варто відмовитися від зайвих деталей у контракті між підрядником і замовником.
- 4) Готовність до змін – щоб не відкладати ризики проєктів на останні стадії розробки (коли вже пізно зменшуватиме зміст роботи, зрушуватиме термін чи посилюватиме команду), Agile пропонує не тільки ітеративність роботи, але й готовність до змін на всіх стадіях [1].

Потреби клієнта мають бути зрозумілі для всіх. Важливо, що при Agile-підході до потреб клієнта фокусується не тільки бізнес і менеджер продукту, але і вся команда. Правила та процеси, за якими працюють Agile-команди, мають бути простими, щоб люди змогли сфокусуватися на клієнтах та на створюваному продукті.

Робота короткими циклами. Тривалість циклу – близько тижня або місяця, за цей час розробники видають якийсь корисний для клієнта результат. Використання зворотного зв'язку. Розробники демонструють продукт замовнику, отримують зворотний зв'язок на продукт та відомості про зміни планів замовника, потім допрацьовують, додають щось корисне тощо за циклом.

Однак Agile – не цілком метод, це скоріше як філософія. Якщо казати про методи, які сліднують цій філософії, то варто відокремити Scrum і Kanban [2].

У Scrum робота ведеться однаковими за тривалістю короткими ітераціями. Вся робота виконується силами невеликої команди, до якої входять розробники, власник продукту (що відповідає за успіх продукту) та скрам-майстер (що відповідає за ефективність та правильне застосування Scrum). Команда самостійно вирішує хто, що, коли і як робить. У ході роботи розробники щодня та усно обговорюють перешкоди, короткострокові плани та поділ роботи між собою [3].

Канбан – це метод підвищення якості сервісу: набір принципів і практик, які роблять сервіс (або розробку продукту) швидшим і відповідним очікуванням споживачів. Має метрики, що сильно відрізняються від Скраму, не вимагають оцінки трудомісткості завдань (наприклад, час проходження завдання в системі).

Відрізняється відсутністю фокусу на самоорганізацію команди та відсутністю прямого зв'язку Канбан-практик з Agile-цінностями (у Канбана є свої цінності, багато з яких цілком узгоджуються з цінностями Agile, наприклад: клієнтоорієнтованість, співпраця, прозорість).

Найбільш широко застосовується одна з декількох практик – Канбан: візуалізація процесу – у тому числі за допомогою так званої канбан-дошки. Це фізична або електронна дошка зі стікерами, що позначають різні завдання. На відміну від Скрам-дошки з трьома стовпцями, в Канбані прийнято візуалізувати на дошці кожен етап процесу, а також ділити кожен стовпець на дві частини – «в роботі» і «готово до наступного етапу» [4].

Якщо порівнювати ці методи, то можна виділити наступне:

Кожна зустріч Scrum націлена на одне із двох – або на координацію руху команди (щоденні мітинги, планування, огляд спринту), або на розвиток командної взаємодії, досвіду чи навичок Scrum-команди (ретроспектива).

Канбан метод дивиться на зустрічі інакше. Оскільки основа Канбан-метода – це дані і статистика, мета зустрічей полягає у тому, щоб проаналізувати зібрані дані про робочий процес, виділити системні проблеми та прийняти управлінські рішення способи зміни робочого процесу задля усунення виявлених проблем. Ці рішення приймає менеджер сервісу за підсумками зустрічі.

Отже, Agile – це не методологія, не дошки зі стікерами та не стандартизований набір зустрічей команди, наказаний у Scrum.

Це слово зараз має два основні значення:

Agile – це система цінностей (або спосіб мислення, або філософія, якщо вам так більше подобається), яка сприяє швидкій розробці нових продуктів, що максимально відповідають потребам клієнтів.

Agile – це також збірна назва різних підходів до управління розробкою, деякі з яких навіть не поділяють всі 4 цінності Agile (приклад – Kanban).

Agile фокусується саме на розробці – точніше, на реалізації та постачанні готових продуктів.

З іншого боку, Agile – це про організацію процесу розробки, а не про технічні деталі продажу, що залежать від промисловості.

Література

1. Що таке Agile. URL: <https://www.atlassian.com/ru/agile>
2. Огляд Agile. Резюме Место Agile среди родственных управленческих подходов. URL: <https://scrumtrek.ru/blog/agile-scrum/4029/metodologiya-agile/#>
3. Епоха Agile. Як розумні компанії змінюються та досягають результатів. URL: <https://www.management.com.ua/books/view-books.php?id=2460>
4. Чим Канбан відрізняється від Scrum. URL: <https://scrumtrek.ru>

Черкун Андрій

студент 2 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл. вищ. кат. Мордвінова І.О.

МЕДІА ЯК ОСОБЛИВИЙ ЧИННИК ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ

У ХХІ столітті, засоби масової інформації (далі – ЗМІ) – надпотужний інструмент прямого чи опосередкованого впливу та контролю національної, глобальної економіки. Медіа, як окремий сектор економіки, має нерозривний зв'язок з економічною сферою суспільства. Ситуація в світі після російського вторгнення в Україну чітко розкриває актуальність теми: погляди людей, що формуються під впливом масових комунікацій, визначають їх економічну поведінку. В успішних країнах ЗМІ є позитивним фактором розвитку держави. Однак, медіа можуть взяти на себе іншу роль та стати суворим вироком. Тому важливо визначити, наскільки медіа може діяти на економічні процеси та як правильно регулювати нестабільну кризову ситуацію через підвищену зацікавленість засобів масової інформації.

Прикладів того, як медіа може переломити економіку в історії людства – неймовірна кількість. Навіть одне повідомлення у Twitter може сприяти падінню акцій, хоча, зазвичай, короткочасно. Так, Дональд Трамп ще до інавгурації написав пост, що замовлення на президентський борт від Boeing треба скасувати через високу ціну, чим спровокував падіння акцій компанії [1]. А коли модель та впливова медіаперсона Кайлі Дженнер написала на своїй сторінці про те, що вона перестала користуватися Snapchat після зміни

дизайну, наступного дня акції Snap обвалилися на 6%, ринкова ціна компанії знизилася більш ніж на \$1 млрд [2].

Ще більш актуальним прикладом є та політична обстановка, що була напередодні війни. Тоді про можливість дій РФ в бік України говорили не тільки ЗМІ, а й економічне становище країн. Курс української та російської валюти до євро та долара опустився до 6%, причому російські мільйонери почали бідніти, проте для України фактично закrywся зовнішній ринок капіталів [3].

Важливо усвідомлювати, що зазвичай медіа працює як економічний посередник, елемент ринкової інфраструктури. Така стратегічна роль полягає в тому, що ЗМІ зводять продавців та покупців. Це відбувається завдяки рекламному змісту мас-медіа. У найпростішій економічній ситуації місцем зустрічі покупців та продавців є фізична ринкова площа. Але, коли потреби суспільства в різних товарах та послугах перевищують місткість подібного примітивного ринку, на передній план виходить роль ЗМІ.

ЗМІ також можуть багато зробити, щоб стимулювати бажання купувати. На фізичному ринку таке можливе, тільки коли споживач уже прийшов на ринок. Якщо споживач прийшов на ринок, щоб купити картоплю, і вже там бачить, наприклад, привабливі помідори, він може купити також і помідори, навіть якщо спочатку така покупка не входила до його намірів. Дуже схожим чином медіа можуть стимулювати бажання купувати у споживачів, які навіть не вийшли за поріг власного будинку. Економічна роль такого типу для ЗМІ не обмежена окремою індустрією чи сегментом економіки. Мас-медіа здатні обслуговувати національну економіку в цілому, зводити покупців і продавців і вселяти ту впевненість, яка веде до економічного зростання і розвитку.

ЗМІ, впливаючи на економіку, видає певні позитивні чи негативні ефекти, за допомогою яких можна підрахувати показники ефективності використання медіа у різних рівнях функціонування економіки, що зображено у відповідній таблиці (див. табл. 1).

Таб. 1. Економічні ефекти використання соціальних медіа

Рівні впливу	Позитивні ефекти	Негативні ефекти	Показники ефективності використання медіа
1	2	3	4
Мікроекономічні суб'єкти господарювання)	Знижує операційні витрати фірми, підвищує мотивацію працівників, накопичення соціального капіталу, підвищення ефективності виробництва та краща дія маркетингу	Вимагає фінансових, кадрових, матеріальних ресурсів для розвитку всередині корпоративної мережі, її підтримання та використання.	Наявність корпоративної соціальної мережі, соціального капіталу

1	2	3	4
Мікроекономічні (ринки)	Розширює ринки шляхом залучення більшої кількості споживачів та на основі безкоштовних товарів та спільного використання, розширення можливих контрагентів, формування ланцюжків генерації знань	Перехід фірм до більш тісної взаємодії зі споживачем, загострює конкуренцію між фірмами, підвищує додаткові витрати на просування товару	Недоліки взаємодії, поява нових товарів на основі взаємодії зі споживачем
Мезоекономічні	Формування мереж, платформ та кластерів, що знижують витрати взаємодії	Зміна галузевих пропорцій в економіці у бік переважання сфери послуг	Наявність кластерів, рівень взаємопроникнення виробництва
Макроекономічні	Розвиток внутрішнього ринку, залучення внутрішніх заощаджень, розвиток віддаленої зайнятості, довіра до економіки	Зміна галузевих пропорцій економіки у бік переважання сфери послуг, підвищення імпортозалежності	Витрати по контролю інститутів, обсяги каналів альтернативного фінансування

Найвпливовішим чинником на економічні процеси є соціальні мережі, а, отже, витрати на рекламу суб'єктами господарювання. У 2020 році глобально на рекламу було витрачено \$530 млрд, з яких половина іде саме на соціальні мережі [1]. Згідно з даними про ВВП України за 2021 рік, складова «Інформація та телекомунікації» займає 246021 млн. грн., що становить 4,5% від загальної суми. Це більше на 0,8% у порівнянні з 2015 роком. За обсягами реалізованих послуг рекламна діяльність в Україні за IV квартал сягає 4,63%, а у Запорізькому регіоні – 6,9%. При цьому за кінцевими споживчими тратами зв'язок, в тому числі рекламні послуги, займають близько 7,1%, зі зміною дефлятора 5,5% [4].

Також для оцінки міри впливу медіа на економіку необхідно дослідити, як та в якому розмірі суб'єкти господарювання користуються ЗМІ. За метою використання соціальних медіа на підприємствах за видами економічної діяльності 2018-2019 роках через представлення підприємства або рекламування його роботи (товарів, послуг) можна виокремити оптову та роздрібну торгівлю, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів, переробну промисловість, професійну та наукову діяльність та сферу адміністративного та допоміжного обслуговування [5].

Окремо варто розглянути використання соціальних ЗМІ на підприємствах за видами діяльності як одного із чинників формування економічної свідомості громадян. Станом на 2019 рік найбільше бізнесів нараховується у галузях оптової, роздрібною торгівлі, переробній промисловості, будівництві. В загальній кількості 26% підприємств користуються соціальними мережами, 7% – блогами і мікроблогами, 12,8% – вебсайтами з мультимедійним умістом, хоча фактично дані показники є значно

вищими. До речі, 57,1% установ мають свій вебсайт, що означає його використання в плані медіа та реклами лише на 1/5 (22%) [5].

Отже, ЗМІ – це суттєвий сегмент національної економіки. Вони можуть опосередковано допомагати економічному зростанню, сприяючи ефективному управлінню та розширюючи права громадян. Вони можуть бути комерційними посередниками, зводячи покупців та продавців за допомогою рекламного контенту, а також примножувати статки своїх рекламодавців. З наданих теоретичних та статистичних даних видно, що соціальні медіа є глобальним явищем і можуть впливати на зміну національних ринків, посилення глобалізації економіки та міжнародні, національні процеси її розвитку. В нормальному суспільстві ЗМІ впливає на економіку та навпаки, тому потрібно прагнути до розвитку взаємодії цих понять. Правильне використання медійних ресурсів в економічному удосконаленні – гарантована заявка до щасливого майбутнього.

Література

1. Kilgore T. Boeing's stock drops after Trump tweet about canceling Air Force One order. – 2016. URL: <https://www.marketwatch.com/story/boeings-stock-drops-after-trump-tweet-to-cancel-air-force-one-order-2016-12-06>.
2. Kaya Y. Snapchat stock loses \$1.3 billion after Kylie Jenner tweet. – 2018. URL: <https://money.cnn.com/2018/02/22/technology/snapchat-update-kylie-jenner/index.html>.
3. Калашник П. Загроза війни б'є по економіках України та Росії. Кому болючіше? – 2022. URL: <https://finance.liga.net/ekonomika/article/ugroza-voyny-bet-po-ekonomikam-ukrainy-i-rossii-komu-bolnee>.
4. Агентство аналізу глобального рекламного процесу «GroupM». URL: <https://www.groupm.com/>.
5. Державна служба статистики в Україні. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Шевченко Олександра

студентки 3 курсу ВСП «ЕПФК ЗНУ»

Наук. кер.: викл.-метод. Чичун Л.Д.

СТРУКТУРА, МЕТОДИКА І ТЕХНІКА СКЛАДАННЯ БАЛАНСУ

В системі сучасного інформаційного забезпечення процесу прийняття економічних рішень в умовах невизначеності й обмеженості ресурсів, важливою основою є звітність про фінансовий стан (або фінансова звітність). Фінансова звітність в свою чергу повинна забезпечувати достовірну та неупереджену інформацію для користувачів про показники фінансового та майнового стану підприємства.

Відповідно до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку №1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» під бухгалтерською звітністю розуміють звітність, що складається на підставі даних

бухгалтерського обліку для задоволення потреб певного кола користувачів. Фінансова звітність за цим положенням розглядається як частина бухгалтерської, яка містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за певний звітний період.

Фінансова звітність (баланс) – це звіт про фінансовий стан підприємства на певну дату, який показує у грошовому еквіваленті його господарські засоби (активи) та джерела їх надходжень (капітал та зобов'язання).

Мета складання балансу – надання користувачам повної, правдивої, неупередженої інформації про фінансовий стан підприємства на звітну дату. Бухгалтерський облік насамперед є обов'язковим видом обліку, який ведеться підприємством. Фінансова, податкова, статистична та інші види звітності, що використовують грошовий вимірник, ґрунтуються на даних бухгалтерського обліку.

Баланс має важливе значення для керівництва підприємством, його називають «дзеркалом роботи підприємства». За балансом можна визначити, якими ресурсами розпоряджається підприємство, розмір цих ресурсів, які у підприємства зобов'язання й розмір власного капіталу.

А найважливішою основою фінансової звітності є балансове рівняння – рівність між величиною активів і пасивів балансу.

Господарська операція – дія або подія, яка викликає зміни в структурі активів чи/та зобов'язань, власному капіталі підприємства.

Господарські операції по різному впливають на статті бухгалтерського балансу, розділи та підсумок, але завжди у балансі зберігається рівність активу і пасиву.

За впливом на баланс всі господарські операції поділяють на чотири види. Нижче наведені їх формули:

Операції 1-го виду – зміни відбуваються тільки в активі (приклад: отримано гроші з банку в касу)

$$A + (-) = П, \quad (1.1)$$

де A – підсумок за активом балансу;

$П$ – підсумок за пасивом балансу;

- або + – господарська операція (сума в грошовій одиниці).

Операції 2-го виду – зміни відбуваються тільки в пасиві (приклад: переоформлено короткостроковий договір кредиту на довгостроковий)

$$A = П + (-), \quad (1.2)$$

Операції 3-го виду – збільшується актив і пасив (приклад: отримано попередню оплату за послугу, товар тощо)

$$A + = П +, \quad (1.3)$$

Операції 4-го виду – зменшується актив і пасив (приклад: перераховано заборгованість за попередньо отримані товари, послуги тощо)

$$A - = П - , \quad (1.4)$$

Структура ж балансу складається з таких частин: актив та пасив, а далі вже розкриваються їх розділи.

Розділи активу балансу: 1) «Необоротні активи»; 2) «Оборотні активи»; 3) «Витрати майбутніх періодів».

Розділи пасиву балансу: 1) «Власний капітал»; 2) «Забезпечення наступних витрат і платежів»; 3) «Довгострокові зобов'язання»; 4) «Поточні зобов'язання»; 5) «Доходи майбутніх періодів».

Між статтями Активу і Пасиву балансу існує взаємозв'язок. ***Кожна стаття балансу має свої джерела фінансування.***

Перед складанням заключного балансу за звітний рік здійснюється інвентаризація усіх засобів підприємства або установи, що забезпечує правдивість їх показників за звітний період.

Бухгалтерський баланс (фінансову звітність) підприємства підписують:

1. керівник підприємства;
2. головний бухгалтер.

Своїми підписами вони підтверджують правильність даних зазначених у звіті про фінансовий стан (балансі) й несуть за них відповідальність.

Таким чином, кожний вид фінансової звітності дозволяє підприємству та державі зрозуміти, в якому стані перебуває підприємство на відповідний звітний період та які засоби впливу слід використати для покращення його стану.

А статті фінансової звітності об'єднуються в розділи, що дає можливість загального огляду балансу і дуже зручно при проведенні аналізу інформації. В основі об'єднання балансових статей в розділи покладено принцип їх ліквідності та їх економічна класифікація. Інформація, яка міститься в балансі, повинна бути суттєвою та повністю розкритою.

СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ, ЛОГІСТИКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Акімочкіна Юлія

студентка 2 курсу фак-ту менеджменту

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Хацер М.В.

ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЙОГО ПОДАЛЬШИЙ РОЗВИТОК

На сьогодні туризм відноситься до найбільш прогресивних галузей світового господарства і також досліджується і як окремий вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. Завдяки туристичній сфері вирішуються такі питання як створення робочих місць та проблема зайнятості населення. Зараз важко сказати, яка кількість людей зайнята в сфері туризму, оскільки вона тісно взаємодіє з багатьма секторами економіки.

Фінансові надходження, наявність робочих місць та успішність регіону – всього цього можна досягти завдяки процвітанню туризму. Запорізька область має різноманітні туристичні об'єкти, але не користується сповна благами регіону. Мається на увазі відсутність нових ідей щодо розвитку

туризму та невелика кількість висококваліфікованих кадрів у туристичній сфері [1].

Не зважаючи на наявність різноманітних можливостей для залучення внутрішніх та зовнішніх туристів відзначаємо стагнацію туристичної сфери регіону та недостатню реалізацію туристичного потенціалу області [2].

Проблематику розвитку туризму та реалізації туристичного потенціалу Запорізької області досліджували у своїй наукових роботах: О. М. Олійник [2], Д. Ю. Ловчикова [2], Ю.О. Юхновська [3], О.А. Марченко [4] та інші науковці. Однак, наявність практичних проблем розвитку туризму у Запорізькому регіоні потребує проведення подальших досліджень з цієї тематики.

Наразі Запорізька область має можливості для розвитку наступних видів туризму: промисловий, пізнавальний, подієвий, екстремальний, сільський, дитячий та лікувально-оздоровчий.

Індустріальний туризм, сформований як основа економіки міста, орієнтується на використання особливої промислової спадщини (280 промислових підприємств) [5].

Пізнавальний (або історичний) туризм містить в собі велику кількість етнокультурної багатоманітності. Унікальний заповідник та острів Хортиця з плавнями, узбережжя славетної річки Дніпро, розмаїта флора і фауна, реліктові балки, кургани скіфського стану, буддійські Ступи, кам'яні баби 4–2 тис. до н.е., наявність 26 храмів різних релігійних конфесій, Музей історії запорозького козацтва, школа бойового козацького мистецтва «Спас», історико-культурний комплекс «Запорозький дуб», кінний театр «Запорозькі козаки» та панорамні майданчики.

Подієвий туризм, завдяки якому кожного року відбуваються заходи розважального та спортивного спрямування як національного, так і міжнародного рівнів.

В області також розвинений екстремальний туризм, що дозволяє спробувати такі розваги, як стрибок з парашутом, зліт в небо на дельтаплані та стрибок з висоти на мотузці.

Область відома своїми природничими пам'ятками – в сфері зеленого туризму 15 об'єктів агротуризму претендують на отримання сертифікатів у рамках екопроектів ЄС.

Щодо дитячого туризму, то в місті розташоване досить цікаве місце для дітей – Запорізька дитяча залізниця (найдовша дитяча залізниця України). На території ЗДЗ також є тераріум, акваріум, зоокуточок, зимовий сад та поляна казок [6].

Лікувально-оздоровчий (медичний) туризм може потішити пейзажами Дніпра, джерелами мінеральної води та лікувальної грязі, відпочиноком на березі Азовського моря (популярні курорти – міста Бердянськ та Приморськ, а також смт. Кирилівка) [3].

Проаналізувавши стан розвитку туристичної галузі в Запорізькій області, можна зробити висновок, що для удосконалення цієї сфери потрібно створити цілісну систему управління, збалансувати соціальну та економічну

ефективність використання рекреаційних ресурсів та необхідності їх збереження, підвищити кількість висококваліфікованих працівників у цій сфері, оптимізувати оподаткування та збільшити темпи процесів модернізації [4].

Також необхідно зазначити, що саме вихід на міжнародні ринки туристичних послуг сприятиме залученню іноземних інвесторів та туристів, і внаслідок цього відбудеться розвиток туристичної галузі в регіоні.

Література

1. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2015 р. Запоріжжя, б/в, 2010. 119 с.
2. Олійник О.М., Ловчикова Д.Ю. Туристичний потенціал Запорізького регіону: стан та напрямки розвитку. Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону. 2011. С. 97–100.
3. Юхновська Ю.О., Гіряк Є.І. Розвиток туристичного потенціалу Запорізького регіону. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017.
4. Марченко О.А. Проблеми та перспективи розвитку рекреації та туризму у Запорізькій області. Бізнес-навігатор, 2014, № 3, С. 184-188.
5. Інвестиційний портал Запорізької області. Промисловий потенціал. URL: <http://investment.zoda.gov.ua/uk/the-industrial-potential>.
6. IGotoWorld.com – Your GUIDE TO the WORLD. Запоріжжя: куди сходити і що подивитися. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/article/642_zaporozhe-kuda-shodit-cto-posmotret.htm.

Акімочкіна Юлія

студентка 2 курсу фак-ту менеджменту

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Павлюк Т.С.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДКИ ТОВАРІВ У ТОРГОВОМУ ЗАЛІ МАГАЗИНУ

Викладка - це розміщення товарів у торговому залі на полицях, прилавках, стелажах і тому подібних конструкціях. Рациональна викладка товарів у магазині суттєво впливає на ефективну роботу магазину та якість обслуговування споживачів. Розміщення продукції дозволяє скеровувати рух споживачів у торговому залі, скоротити час при виборі товарів, збільшити пропускну спроможність магазину та зменшити зусилля персоналу.

Хочу виділити вчених, які займалися вивченням викладки товарів у торговому залі магазину: С. В. Сисоєва [1], Ю. А. Аванесов [2], А. В. Уляновський [3], Л. О. Брагін [4].

Існує два різновиди викладок: первинна та вторинна. Первинна викладка передбачає розміщення товарів серед схожих товарів інших виробників або торгових марок на полицях, вітринах. Вторинна викладка здійснюється за допомогою нестандартних конструкцій таких як дисплеї, стійки, корзини,

різноманітні «гірки» та «піраміди» з товарів, також використовуються спеціальні брендові стелажі. Серед цих видів викладки пріоритетною є саме первинна викладка, оскільки вторинна включає в себе викладку одного товару чи товару одного виробника [1].

Також викладка може бути горизонтальною та вертикальною. Відмінність даних видів викладок це розміщення товар. При горизонтальній викладці товар розміщується уздовж полиць, а при вертикальній – зверху вниз. Вертикальний спосіб викладки є більш ефективним, ніж горизонтальний, оскільки забезпечує швидке орієнтування покупців у торговому залі. Також вертикальна викладка враховує те, що покупці мають різний зріст. На практиці в магазинах можна часто побачити змішаний тип викладки, який поєднує як вертикальний, так і горизонтальний типи викладок. У торгових залах застосовують і блочну викладку, або викладку продукції по блокам, які утворюють торгові марки [2].

Основні положення викладки товарів:

1. Місія недорогих товарів створити у споживача прихильну оцінку щодо рівня цін у магазині.

2. Принцип чергування полягає у тому, що недорогі товари чергуються з більш дорогими товарами, результатом даного принципу є надходження більшого прибутку.

3. Відомі недешеві марки необхідно розмістити на початку асортиментної групи (у порожній візок покупець зможе покласти більшу кількість товару).

4. На передньому плані стелажу виставляються фейси – це одиниця продукту, яка розташована лицьовою стороною до споживача.

5. Принцип пихатості та гармонійності залежить від наявного товару та його асортименту. Якщо продукція презентована в невеликій кількості, хоча була змога заповнити устаткування великою кількістю товару, то покупцю буде важче зосередити увагу на даній продукції.

6. Принцип подовження полиць. Подовжити полицю можна поставивши кошик з товаром за зниженою ціною. Також можна застосувати ілюзійне подовження, встановивши дзеркало; якщо встановити його зверху, відбудеться уявне подвоювання продуктів.

7. Принцип об'єднання продукції за групами.

8. Принцип «найкращому товару – найкраще місце». Цей принцип застосовують у власних магазинах [3].

Доречно розмістити товар - це важливе завдання, яке повинно бути заздалегідь обдумане та прораховане. Торгове обладнання має бути якнайменш помітним, крім цього воно мусить презентувати товар якнайліпше. У кожному магазині слід встановити однотипне торгове обладнання для того, аби увага покупців не розсіювалась. Таким чином, дотримання правил викладки забезпечить максимальні закупівлі та працюватиме на підтримку товару на ринку збуту.

Література

1. Сисоєва С.В., Крок Г.Г. Велика книга директора магазину 2.0. Нові технології. 2016.
2. Аванесов Ю.А., Ідрісов Т.К., Сапрохін Г.Г. Організація торгівлі: Підручник Для торгових вузів. М.: Економіка, 1984. – 347 с.
3. Уляновський А.В. Маркетингові комунікації: 28 інструментів міленіуму. М. 2008.
4. Брагін Л.О., Данько Т.П. Торгова справа: економіка, маркетинг, організація: Підручник. – 2-е вид., перероб. та доп. – М.:ІНФРА-М, 2002.-560 с.

Багмет Вадим

аспірант

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

ТЕХНОПАРКИ НА ШЛЯХУ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ

Світові тенденції, аналіз тенденцій на ринку нововведень і розвиток інновацій в Україні зумовлюють оновлення виробництва та визначають необхідність створення нових форм господарювання у постіндустріальному суспільстві, на кшталт бізнес-інкубаторів, технопарків та наукових парків. Технопарк є одним з інструментів впливу на розвиток інноваційних процесів та потенціалу регіону в цілому.

Технологічний парк – це науково-виробничий територіальний комплекс, головне завдання якого складається у формуванні максимально сприятливого середовища для розвитку малих і середніх наукомістких інноваційних фірм. Як правило, основною структурною одиницею технопарку є спеціалізований центр. В структурі технопарків представлені наступні центри: інноваційно-технологічний; навчальний; консультаційний; інформаційний; маркетинговий; юридичний; фінансовий; економічний; промислова зона. Технопарк – це гарантія швидкої і максимально повної реалізації наукового потенціалу. Це єдиний «організм», в якому підтримується безперервний зв'язок між дослідженнями, дослідним виробництвом, впровадженням прикладних розробок і ринком, включаючи підготовку фахівців як за технологічним напрямом діяльності парку, так і маркетингом продукції.

Значення технопарків і доцільність їх створення в регіонах України полягає в тому, що: - вони є ефективною формою зближення науки і виробництва, бо скорочується до мінімуму тривалість циклу «дослідження – розробка – упровадження»; - у технопарках зосереджуються висококваліфіковані кадри різних спеціальностей – вчені, розробники, дослідники, аналітики, інженери, спеціалісти різного профілю, що забезпечує можливість міжгалузевих досліджень; - у технопарках зосереджується унікальне устаткування, обчислювальні центри, лабораторії, що дає змогу проводити дослідження і наукові експерименти; - у парках фінансовий капітал

представлений у найдосконаліших формах; - у технопарках формується еталонне середовище з точки зору як економічних, так і організаційно-географічних умов для створення нових, наукомістких виробництв; - інноваційна та інвестиційна діяльність технопарків базується на матеріально-технічній і виробничій базі їх учасників; - учасниками технопарків можуть бути вже існуючі підприємства, які зацікавлені у співпраці з науковим центром у сфері впровадження його розробок, або у використанні інфраструктури та обладнання наукового центру; - наукова і виробнича інфраструктура технопарків здатна забезпечити проведення всього комплексу робіт відповідно до проектів – від наукових досліджень до промислового випуску інноваційної продукції, маркетингових досліджень і навіть навчання персоналу

У той же час треба відзначити те, що діяльність технопарків при створенні несе в собі гуманітарний аспект. Мова йде про те, що технопарки повинні впливати не тільки на економіку регіонів, структурну перебудову промисловості, але вони повинні впливати і на розвиток культурологічного середовища регіону. Їх діяльність має бути так побудована, щоб виключити негативні впливи на людину, природу і суспільство.

Можна зробити висновок, що для впровадження в практику наукових розробок необхідно усвідомлення важливості та доцільності технопарків, як механізму становлення та розвитку інноваційної діяльності та інноваційного підприємництва в науково-технічній сфері; механізму з'єднання наукової, виробничої та підприємницької діяльності, а також необхідність створення державної підтримки не тільки технопарків, а й інших елементів інноваційної інфраструктури, таких як бізнес-інкубатори, венчурні фонди, державні фонди для фінансування фундаментальної та прикладної науки і т.д.

Створення технопарків має для повоєнного відновлення регіонів країни особливе значення. Проте, на даний продукція технопарків становить менше 10% відсотків всієї інноваційної продукції країни. Тож, існує величезний потенціал розвитку інноваційної діяльності, яка потребує використання невідкладних заходів як з боку вищого політичного керівництва країни, так і органів виконавчої влади на всіх рівнях.

Гаркуша Вячеслав

аспірант

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ ПОБУДОВИ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН

На сьогоднішній день для більшості підприємств необхідною умовою ефективного функціонування та успішної діяльності загалом є впровадження інноваційних, креативних інструментів та методів управління підприємством.

Забезпечення розвитку підприємства та його конкурентоспроможності в умовах інтелектуалізації капіталу неможливо без формування персоналу, який володіє необхідними знаннями і компетенціями. В умовах інтелектуалізації капіталу особливу цінність для підприємства становлять так звані інноваційні працівники, до компетенцій яких належать творчі здібності, оригінальність ідей, креативність, нестандартні підходи до вирішення професійних завдань. Відповідно до цих тенденцій виникла специфічна галузь менеджменту — креативний менеджмент, який спрямований на формування, утримання та розвиток креативних працівників [1].

Сучасні тенденції соціально-економічного розвитку свідчать саме про зростання ролі креативних, інноваційних способів управління підприємством. Ідеї та продукти, які ґрунтуються на інноваційності, креативності та новизні завчасно надають конкурентні переваги будь-якому підприємству. Успіх більшості підприємств залежить від формування креативних ідей, які залежать саме від управління підприємством на засадах креативного менеджменту.

Основна суть поняття «креативний менеджмент» полягає саме у діях керівників, управлінців, які повинні забезпечити ефективне розкриття творчого потенціалу працівників, створити сприятливі умови для винайдення чогось нового, що забезпечувало б підприємству успіх [2]. Розвиток творчого потенціалу співробітників сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства в цілому, а використання інструментів креативного менеджменту дозволяє оперативно і творчо вирішувати складні завдання та формувати нові методи управління самим підприємством. Креативний менеджмент можна охарактеризувати як спосіб управління підлеглими та підприємством на більш вищому рівні, ніж звичайне адміністративне управління, яке встановлює чіткі та нормативні правила управління підприємством.

Управління в сучасному світі підприємством на засадах креативності та нестандартності вже є необхідною тенденцією та умовою досягнення успіху. Креативний менеджмент — це нестандартний спосіб управління підприємством, який дозволяє розвивати творчі здібності та знання, створювати в колективі теплий робочий клімат, що сприятиме розвитку будь-яких ідей, при цьому досягаючи цілей підприємства та отримуючи великі прибутки.

Як свідчить практика управління, повний вплив креативності може бути помітним тільки в довгостроковій перспективі, але на підвищення якості управлінських рішень, їх інтенсифікації на всіх рівнях можна розраховувати одразу. Креативний менеджмент спрямований на вирішення низки практичних управлінських завдань:

- оцінка творчого потенціалу організації і, як результат, створення творчої атмосфери в колективі;
- утворення тимчасових творчих колективів з осіб, здатних до ефективної участі в груповому творчому процесі;

- оцінка домінуючих мотиваційних установок і можливість їх використання в творчому процесі;
- визначення інноваційних методів, операцій і прийомів, які необхідно освоїти для більш якісного та оперативного вирішення нестандартних завдань.

На формування й розвиток креативного менеджменту безпосередньо впливають такі фактори: рівень розвитку креативного суспільства; формування креативної економіки; розвиток креативної освіти; рівень інноваційності підприємства; творчий потенціал особистості; потенціал менеджера креативного типу.

Креативний менеджмент – це розумний менеджмент. Серед головних переваг його використання можна назвати: можливість стабільно отримувати великі прибутки, ефективний інноваційний розвиток підприємства, розкриття творчих здібностей, духовний розвиток працівників підприємства, а головне – підвищення конкурентоспроможності [3].

Отже, результатом успішного формування й розвитку креативного менеджменту на підприємстві стає формування нової організаційної моделі, яка називається креативна організація, тобто організації, яка постійно модернізується, самонавчається та впроваджує інновації на основі управління креативною діяльністю і тим самим забезпечує собі успіх у жорсткій конкурентній боротьбі при несподіваних змінах зовнішнього середовища.

Література

1. Вартанова О. В., Шестер І.В. Креативний менеджмент як підґрунтя розвитку креативних працівників підприємства. *Науковий вісник Київського національного економічного університету* URL: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/4895/1/30%20-%2034.pdf>
2. Каленіченко Ю. Б. Креативність як основа менеджменту організації. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. С. 186-191.

Корягін Віктор

аспірант

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

МІЖНАРОДНІ ІНВЕСТИЦІЇ В КОНТЕКСТІ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Міжнародні інвестиції – це фінансові та матеріальні кошти права на майнову чи інтелектуальну власність, вивезені з однієї держави і спрямовані на підприємства біля іншої іноземної держави для одержання прибутку чи соціального ефекту. Міжнародні інвестиції – це форма руху міжнародного фінансового капіталу. Вільні міжнародні капітали спрямовуються у першу чергу у країни та галузі виробництва, де їхнє з'єднання обіцяє найвищу віддачу.

Економічні тенденції пропонують все більше можливостей тим, хто звик передбачувати та планувати своє фінансове майбутнє. Одним із різноманітних варіантів є міжнародне інвестування, що передбачає вихід за межі державних кордонів країни - навіть якщо вихід цей віртуальний. Зараз це одна з найактуальніших проблем. У такого інвестування є і плюси, і мінуси, хоча основні принципи інвестиційних процесів, значної різниці не мають – вкладаються гроші у країні проживання або за її межами.

Основним мінусом є валютні курси. Валютні курси завжди були під впливом світової економіки, яка завжди відігравала важливу роль при інвестуванні. Він забезпечує новий шар диверсифікації для будь-якого портфеля і може значно збільшити прибуток. Найкраще працює на довгострокове інвестування. Довгостроковий вклад надається терміном понад п'ять років. Вкладення підприємницького капіталу у формі прямих чи портфельних інвестицій, як і державні кредити, це є довготерміновими вкладеннями капіталу.

Існує відразу кілька ризиків, які супроводжують вкладення в компанії, які, хоч і базуються у країні, але операції (всі або більшість) проводять за кордоном. Це ризики обміну валют, операційні ризики та ризики економічні. Всі вони неминуче пов'язані з ефектами конвертації національної валюти в іноземну і назад, при цьому основну роль тут відіграє тимчасова різниця між підписанням контрактів і їх практичною реалізацією.

У результаті розвитку процесів лібералізації державна соціально-економічна політика щодо інвестицій грає менш важливу роль. Ключовими елементами інвестиційного клімату вважатимуться правила і заходи, регулюючі можливості проведення операцій з іноземними інвесторами, стандарти, застосовувані до договорів із зарубіжними філіями, і навіть адекватне функціонування місцевих ринків. Проведення в приймаючій країні відповідної політики щодо іноземних інвестицій, конкретні економічні умови цієї країни, що визначають основні мотиви розміщення іноземного капіталу і запровадження заходів для полегшення діяльності бізнесу є вирішальними під час вибору інвестором країни розміщення інвестицій. Сучасні умови змінюють відносну значимість різних економічних чинників, визначальних для вкладення інвестицій. Під час ухвалення рішення про їх розміщення традиційні мотиви (наявність природних ресурсів, дешевої робочої сили, ємного ринку збуту тощо.) не зникли, але стали менш важливими і були інкорпорованими у різні стратегії, здійснювані фірмами у процесі транснаціоналізації.

Як висновок хочеться зауважити, що, на сучасному етапі розвитку України промисловим і нашим фінансовим підприємцям дедалі складніше знайти сфери прибуткового докладання капіталу у рамках національних кордонів, так й за кордоном. Через це зростає потреба користування послугами міжнародного ринку позичкових капіталів, який акумулює вільні кошти на світовому масштабі і розміщає їх за допомогою посередників, знаходить їм тим більше вигідне застосування. І це робить питання інвестицій в інші країни дуже актуальним.

ЕКОНОМІКО-КАРАНТИННА КРИЗА: ПРИЧИНА И НАСЛІДКИ

Криза - це ситуація, з якою може зіткнутися тільки складна система (економіка, суспільство) та яка виникає, коли система функціонує погано або необхідно негайне рішення для усунення виниклої проблеми. Причини нестабільного функціонування складні і невизначені або невідомі, що в кінцевому підсумку перешкоджає прийняттю раціональних, усвідомлених рішень щодо вирішення і поліпшення ситуації. Кризи спричиняють негативні зміни в сфері безпеки, економіки, політики, суспільства або довкілля, особливо коли вони відбуваються неочікувано.

Аналізуючи нещодавні події та світову економічну статистику, стає цілком зрозуміло, що зараз бізнес опинився в скрутному економічному, фінансовому та соціальному становищі. Потрібно стабілізувати ситуацію за рахунок дієвої захисної та підтримуючої політики державних органів влади, їх готовності створити сприятливі умови для ведення бізнесу. Теперішня криза не прогноз, а даність. Відповідно до оцінок стану економіки на політичному рівні наразі спостерігається погіршення цінової кон'юнктури, ускладнений доступ до фінансових ресурсів, проблеми з логістикою в багатьох європейських країнах.

Наслідки економічної кризи негативно позначилися на соціально-економічній ситуації практично всіх країн світу, але в різній мірі. Обвал на біржах, продаж акцій, зниження вартості сировини та сировинних контрактів, простій в Китаї місцевих і німецьких фірм, скорочення торгівлі, обвал попиту в туристичній сфері та в роздрібній торгівлі, втрата частини клієнтів у авіакомпаній та збитки через скорочення авіап перевезень, - ці аспекти є ознакою руйнівного економічного спаду. Країни, які мають ринки, що розвиваються «отримали» зниження вартості валют. Країни, які до епідемії мали сталий економічний розвиток наразі стежать за розвитком світової кон'юнктури. Наприклад, Німеччина орієнтована на експорт та залежить від країн Євросоюзу та Китаю, в яких вірус швидко поширюється. У період теперішньої кризи світового масштабу здатність економіки відновитися зменшується. Спочатку позначається економічна вразливість домогосподарств, фірм і організацій, втрата доходу і робочих місць, скорочення пенсій, падіння вартості активів, обмежене фінансування. Після цього погіршуються інші чинники: відсутність доступу до соціальних послуг, зниження витрат на їжу, здоров'я, і освіту, бездомність і психологічна депресія.

У концепції управління кризою перше місце посідає здатність економіки і суспільства, політичних лідерів забезпечити сталий розвиток (як з точки зору зниження уразливості, так і посткризового виходу на новий, більш стійкий рівень), а не тільки ефективне реагування на спад: останнє є необхідним, але

недостатнім. Вищезазначені цілі досягаються завдяки сполученим напрямкам економічної політики:

1. диверсифікації економічної діяльності (розширення активності великих фірм, об'єднань, підприємств і цілих галузей за рамки основного бізнесу, під яким розуміється виробництво товарів і послуг, що мають максимальні частки в чистому обсязі продажів у порівнянні з іншими видами продукції, що випускається);

2. антикризовому регулюванню економічного розвитку (включаючи управління ризиками), що забезпечує стійкість розвитку і зниження уразливості до факторів кризи.

Диверсифікація означає як коригування основної діяльності фірми, так і істотну переорієнтацію її стратегії. Диверсифікація стимулюється прагненням фірм в умовах конкуренції зміцнити своє становище на ринку, своєчасно відреагувати на зміну кон'юнктури, забезпечити ефективність своєї діяльності. В результаті диверсифікації фірми набувають багатогалузевий характер, при цьому вони проникають в нові наукоємні галузі, перебудовують традиційні виробництва на сучасному технологічному та організаційному рівнях.

Сучасні антикризові програми провідних країн світу націлені не тільки на вихід з серйозної рецесії і повернення до колишніх темпів зростання виробництва, але і на зміну структури економіки на користь менш ресурсномістких, більш екологічно чистих і ефективних виробництв. До «чистих» відносяться природо- і енергозберігаючі, а також енергоефективні технології в сфері виробництва, на транспорті, а також в сфері послуг (ЖКГ, управління відходами).

Програма розвитку екологічно чистих виробництв передбачає створення точок і зон майбутнього економічного зростання і нових робочих місць. Здійснюється ця програма, перш за все за допомогою податкових і кредитних стимулів для компаній, що займаються розробками в галузі відновлюваної енергетики, включаючи сонячну та вітрову енергетику, виробництвом біопалив і автомобілів з гібридними двигунами, торгівлею квотами на викиди парникових газів, що забезпечить досягнення амбітної мети – покращення показнику енергоефективності економіки країни та її здатності адаптуватися до зміни клімату. Високо ефективними є інвестиції в розвиток виробництв як антикризовий захід (наприклад, будівництво нових енергозберігаючих і енергоефективних об'єктів, а також більш екологічно чистих АЕС), так і фактор становлення економіки, для якої характерне посилення ресурсних та екологічних обмежень.

Література

1. Кабінет Міністрів України. Урядовий портал. URL: <http://www.kmu.gov.ua> (дата звернення: 25.12.2020)

2. Міністерство економічного розвитку і торгівлі. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.me.gov.ua> (дата звернення: 25.12.2020).

3. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua/ (дата звернення: 25.12.2020)

РИНКОВА ЕКОНОМІКА: ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ У ВОЄННИЙ ЧАС

Сучасна ринкова економіка являє собою складну регульовану систему економічних відносин, за яких підприємці можуть обирати різні типи та форми власності і господарювання. Тісні зв'язки між суб'єктами ринкових відносин здійснюються тільки на основі вільної купівлі-продажу товарів і послуг. Сам ринок функціонує як товарні відносини, що відображають як прямі так і зворотні господарські зв'язки. Функціонування дієвої ринкової економіки сприяє ефективному розподілу ресурсів, їх оптимальному використанню. Також задовольняє ефективне комбінування ресурсів та сприяє впровадженню та розвитку новітніх технологій. Відмінною рисою дієвої ринкової економіки є повна свобода діяльності економічних суб'єктів. Окремою перевагою функціонування ринкової економіки – є створення мотивів для поліпшення ефективності виробництва, що досягається за рахунок максимізації прибутку та мінімізації витрат. Спрямованість ринкової економіки проявляється в тому, що саме під впливом ринкових попиту та пропозиції забезпечується задоволення різноманітних потреб споживачів, а також підвищується якість товарів.

Враховуючи те, що реакції покупців і продавців на середні ринкові ціни врівноважується попитом і пропозицією на ринку, можна акцентувати увагу на тому, що однією з найважливіших ознак ринкової економіки є її саморегулювання.

Говорячи про економіку нашої країни слід зазначити, що, не дивлячись на те, що певні показники економіки України відстають від аналогічних показників країн світу, однак вже у 2008 році ЄС надав економіці нашої країни статусу ринкової економіки. Це відкрило нові можливості розвитку як економіки так і соціальної сфери України. Відкрило це також шлях до Європи, який, можна сказати активізувався вже після приєднання до СОТ та підписання угоди з ЄАВТ.

Найпомітніші зрушення у сфері розвитку економіки України почалися із підписанням та ратифікацією Угоди про асоціацію з ЄС. Здавалося б, що для нас відкриваються всі двері та попереду лише розвиток та процвітання. Однак, рано вранці 24 лютого 2022 року Росія завдала ракетних ударів по території України й розпочала пряме повномасштабне вторгнення. Почалася страшна війна та щогодинна боротьба українського народу на свободу та свою незалежність. Війна принесла страждання та біль, руйнування та втрати та багато іншої біди на землі нашої країни.

Неможливо не сказати, що окремої економіка нашої України також значно постраждала і продовжує зазнавати значних втрат. Бойові дії ведуться

у тих областях України, де розташовані підприємства, що становили приблизно 50% ВВП країни. МВФ оцінив приблизно падіння економіки України на фоні війни на 35%. Як зазначив міністр фінансів Сергій Марченко, втрати української економіки через війну становитимуть від третини до половини ВВП, тобто мова йде про 500 млрд. доларів.

Саме зараз є дуже важливою підтримка малого та середнього бізнесу нашої країни, що є вагомою частиною нашої ринкової економіки. Підтримка бізнесу у воєнні часи є необхідною умовою подальшого ефективного існування ринкових відносин всіх суб'єктів господарської діяльності. Ця необхідність підтримки і стала головною причиною того, що Уряд підтримав рішення про тимчасове скасування заходів державного контролю та ринкового нагляду на період воєнного стану.

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України “Про припинення заходів державного контролю та державного ринкового нагляду в умовах правового режиму воєнного стану” в цей час не проводитимуться як планові, так і позапланові перевірки бізнесу. Це дозволить забезпечити стабільну роботу підприємств в умовах воєнного стану. Однак забезпечення цінового контролю, в свою чергу, дозволить стримати зростання цін на соціально значущу продукцію, як-то пальне та хліб, гарантуючи їх доступність для населення.

Література

1. Міністерство економіки України. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-pripinennya-zahodiv-derzhavnogo-naglyadu-kontrolyu-i-derzhavnogo-rinkovogo-naglyadu-v-umovah-voyennogo-stanu-303?fbclid=IwAR1lTte8o_bgQE1JDs2U1OeBS_Tl1omSQoMCJ64dN9YfcyO7ku2fcjzLELU (Дата звернення 21.04.2022 р.)

2. Війна в Україні: Шмигаль оцінив падіння економіки. Слово і діло. 22.03.2022. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/03/29/novyna/ekonomika/vijna-ukrayini-shmyhal-oczinyyv-padinnya-ekonomiky> (Дата звернення 21.04.2022 р.)

Лісова Тетяна

студентка 2 курсу фак-ту менеджменту
Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Хацер М.В.

ЛОГІСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНІВ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ

Логістика є ключовою складовою розвитку сучасної економічної системи на глобальному, національному та регіональному рівнях. Відмічаємо прискорення процесів децентралізації та збільшення ролі регіонів і місцевих економічних систем. В цих умовах важливим є дослідження та реалізація логістичного потенціалу регіонів. Наголошуємо на зростанні актуальності розвитку та реалізації регіонального логістичного потенціалу у контексті

пошуку відповіді на нові економічні виклики, що породжені пандемією та обмеженнями, які викликані запровадженням локдаунів.

Логістичний потенціал регіонів перебуває у фокусі наукових досліджень наступних закордонних та вітчизняних вчених: Х. Лі та Ф. Чен [1]; Ф. Карлуччі, А. Чіра, Е. Форте, Л. Сівієро [2]; І.І. Коблянської, Н.О. Рибалко та О.В. Міщенко [3]; Л.Л. Ковальської і Б.Р. Савки [4]; З.В. Герасимчук [5] та інших. У той же час, багатоаспектність проблематики розвитку та реалізації логістичного потенціалу регіонів потребує проведення подальших досліджень у цій царині економічної науки і практичної діяльності.

Логістичний потенціал регіону включає в себе певну сукупність складових, до яких слід віднести:

- географічну складову, що характеризує розміщення та логістичні можливості регіону;
- соціально-економічну складову, що включає в себе соціальний і економічний розвиток регіону та його ресурси, куди в першу чергу відносимо, фінансові та трудові ресурси;
- транспортну складову, що характеризує розвиток транспортної інфраструктури та регіонального транспорту;
- інфраструктурну складову, що торкається розвитку та стану інфраструктурних об'єктів, а також необхідності їх реконструкції або розбудови;
- інституційну складову, що характеризує вплив державних, регіональних та приватних інститутів на розвиток логістики на місцевому рівні і наявність регіональних «інституційних пасток»;
- інформаційно-технологічну складову, що включає розвиток інформаційних та логістичних технологій в регіоні.

Відмічаємо наявність наступних головних тенденцій розвитку та реалізації логістичного потенціалу регіонів України:

- зростання потреб у логістичних послугах зі сторони суб'єктів господарювання та домашніх господарств на регіональному рівні;
- структурування потреб відносно логістичних послуг у представників бізнесу та збільшення їх вимог до таких послуг;
- формування організованого ринку торговельних послуг та розвиток мережі супер- і гіпермаркетів;
- збільшення присутності на ринку іноземних компаній, що запроваджують свій досвід відносно розвитку сфери логістичних послуг;
- зростання зацікавленості центральної та місцевої влади у розвитку логістики на регіональному рівні.

У той же час необхідно відмітити наявність сучасних проблем, що стримують розвиток та реалізацію логістичного потенціалу регіонів:

- недостатній рівень підтримки розвитку логістичних послуг зі сторони державних владних інститутів та інститутів місцевої влади;
- низький рівень імплементації закордонного досвіду розвитку та реалізації логістичного потенціалу регіонів;

- фінансові проблеми логістичних компаній та складність залучення фінансових ресурсів у сферу логістики;
- дефіцит підготовленого персоналу.

Не зважаючи на виявлені проблеми Україна має великі можливості щодо розвитку та реалізації логістичного потенціалу власних регіонів, що потребує проведення подальших наукових досліджень, особливо в сфері імплементації закордонного досвіду та формування регіональних кластерів з включенням до них підприємств, що надають логістичні послуги.

Література

1. Xiaofei Li, Fen Chen Impact of Logistics Development on Economic Growth: An Empirical Research from Guangdong Province in China, Complexity, 2021, vol. 2021, Article ID 9950935, 12 pages, 2021. URL: <https://doi.org/10.1155/2021/9950935>.
2. Fabio Carlucci, Andrea Cirà, Ennio Forte, Lucio Siviero. Infrastructure and logistics divide: regional comparisons between north eastern&southern Italy, Technological and economic development of economy, 2017, vol. 23(2), 243–269.
3. Коблянська І.І., Рибалко Н.О., Міщенко О.В. Логістичний потенціал регіону: сутність і методичний підхід щодо його оцінювання, Вісник СумДУ: Серія «Економіка», 2015, № 2, С. 23-30.
4. Ковальська Л.Л., Савка Б.Р. Формування та розвиток логістичної інфраструктури регіону, Вісник Національного університету «Львівська політехніка», 2012, № 749, С. 410–416.
5. Герасимчук З.В. Стратегічні пріоритети розвитку регіональних логістичних систем, URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11985/1/97.pdf>.

Марков Іван

студент магістратури фак-ту менеджменту
Наук. кер.: д-р екон. наук, проф. **Маркова С. В.**

БІЗНЕС-ПРОБЛЕМИ ТА ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ВІЙСЬКОВОГО ВТОРГНЕННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ

Лютий 2022 року змінив всі напрями розвитку та вектори зростання. Підприємства та малий бізнес почали вчитися функціонувати «по-іншому». Зміни, адаптація, вибір нових постачальників, пошук нових партнерів, благодійність, допомога – це ті, категорії які оточують наше сьогодення.

Російське вторгнення завдало економіці України відчутних економічних збитків. Наразі йдеться про суму більше, ніж \$100 мільярдів і ця сума не є остаточною. Втрати інфраструктури країни у відсотковому співвідношенні складають 35% - зруйновані житлові будинки, 32% - автомобільні дороги, 11% - активи підприємств, 7% - цивільні аеропорти. Місце проживання вимушено залишили, за різними оцінками, від 11 до 13 млн осіб, із них понад 6 мільйонів – виїхали за межі країни (близько 5 млн – до країн ЄС) [1]. Отже, Україні

потрібними сили та вектори майбутнього розвитку. Розглянемо основні загальні проблеми з якими зіткнулися сучасні підприємства.

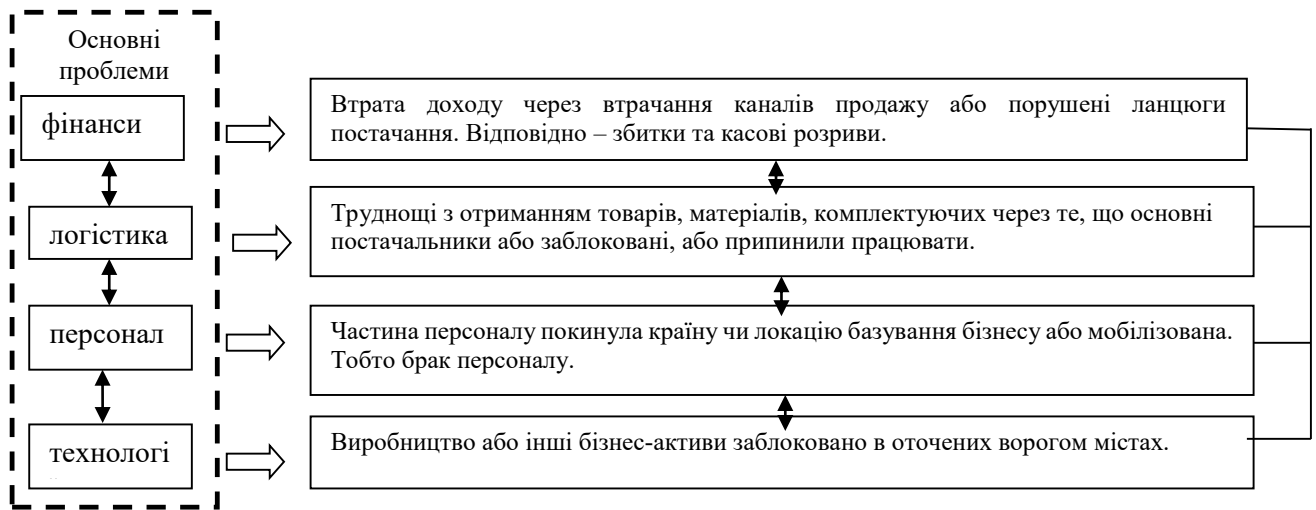


Рис. 1 – Основні проблеми та економічні наслідки для українського бізнесу

Проблема логістики досить жорстко постає і вирішення цієї проблеми є неможливим без припинення війни, де окупації територій, будівництва зруйнованих мостів та доріг. Наголосимо, що виключені морські та наземні перевезення сьогодні, що значно ускладнюють транспортування великих вантажів. А також час та вартість доставки зростають у декілька разів.

Втрата персоналу, веде до значних економічних збитків. Кадри не згодні працювати в умовах війни, а ті хто, згоден або змушений залишитися – продуктивність їх роботи значно знижується. В той же час велика кількість переміщених юдей, що шукають роботу. Отже, постає питання як знайти персонал потрібного фаху. За великим рахунком, в Україні для таких випадків належало б створити консолідований портал з достовірною інформацією про попит і пропозицію у тих чи інших співробітників для бізнесу, оскільки і тут сталося зміщення: в одних працівників не вистачає, а інші залишилися без роботи.[2]

Отже, Україна переможе і почне відбудовувати свої території. Для цього потрібні власні економічні «сили», а також значна підтримка бізнесу, функціонування якого дасть новий економічний поштовх нашій країні.

Література

1. Інформаційний ресурс. URL: <https://sg-sofia.com.ua/ukraine-2022-ekonom-politika-v-uslov-voine-s-russia-ua> (дата звернення:20.08.2022).
2. Бізнес портал. URL: <https://applecons.com.ua/ua/vtrata-dohodu-poshuk-personalu-ta-rozryv-lantsyugiv-postavok-yak-biznesu-vyrishyty-problemy-yaki-prynesla-vijna/> (дата звернення:20.08.2022).

ЛОГІСТИЧНІ ЦЕНТРИ УКРАЇНИ

Трансформаційні процеси в економічній системі України підвищили роль та значення логістики, де одне з ключових місць займає розвиток логістичних центрів. З іншої сторони новизна та початкові етапи побудови логістичних центрів в країні породжують широку наукову дискусію відносно шляхів та проблем їх розвитку, які потребують ідентифікації та усунення. У той же час значення логістичних центрів для розвитку торгівлі та підприємництва, у тому числі агровиробництва, призводять до практичного інтересу до їх функціонування зі сторони українських бізнес-структур.

Проблематика розвитку логістичних центрів в Україні та шляхи їх розбудови досліджувались в наукових працях: В.В. Кутирєва та А.М. Пасічник [1]; Е.Н. Лукьянкової і Д.Ю. Кривцун [2]; О.М. Полякової та О.В. Шраменко [3]; І.В. Токмакової [4] та ін. Наголошуємо, що новизна щодо розвитку такої складової логістичної інфраструктури України, як логістичні центри, а також значна динаміка змін у їх функціонуванні, потребують продовження наукових розвідок у цьому напрямі економічної системи країни.

Розвиток логістики, інтеграція України до Європейського Союзу, імплементація закордонного досвіду надання логістичних послуг та розвитку логістичної інфраструктури призвели до появи та збільшення кількості логістичних центрів у державі. При цьому, територіально логістичні центри розташовані у ключових областях України, а саме Київська, Харківська, Одеська та Дніпропетровська області («Gefko», «Логістичний центр України № 1», «БВР-Україна», «Одеський логістичний центр», «Дельта» та ін.).

Відмічаємо, що кількість логістичних центрів та їх щільність розташування в Україні значно менше, ніж у Євросоюзі, що з однієї сторони вказує на значний потенціал і перспективи розвитку, а з іншої - на наявність проблем, яку потребують вирішення. До головних проблем розвитку логістичних центрів в Україні слід віднести:

- відсутність державної підтримки та чіткої державної стратегії відносно їх розвитку і розташування. Наприклад, у Німеччині модель будівництва логістичних центрів підтримується державою на всіх рівнях з чітко визначеними джерелами інвестиційних коштів. Створені логістичні центри управляються через наглядові органи. У Китаї логістичні центри містять в собі вільну економічну зону, що дозволяє отримати додаткові імпульси для розвитку через підтримку зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів підприємництва;

- відсутність законодавчо-нормативної регламентації побудови, розвитку та функціонування логістичних центрів. Наразі в Україні немає жодного законодавчого акту, який регламентує дії суб'єктів процесу

утворення логістичних центрів, визначає форму логістичних центрів та окреслює роль держави у цих процесах;

- доступ та вартість фінансових ресурсів в країні зменшують можливості інвесторів і власників відносно побудови, а також підтримки функціонування логістичних центрів.

На сьогодні можна сказати, що Україна має багато проблем, які впливають на розвиток логістичних центрів. Наведене потребує пошуку шляхів активізації будівництва нових та розбудови існуючих логістичних центрів в країні з акцентом на: залучення іноземних інвестицій та технологій; впровадження інновацій, у тому числі у сферу залучення фінансових ресурсів; збільшення ролі держави; розвиток законодавчо-нормативного регулювання. Наведене є напрямком проведення подальших наукових досліджень.

Література

1. Кутирєв В.В., Пасічник А.М. Проблеми та перспективи розбудови системи транспортно-логістичних центрів в Україні. Митна політика та актуальні проблеми економічної безпеки України на сучасному етапі : тези III міжнародної науково-практичної конференції молодих учених. Дніпропетровськ : Академія митної служби України, 2010. Т. 2. С. 48–49.

2. Лукьянова Е.Н., Кривцун Д.Ю. Світовий досвід та перспективи розвитку транспортно-логістичної системи України. Вісник Мукачевського державного університету. Серія: Економіка та суспільство. 2018. № 18. С. 166–172.

3. Полякова О.М., Шраменко О.В. Сучасні тенденції розвитку транспортно-логістичної інфраструктури в Україні і світі. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2017. № 58. С. 126–134.

4. Токмакова І.В. Перспективи розвитку транспортно-логістичного бізнесу в Україні. Вісник економіки транспорту та промисловості. Харків: УкрДАЗТ. 2011. № 34. С. 228–230.

Остапов Андрій

аспірант

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

Шибєко Дмитро

аспірант

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

НАПРЯМКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА

Для підприємства, що активно будує свої відношення з закордонними партнерами, важливо не виділення й ізолювання інформаційних потоків, які відносяться до його зовнішньоекономічної діяльності, в окрему систему або програмний продукт, а їхня інтеграція в загальну інформаційну систему підприємства й ефективна взаємодія з цією системою. Кінцевим результатом

інформатизації сфери зовнішньоекономічної діяльності є використання в управлінні ЗЕД розподілених інформаційних технологій та створення інтелектуальних інформаційних систем, що включають людину і його знання як активний елемент [1].

Розроблення інформаційної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства повинно включати в себе наступні етапи: визначення цілей і завдань; побудова й аналіз інформаційної моделі управління ЗЕД; уточнення характеристик; проектування; реалізація проекту; тестування; експлуатація та супровід.

Результатом вивчення системи управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства і визначення цілей та задач його автоматизації відповідно до першого етапу побудови – є звіт – документ, в якому чітко сформульовано, що одержить підприємство, якщо буде профінансована розробка та впровадження інформаційної системи, графік виконання робіт, графік фінансування на різних етапах робіт.

На етапі побудови й аналізу інформаційної моделі управління зовнішньоекономічної діяльності здійснюється формалізація й уточнення інформації, перевірка повноти отриманої інформації, аналіз інформації на предмет відсутності протиріч, а також пошук інформації, що не використовується взагалі або дублюється. Вимоги до інформаційної системи у цілому формуються шляхом формулювання вимог до окремих її компонентів, з огляду при цьому на погодженість цих компонентів.

На етапі уточнення характеристик інформаційної системи необхідно здійснити такі дії: передбачити можливість подальшого розвитку системи, наприклад, зростання обсягів даних, збільшення інтенсивності потоку запитів, зміну вимог до надійності системи тощо. Крім того необхідно розробити план робіт із інформаційної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства і її тестування; формалізувати вимоги до безпеки, доступу, обслуговування системи, захисту від несанкціонованого доступу, реєстрації подій системи, аудиту, резервного копіювання, оновлення інформації; уточнити обрані для кінцевої реалізації апаратні та програмні засоби, для чого можуть залучатися групи тестування, технічні фахівці.

Проектування інформаційної системи передбачає формування моделі даних. При цьому вихідною інформацією є інформаційна модель і уточнені характеристики системи управління зовнішньоекономічної діяльності. Кінцевим продуктом етапу проектування є схема бази даних і набір специфікацій модулів системи (вони будуються на базі моделей функцій) [2].

Основною частиною проектування бази даних є побудова логічної і фізичної моделей даних. Отримана інформаційна модель спочатку перетворюється в логічну, а потім у фізичну модель даних. Після цього створюється спробна база даних. З нею починають працювати розроблювачі коду. Під час реалізації проекту велике значення має координація групи (груп) розроблювачів. Усі розроблювачі повинні підкорятися твердим правилам контролю вихідних тестів. Група розроблювачів, одержавши технічний

проект, починає писати код модулів, і в цьому випадку основне завдання полягає в тому, щоб уявити специфікацію. Проектувальник указав, що необхідно зробити, а розроблювач визначає способи виконання [2].

Комплексне тестування є окремим етапом розробки та впровадження інформаційної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю компанії. Чим складніше проект, тим більше буде потреба в автоматизації системи збереження помилок. Дослідна експлуатація завершує процес тестування. Введення в експлуатацію (впровадження) проходить, принаймні, три фази: первісне завантаження інформації; накопичування інформації; вихід на проектну потужність [2].

У період накопичування інформації проявиться найбільша кількість помилок, допущених при створенні та впровадженні пропонованої системи. Це помилки, пов'язані з доступом багатьох користувачів. Часто на етапі тестування таким помилкам не приділяється належної уваги – мабуть, через складність моделювання і дорожнечі засобів автоматизації процесу тестування в умовах доступу багатьох користувачів.

Література

1.Макрусев В.В. Основы системного анализа. Основные методологические положения когнитивного подхода URL: ilts.ru/files/file78.pdf. (дата звернення 28.04.2022)

2.Зілова О. Управління проектами створення інформаційних систем URL: <http://www.unicyb.kiev.ua/~boiko/it/zilova.htm>. (дата звернення 28.04.2022)

Брагіна Дар'я

студентка 3 курсу фак-ту менеджменту

Наук. кер.: канд. екон. наук, доцент Полусмяк Ю.І.

ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ – СУБ'ЄКТАХ ЗЕД

Слід зазначити, що зростанню продуктивності праці на підприємствах – суб'єктах ЗЕД приділяється велика увага в усіх країнах. Підвищення продуктивності праці на підприємствах – суб'єктах ЗЕД – це складний процес, але він є необхідною передумовою забезпечення економічного розвитку підприємства, оскільки виступаючи джерелом збільшення обсягів виробництва продукції, приводить до скорочення затрат праці на виробництво продукції, а відтак – економії робочого часу; обумовлює скорочення витрат на оплату праці в розрахунку на одиницю продукції; сприяє зниженню витрат на виробництво продукції тощо. У той же час підвищення продуктивності праці на підприємствах – суб'єктах ЗЕД є вираженням загального економічного закону, економічною необхідністю розвитку суспільства і має такі цілі: стратегічну – підвищення життєвого рівня населення; найближчу –

підвищення ефективності діяльності галузей і підприємств, а також реальне зростання особистих доходів працівників [1].

Отже, можна стверджувати, що без зростання продуктивності праці стає неможливим забезпечення конкурентних переваг компанії, її сталий соціально-економічний розвиток. Так, слід зазначити про те, що джерелом зростання продуктивності праці на підприємствах – суб'єктах ЗЕД, яке не має меж, є техніко-технологічне вдосконалення виробництва під дією науково-технічного прогресу.

Так, варто акцентувати увагу на тому, що за кілька останніх десятиріч у розвинених країнах рівень екстенсивного використання праці зменшився більше ніж удвічі, інтенсивність праці не зростала, а продуктивність збільшилася в кілька разів, що проявилось у значному зростанні добробуту і рівня споживання всіх верств працюючого населення. Тобто саме за рахунок науково-технічного прогресу продуктивність праці на підприємствах – суб'єктах ЗЕД зростає так швидко, що дає можливість виробляти все більше і більше споживчих благ меншою кількістю праці [2].

Велике значення для підвищення продуктивності праці на підприємствах – суб'єктах ЗЕД мають організаційно-економічні фактори, які визначаються рівнем організації виробництва, праці й управління. До цих факторів належать: удосконалення форм організації суспільного виробництва, його подальшої спеціалізації та концентрації; удосконалення організації виробничих підрозділів і допоміжних служб на підприємствах – суб'єктах ЗЕД; удосконалення організації праці шляхом поглиблення поділу і кооперації праці, упровадження багатOVERSTATного обслуговування, розширення сфери суміщення професій і функцій; застосування передових методів і прийомів праці на підприємствах – суб'єктах ЗЕД; удосконалення організації та обслуговування робочих місць на підприємствах – суб'єктах ЗЕД; поліпшення нормування праці (упровадження технічно обґрунтованих норм затрат праці, розширення сфери нормування праці); застосування гнучких форм організації праці на підприємствах – суб'єктах ЗЕД; поліпшення підготовки і підвищення кваліфікації кадрів на підприємствах – суб'єктах ЗЕД; поліпшення умов праці; удосконалення організації управління виробництвом з допомогою удосконалення системи управління виробництвом, поліпшення оперативного управління виробничим процесом, упровадження автоматизованих систем управління виробництвом [1].

Реалізація даного завдання залежить від скоординованої роботи економістів і менеджерів на всіх етапах програми.

До групи соціально-економічних факторів зростання продуктивності праці на підприємствах – суб'єктах ЗЕД належать всі заходи, що спричиняють покращання якості робочої сили. Це, насамперед, такі характеристики працівників, як рівень кваліфікації та професійних знань, умінь, навичок; компетентність, відповідальність; здоров'я та розумові здібності; професійна придатність, адаптованість, інноваційність та професійна мобільність, моральність, дисциплінованість, мотивованість (здатність реагувати на

зовнішні стимули) і мотивація (внутрішнє бажання якісно виконувати роботу). До цієї групи факторів відносяться також характеристики трудових колективів, такі як трудова активність, творча ініціатива, соціально-психологічний клімат, система ціннісних орієнтацій[4].

На рівень продуктивності праці на підприємствах – суб'єктах ЗЕД впливають величина екстенсивного використання праці, інтенсивність праці, а також техніко-технологічний стан виробництва. При прийомі працівника дуже важливо визначити, який вид мотивації для нього пріоритетний. Людина, для якої головною є матеріальна мотивація, буде проявляти меншу ініціативу у нововведеннях, творчих розробках, навчанні, ніж особа, для якої гроші не є основним фактором, щоб працювати професійно та якісно. Також на вибір засобів мотивації впливає стать та вік робітників [4].

Література

1. Масалаб Р.Н. Використання показників продуктивності праці в управлінні господарською діяльністю підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами". Донецьк, 2003. 20 с.
2. Міжнародна організація праці URL: <http://www.ilo.org.ua/Pages/default.aspx>
3. Янковий Р.В. Шляхи підвищення продуктивності та результативності праці на підприємстві. Економіка: реалії часу: науковий журнал. 2013. № 1 (6). С. 23-26. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n1.html>
4. Сергійчук, С. І. Дослідження методів вимірювання продуктивності праці URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/>.

Строкань Анастасія

студентка 2 курсу фак-ту менеджмент

Наук. кер.: канд. екон. наук, доц. Павлюк Т. С.

ВАЖЛИВІСТЬ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ, ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У 2020 р. людство зіткнулося з новим фактором небезпеки – пандемією COVID-19, яка вплинула практично на всі сфери життєдіяльності суспільства, зокрема сферу економіки і бізнесу. Як показала практика, багато бізнес - структур та національні економіки окремих країни виявилися неготовими повноцінно протистояти відповідним кризовим явищам, що актуалізує проблематику удосконалення систем антикризового менеджменту та оновлення антикризових інструментів. Оскільки персонал організації є специфічним, але й той же час стратегічно важливим її ресурсом вважаємо, що в системі антикризового менеджменту підвищення увага має приділятися перш за все питанням управління персоналом. Антикризове управління персоналом в різних аспектах досліджено такими вітчизняними вченими, як Данюк В., Дороніна О., Жильченкова В., Костишина Т., Мізік Ю., Миронова

О., Назарова Г., Писаревська Г., Продиус І., Савчено В., Сардак О., Скібіцький О., Янковська Л.А. та іншими. Значні напрацювання в сфері антикризового кадрового менеджменту здійснено зарубіжними науковцями.

Мотивація співробітників була однією з найважливіших проблем протягом багатьох років. Кожен роботодавець хоче знати, де у його співробітника є кнопка, яка дозволить вам стати високоефективним, ініціативним і лояльним професіоналом.

Оскільки компанія не має інструкцій щодо використання та локалізації такої кнопки, вона створює власні мотиваційні інструменти у вигляді положень, стандартів, положень, які часто замінюють поняття мотивації та стимулу або об'єднують їх у одне ціле.

Іншими словами, мотивація працівників — це комплекс заходів, спрямованих на стимулювання та створення умов для лояльної, ефективної та продуктивної праці працівників. Без цього не буває бізнесу, тому потрібно знати.

Відомо, що лише 10% усіх працівників працюють постійно. Усім іншим потрібні додаткові умови, заохочення, стимули, щоб скористатися перевагами компанії. Тож зрозуміло, що ці умови та стимули надзвичайно важливі. Інакше керівник ризикує успіхом своєї компанії.

Більшість керівників вважають, що найкраща мотивація — це грошова винагорода, що, безумовно, надзвичайно важливо. Однак навіть найщедрішої зарплати, премій і штрафів недостатньо, щоб утримувати 100% ефективний колектив. Для цього потрібно більше. Заохочення у вигляді штрафів і штрафів — це дві сторони однієї медалі. І перше, і друге впливають на матеріальний стан працівника. однак: бонуси, бонуси та інші види добавок формують мотивацію чогось досягти, - але штрафи та відрахування допомагають уникнути банкрутства.

Цікаво: будь-який психолог скаже вам, що мотивація досягнення більш ефективна, ніж мотивація уникати. Тому спочатку постарайтеся сформулювати в команді бажання винагороди замість страху не отримати певну частину зарплати.

Парадокс полягає в тому, що, розвиваючи системи випуску та преміювання, організовуючи корпоративні свята та навчання, компанії не можуть обійтися без негативних стимулів. Крики, публічна критика, перехід від робочої ситуації до ідентичності співробітників і часто штрафи під більш прийнятним терміном «депресія» використовуються на практиці багатьма українськими компаніями.

Згідно з опитуванням порталу rabota.ua наприкінці 2020 року, 52% опитаних запитали: «Чи існує система штрафів за порушення?» відповіли ствердно. Основними причинами стягнення є дисциплінарні: затримка — 60 % респондентів; відсутність - 53%; дивитися на роботу в нетверезому стані — 52%; невідповідна відсутність на роботі понад встановлений час — 50%.

Література

1. Притула О.В. Мотиваційні механізми та їх використання у сфері підприємництва : монографія / за ред. д-р екон. наук, проф. ІРД НАН України М.А. Козоріза. Львів : ІРД НАН України, 2003. 216 с
2. Мазур Н.О. Роль стимулів у системі мотивації персоналу. Формування ринкової економіки : зб. наук. праць Київського національного економічного університету. Спецвип. до 100-річчя КНЕУ та 40-річчя кафедри управління персоналом. Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики. Київ : КНЕУ. 2005, Т. 2. С. 173-182.
3. Дороніна М.С., Черкашина Т.С. Протиріччя в мотивації управлінського персоналу промислових підприємств. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. 2013. № 1. С. 4-15.

Masiuk V.

student of Faculty of Management

Shmelkova G. M.

PhD in Pedagogics

Associate professor of Business Communication

ORGANIZATION OF WORKING TIME OF THE ENTREPRENEUR IN THE FIELD OF SERVICES

Every day the entrepreneur faces problems related to the activities of the enterprise. Planning and organizing your own working hours in a rational way helps to perform daily tasks, build strategic goals and get closer to them.

Self management in organizations is the active involvement of employees at all levels in the decision-making process, as well as improving productivity and quality of work [1].

The manager's working time can be grouped by types of tasks or functions:

1. personnel management (distribution and proof of tasks, coaching, organization of implementation, consulting, performance monitoring, performance appraisal, conflict resolution);
2. reflection on problems, development and adoption of management decisions;
3. short-term planning: setting tactical tasks, preparing meetings;
4. forecasting and strategic planning of the organization;
5. administration (issuing orders, distribution of documents);
6. external communications;
7. control of the results of tasks and indicators of the enterprise.

Prioritization in the activities of the manager is extremely important. The specialist should not try to do too much work at once and spend effort on small things. Priorities can be set by using ABC analysis, according to which the most important tasks (category A) contains 15% of all tasks and cases, and the importance and contribution of these tasks to achieving the goal is 65%. Important tasks (category B) account 20% of the total number of cases, as well as 20% of the

importance of tasks. Category C describes less important and insignificant tasks, which composes 65% of the total number of goals, but makes only 15% of the total effect.

An effective manager solves only one task for a certain period of time and achieves goals consistently. Paying attention to really important and necessary activities, maintaining a balance between urgency and importance of tasks, exclusion from the list tasks that can be done by other employees, doing things on time, achieving significant results that show efficiency - these are the benefits of working for priorities.

Productivity is defined as the ratio between output and costs. The perfect way to increase productivity is to increase output while reducing costs. Other way to increase productivity is management, in which the increase in output exceeds the level of costs. You can also increase efficiency by reducing costs, while having the same level of output. Manager always pays attention to quantity, but another measure of productivity that is also important IS quality. There is a difference between the quantitative and qualitative return of employees.

That is, the elements that are able to ensure the effective implementation of the tasks are: the team climate, the appropriate level of responsibility and authority, as well as the flexibility of the work schedule.

An integral part of the manager's activities is to motivate employees to work effectively. There is an internal and external motivation of employees. The internal dimension refers to the work task: that is, if the work task is interesting, it is clear for the employee that it provides development and in such way the subordinate can see the results of his work [2]. External motivation relates to the financial dimension (for example, wages and benefits), the measurement of convenience (commuting), relationships and colleagues (friendly colleagues, that are willing to help and sincerely interested in you), career chances for fair promotion and adequacy of resources (for example, to perform work).

When managers try to improve the organization, they often use a top-down approach, assigning more complex tasks to employees or allocating more resources to them. It should be noted that giving subordinates more responsibility and authority does not guarantee increased productivity. Managers should focus on both individual and team performance, rather than focusing on the quantity and quality of products or services that are produced for the consumer.

The manager of the organization must monitor the performance of tasks by each employee and evaluate the objectives, unite the team to make collective decisions, communicate with people and receive feedback from subordinates, rationally organize the work process, monitor processes, properly use professional skills of employees and encourage their professional development.

Performing tasks consistently involves achieving the following benefits: getting subordinates, colleagues and supervisor satisfaction with the results of work, avoiding overloads and conflicts, meeting deadlines.

References

1. Robert Sutton, Haggie Rao. Growth crisis. How not to agree on small results in business. Publishing house: "Our format", Kyiv, 2020.
2. Working for an entrepreneur: heaven or hell? [Electronic resource] - Access mode:: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-019-00276-0>

Фудашкін Артемій

аспірант

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ОБМЕЖЕНИХ РЕСУРСІВ

Франчайзинг - це форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами (компаніями та/або фізичними особами), в рамках якої одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, комерційними таємницями, репутацією та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися цією системою на погоджених умовах [1].

Дослідженню франчайзингу присвячені роботи провідних вітчизняних та зарубіжних вчених: Дельта Ж., Котлера Ф., Ламбена Ж., Мендельсона М., Шейна С., а також: Ковальчука Н. А., Широбокова Н. М., Шкромада В. В., Кошеліва Є. Г., Ляшенко В. І. та ін. Але, незважаючи на кількість публікацій з цієї тематики, питання взаємодії франчайзингу з підприємствами малого та середнього бізнесу в Україні в сучасних умовах залишається відкритим.

Якщо в усьому світі франчайзинг вже давно став невід'ємним атрибутом економіки (за оцінками експертів, у розвинених країнах світу більше 40% всіх продажів здійснюється через франчайзингові мережі), то в Україні ця бізнес - технологія тільки набирає обертів. Активно розвивається внутрішній франчайзинг, що представляє собою досить специфічний сплав закордонних франчайзингових технологій і вітчизняних підходів до ведення бізнесу.

Більшість зарубіжних компаній в Україні надає перевагу веденню бізнесу власними силами, вкладаючи тим самим значні кошти в нове виробництво та купуючи вже функціонуючі об'єкти (як правило, торгова нерухомість), або виступаючи орендарем відповідних приміщень.

Однак в останні роки міжнародні компанії починають виявляти значний інтерес до співробітництва з українськими партнерами на основі франчайзингу, при якому велика частина капітальних витрат здійснюється місцевою стороною. Вітчизняні бізнесмени зі свого боку також приходять до усвідомлення всіх переваг використання відомої торгової марки і відпрацьованої технології ведення бізнесу міжнародних компаній.

У цілому, франчайзинг, як складова економіки України, знаходиться на початковому етапі розвитку. За даними статистики, в Україні на сьогоднішній день функціонує близько 415 франчайзингових мереж (для порівняння: у США їх кількість становить більше 15000, у Франції - понад 5000), із загальної кількості близько 40 франчайзингових мереж українського походження,

працює за кордоном. В Україні кількість мереж у різних сегментах ринку представлено наступними даними: торгівля - 192 мережі, надання послуг - 97 мереж, громадське харчування - 57 мереж, послуги бізнесу - 25 мереж тощо.

Розвиток франчайзингу в Україні стримується низкою факторів, основними з яких є: недосконалість законодавчої бази, відсутність у вітчизняних підприємців досвіду роботи в рамках франчайзингу, несумлінне ставлення до виконання договірних зобов'язань і чужої інтелектуальної власності, низький рівень розвитку банківського кредитування тощо. Окрім того, Податковий Кодекс України значно звужує перспективи розвитку малого бізнесу і змушує підприємців шукати обхідні шляхи у здійсненні платежів «роялті» та «паушальний платіж» своїм партнерам.

Отже, тенденції на ринку франчайзингу є як досить позитивними так і такими, що стримують розвиток, але їх наявність свідчить про те, що франчайзинг буде ще не один рік стрімко розвиватися в Україні, адже даний напрямок зосереджує в собі не тільки вітчизняні бренди, а й відомі світові бренди, що, безсумнівно, є кращим стимулом для споживачів продукції або послуг.

Саме тому ринок франчайзингу можна розглядати як перспективний напрямок для ведення комерційної діяльності на території України та слід очікувати зростання кількості франчайзерів та, особливо, франчайзі.

Література

1. Мальська, М. П. Міжнародна маркетингова діяльність/ М. П. Мальська, І. С. Пурська. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 288 с.
- 2.Перспективи франшиз URL: <http://forbes.ua/business/1341415-10-samyh-perspektivnyh-franshiz>
- 3.Малый бизнес в Украине URL: <http://ubr.ua/top/malyi-biznes-nadejdy-i-realnost>

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ «ЖУРНАЛІСТИКА ТА ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА, АРХІВНА СПРАВА»

Артамонова Олександра

ІНТЕРВ'Ю В ТЕЛЕМАРАФОНІ «ЄДИНІ НОВИНИ»..... 4

Болотов Дмитро

*ОГЛЯД ДОСЛІДЖЕНЬ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В УКРАЇНСЬКОМУ
МЕДІАПРОСТОРІ..... 6*

Бутенко Олександра

*ГЕНДЕРНА ДИСКРИМІНАЦІЯ В НОВИННИХ СЮЖЕТАХ
РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ..... 7*

Ган Олександра

*ПРОБЛЕМА «МОВИ ВОРОЖНЕЧІ» В СУЧАСНОМУ ВОЄННОМУ
МЕДІАДИСКУРСІ..... 10*

Кириченко Марія

*ФІРМОВИЙ СТИЛЬ 1+1 MEDIA: ВІЗУАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ
СТРАТЕГІЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ БРЕНДА ТЕЛЕКАНАЛУ..... 13*

Лащенко Анна

*КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ПРОГРАМИ В СУЧАСНОМУ
МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ 15*

Лащенко Анна

*ТВОРЧИСТЬ ЖУРНАЛІСТА НА ПРИКЛАДІ РОБОТИ
ЯНІНИ СОКОЛОВОЇ..... 17*

Павлюченко Діана

*ВІРТУАЛЬНІ ВИСТАВКИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ
КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ..... 20*

Перекрест Анна

*СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ДЖЕРЕЛО USER-GENERATED CONTENT ДЛЯ
СУЧАСНИХ МЕДІА 22*

Пода Тетяна

ТЕЛЕКАНАЛ «UA: ПЕРШИЙ» ДОВОЄННИЙ КОНТЕНТ..... 24

Сажинський Ігор

*ЗМІНИ МОВНОЇ НОРМИ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ
ВІЙНИ 27*

Самойленко Олександра

*АДАПТАЦІЯ МАТЕРІАЛІВ ТРАДИЦІЙНИХ ЗМІ В УМОВАХ ІНТЕРНЕТ-
КОМУНІКАЦІЇ 28*

Суханов Максим

*ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАСОБАМИ PR ОРГАНІЗАЦІЙ «ТРЕТЬОГО
СЕКТОРУ» В УКРАЇНІ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ВИКЛИКИ
СЬОГОДЕННЯ 30*

Таточенко Катерина

*ДО ПИТАННЯ ПОНЯТТЯ КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ДИСКУРСІ
ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ..... 33*

Ткаченко Олександра

ФОТОГРАФІЯ ЯК НОСІЙ ІНФОРМАЦІЇ У ФОТОАЛЬБОМАХ..... 37

Христіч Вероніка

ТИПИ ІНТЕРВ'Ю НА СТОРІНКАХ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ..... 38

Цуркан Влада

РОЛЬ ЗМІ В РЕІНТЕГРАЦІЇ ТИМЧАСОВО ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЙ 41

Чернявська Юлія

СОЦІАЛЬНА ПАМ'ЯТЬ ЯК ФЕНОМЕН КОМУНІКАЦІЇ..... 43

СЕКЦІЯ «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»

Баришева Марія

*ВІТЧИЗНЯНЕ ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ПОТРЕБ
БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ 45*

Батерук Ярослава

*ОСТАТОЧНА ВІДМОВА ВІД РОСІЙСЬКОГО ПРОГРАМНОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ..... 47*

Блощаненко Олена

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ 48

Бондаренко Анастасія

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ..... 50

Гараніна Аліна

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ОНБОРДИНГУ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19..... 52

Гнідкова Анастасія

ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ..... 55

Горбуліна Олександра

ВІДМОВА ВІД РОСІЙСЬКОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ..... 56

Гурська Аліна

ДОПОМОГА БАНКАМ ВІД НБУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 58

Гушан Анна

РИЗИКИ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРСПЕКТИВНО АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ (ВІТРОВА ЕНЕРГЕТИКА)..... 59

Дужич Катерина

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ 62

Замешайлова Карина

ПЛАНУВАННЯ Й ОРГАНІЗАЦІЯ КАР'ЄРНОГО ПРОСУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ..... 64

Зачепило Дар'я

КОНТРОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАБІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 66

Згурська Тетяна

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗА АНГЛО-АМЕРИКАНСЬКОЮ СИСТЕМОЮ ОБЛІКУ..... 68

Кармазіна Вікторія

БЕЗПЕКА КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ 69

Каченюк Аліна

ОЦІНКА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ 71

Кльоц Анастасія

*БУХГАЛТЕРІЯ В СМАРТФОНІ. ВИКОРИСТАННЯ ХМАРНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ* 74

Ключка Вікторія

ГРЕЙДОВА СИСТЕМА ОПЛАТИ ПРАЦІ 76

Корохова Марина

*ОГЛЯД МЕТОДІВ ОБЛІКУ ВИТРАТ І КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ
ПРОДУКЦІЇ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ* 78

Мельникова Катерина

Тихонова Карина

ВПЛИВ НА МОТИВАЦІЮ КАДРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ 80

Михайленко Тетяна

*СУЧАСНІ МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ЗАОХОЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ДО
ЕФЕКТИВНОЇ ПРАЦІ ЛЮДИНИ* 83

Міщенко Анна

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ КРИЗОВОГО СТАНУ 84

Островський Михайло

РОЛЬ ТА РОЗВИТОК КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ 87

Петренко Анастасія

Сидоренко Катерина

*УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ
СИСТЕМІ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ ПІДПРИЄМСТВА* 89

Радіонова Дар'я

*МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ
В МАЛОМУ БІЗНЕСІ* 90

Романова Анастасія

*ПРО ДУАЛІСТИЧНИЙ ХАРАКТЕР КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ* 93

Сєрова Владлена

*МЕНЕДЖМЕНТ БІЗНЕСУ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ* 94

Скиба Діана

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛОМ . 96

Скробіна Єлизавета

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ПАТРІОТИЗМ 99

Соловей Яна

*ДОПОМОГА УКРАЇНІ ВІД ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ В ПИТАННЯХ
ПРОСУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ..... 100*

Солоненко Ірина

*ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА СУЧАСНИХ
ПІДПРИЄМСТВАХ 102*

Сопуляк Катерина

Сидоренко Катерина

*ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У
БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ 104*

Тарабан Євгенія

*ОКРЕМІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ТА ВНУТРІШНЬОГО
КОНТРОЛЮ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ 105*

Троцько Дар'я

ТРУДОВА МІГРАЦІЯ В УКРАЇНІ..... 107

Трясорук Анастасія

*ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНИХ МЕТОДІВ
ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ..... 109*

Федоров Денис

*КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ Й МІСЦЕВОГО
САМОВРЯДУВАННЯ ТА ЙОГО РОЗВИТОК 112*

Чистікова Вікторія

*ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ У БІЗНЕС-СТРУКТУРАХ. ЖІНКА-ЛІДЕР У
БІЗНЕС-СТРУКТУРАХ..... 114*

СЕКЦІЯ «ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН»

Алдошина Тетяна

*ПРАВИЛА СТВОРЕННЯ ДОПИСІВ У СОЦІАЛЬНІЙ
МЕРЕЖІ INSTAGRAM 116*

Вайткевічус Вікторія

ENGLISH LOAN WORDS FROM ASIA..... 119

Гаріна Анастасія

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ – РОЗВИТОК ЧИ ДЕГРАДАЦІЯ? 121

Заруба Соф'я

*РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ ПОСТАТЕЙ У СТАНОВЛЕННІ
УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІЇ* 124

Ксєндзов Даніл

*ДИСТАНЦІЙНИЙ ДОГОВІР КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ: АКТУАЛЬНІ
ПРОБЛЕМИ, СУЧАСНІ ПЕРЕВАГИ Й РИЗИКИ* 127

Михайлова Еліна

*СПОСОБИ ВИСВІТЛЕННЯ ВОЄННИХ ЗЛОЧИНІВ У ТЕЛЕМАРАФОНІ
#UAPAZOM* 131

Михайлова Еліна

СТАНОВЛЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ СВІТОВОЮ 133

Мороз Поліна

ЖАНРИ ЕЛЕКТРОННИХ ВИДАНЬ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА 135

Носик Максим

*КЛАСТЕРНО-РЕГРЕСИВНИЙ АНАЛІЗ ІСТОРІЇ РУСІ: ПРИСМЕРК
ЗАГУБЛЕНОЇ ІСТОРІЇ ТМУТАРАКАНІ* 137

Сущенко Павло,

Коваленко Владислав

НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЛЬТИТЕСТ НА ВІДМІННО 143

Россол Ольга

*ЗАХИСТ ПРАВА ВЛАСНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА У
ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД.....* 144

Севериненко Анастасія

ФЕТИШИЗМ ЯК СИМВОЛ ВІРИ 147

Тимошенко Анастасія

*КОНЦЕПТ ЗНАКУ ЗОДІАКУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЖИТТЯ ТА
ТВОРЧІСТЬ Є. ГУЦАЛА* 149

СЕКЦІЯ «ПЕДАГОГІЧНИХ ДИСЦИПЛІН»

Бєлоусова Валерія

*ВПЛИВ КОМП'ЮТЕРА НА ФІЗІОЛОГІЧНЕ І ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я
ЛЮДИНИ.....* 152

Буц Антон

*ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ ПРАКТИЧНИХ ДИСЦИПЛІН
СПЕЦІАЛЬНОСТІ ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ В ДИСТАНЦІЙНІЙ
ФОРМІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....* 154

Косько Катерина

ПОДОЛАННЯ СТРЕСУ ЗАСОБАМИ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ 157

Говоруха Ольга

*СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНОЇ РОБОТИ З ДІТЬМИ ЯКІ
ЗАЗНАЛИ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА.....* 160

Кротов Євген

ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЗДОРОВ'Я 162

Мільчева Анжеліка

*МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ АКСІОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У
ФАХОВИХ МОЛОДШИХ БАКАЛАВРІВ ПІД ЧАС ВИКЛАДАННЯ ІСТОРІЇ
УКРАЇНИ* 166

Смолянкова Тетяна

*ФОРМУВАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗДОБУВАЧІВ
ФПО* 168

Суботіна Олена

ФІЗИКА ТА ЖИВОПИС 174

Тарасова Софія

ФІЗИКА ТА СПОРТ 175

Тимошенко Анастасія

МЕМИ. ТЕМАТИЧНЕ СПРЯМУВАННЯ «ПРАВИ ДИТИНИ» 178

Чернишова Валерія

ДОПИТЛИВІСТЬ – КЛЮЧ ДО ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ 180

Замирайло Анастасія

*ВІРТУАЛЬНІ ФІЗИЧНІ ЛАБОРАТОРІЇ ПЕРШОГО КУРСУ ВСІХ
СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ В ЕКОНОМІКО-ПРАВНИЧОМУ ФАХОВОМУ
КОЛЕДЖІ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО ТА ОЧНОГО НАВЧАННЯ.....* 181

СЕКЦІЯ «ЕКОНОМІЧНИХ ДИСЦИПЛІН»

Артеменко Юлія

ТРЕНДИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ 184

Валєєва Наталія

ЯК КЕРУВАТИ СВОЇМИ ГРОШИМА 187

Єрмак Владислава

ПІДГОТОВКА ДО НМТ-2022 з математики..... 191

Кобзєй Каріна

*УЛЮБЛЕНІ МІСЦЯ ВІДПОЧИНКУ УКРАЇНЦІВ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ
COVID-19* 194

Кобзєй Каріна

*БАЗОВІ ФІЗИЧНІ ЗНАННЯ ТА КЛЮЧІ ДО РОЗУМІННЯ ПІД ЧАС
ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОХОДІВ.....* 197

Кротов Євген

*ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ДЛЯ УСПІШНОСТІ ЯК
ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ* 200

Мільчева Софія

СУЧАСНА РЕВОЛЮЦІЯ ОСВІТИ ТА ЇЇ ІНТЕГРАЦІЯ У VR ПРОСТІР.... 203

Оленкевич Марія

КРИСТАЛИ ТА ЇХ БУДОВА 206

Синявіна Дар'я

ОБЛІК ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ 208

Тимошенко Данило

ВИКОРИСТАННЯ AGILE-ПІДХОДУ В КЕРУВАННІ ІТ-ПРОЄКТАМИ ... 211

Черкун Андрій

*МЕДІА ЯК ОСОБЛИВИЙ ЧИННИК ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК
ЕКОНОМІКИ.....* 213

Шевченко Олександра

СТРУКТУРА, МЕТОДИКА І ТЕХНІКА СКЛАДАННЯ БАЛАНСУ 216

СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ, ЛОГІСТИКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Акімочкіна Юлія

ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЙОГО ПОДАЛЬШИЙ РОЗВИТОК 218

Акімочкіна Юлія

ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДКИ ТОВАРІВ У ТОРГОВОМУ ЗАЛІ МАГАЗИНУ 220

Багмет Вадим

ТЕХНОПАРКИ НА ШЛЯХУ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ 222

Гаркуша Вячеслав

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ ПОБУДОВИ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН 223

Корягін Віктор

МІЖНАРОДНІ ІНВЕСТИЦІЇ В КОНТЕКСТІ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ 225

Масюк Вероніка

ЕКОНОМІКО-КАРАНТИННА КРИЗА: ПРИЧИНА И НАСЛІДКИ 227

Лісова Тетяна

РИНКОВА ЕКОНОМІКА: ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ У ВОЄННИЙ ЧАС 229

Лісова Тетяна

ЛОГІСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНІВ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ 230

Марков Іван

БІЗНЕС-ПРОБЛЕМИ ТА ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ВІЙСЬКОВОГО ВТОРГНЕННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ 232

Михайлик Олександр

ЛОГІСТИЧНІ ЦЕНТРИ УКРАЇНИ 234

Остапов Андрій

Шибекко Димтро

*НАПРЯМКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЗЕД
ПІДПРИЄМСТВА 235*

Брагіна Дар'я

*ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ – СУБ'ЄКТАХ ЗЕД..... 237*

Строкань Анастасія

*ВАЖЛИВІСТЬ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ, ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОСТІ
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ..... 239*

Masiuk V.

Shmelkova G. M.

*ORGANIZATION OF WORKING TIME OF THE ENTREPRENEUR IN THE
FIELD OF SERVICES 241*

Фудашкін Артемій

*ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО
ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ОБМЕЖЕНИХ РЕСУРСІВ 243*

ДЛЯ НОТАТОК