ТРУДЫ ЗИЭИТ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

2014 Т.2 №1

Т Р У Д Ы
Запорожского института экономики и информационных технологий

ISSN 2308-9261
Научный журнал
Основан в 2012 году
Том 2, № 1, 2014 год

Учередитель: Образовательное учереждение высшего профессионального образования «Запорожский институт экономики и информационных технологий» (ЗИЭИТ)

Главный редактор:

Переверзев А.В., д.т.н., профессор, проректор по научной работе ЗИЭИТ

Редакционная коллегия:

Двигун А.А., д.э.н., профессор
Метеленко Н.Г., д.э.н., профессор
Мокий А.И., д.э.н., профессор
Калюга А.И., д.э.н., профессор
Бражко А.В., д.н. с гос. упр., професор
Рыбинцев В.А., д.э.н., професор
Лебедева Л.Н., к.ф.-м.н., професор
Таланин И.Е., д.ф.-м.н., професор
Хромова К.А., к.филол.н., доцент

Почтовый адрес: 69041, г. Запорожье, ул. Кияшко 16Б
Тел.: (061) 239-90-01
Факс: (061) 289-10-40
E-mail: trudy@econom.zp.ua
Сайт: http://conference.zieit.zp.ua:81/index.php/ru/trudy

ТРУДЫ ЗИЭИТ, 2014, Том2 №1

Proceedings of Zaporizhzhya Institute of Economics and Information Technology

ISSN 2308-9261
Technical Journal
Based in 2012
Volume 2, N. 1 2014 год

Zaporizhzhya Institute of Economics and Information Technology (ZIEIT)

Editor-in-chief:

Pereverzev A.V. Dr.Sc., Prof.

Editorial Board:

Dvigun A.A., Dr.Sc., Prof.
Metelenko N.G., Dr.Sc., Prof.
Mokii A.I., Dr.Sc., Prof.
Kalyuga E.V., Dr.Sc., Prof.
Brajko A.V., Dr.Sc., Prof.
Ribentsev V.A., Dr.Sc., Prof.
Lebedeva L.N., Dr.Sc., Prof.
Talanin I.E., Dr.Sc., Prof.
Khromova K.A., Dr.Sc., Prof.

Address: 69041, г. Запорожье, ул. Кияшко 16Б
Telephones: (061) 239-90-01
Fax: (061) 289-10-40
E-mail: trudy@econom.zp.ua
Internet: http://conference.zieit.zp.ua:81/index.php/en/proceedings

© «Запорожский институт экономики и информационных технологий», 2014

Table of contents · Содержание · Зміст

Каптур А.А. Проблематика методики аналізу фінансових результатів діяльності підприємств у сучасних економічних умовах	6
Кротенок Ю.А. Современные методы оценки финансового состояния предприятия	10
Погребная Е.С. Применение методов факторного анализа для оценки резервов роста финансовых результатов	13
Михайленко А.О. Передумови та доцільність стратегії структурної трансформації економіки «старопромислових» регіонів	16
Савохіна В.В. Удосконалення інституціонального базису зміцнення конкурентних позицій АПК України	21
Сипко С.С. Шляхи підвищення інвестиційної привабливості запорізького регіону	26
Бабич В. В. Проблеми оподаткування малого бізнесу в україні	30
Обернихіна М. В. Фінансування поточної діяльності: теоретичний аспект	33
Божко Е.А. Деякі аспекти облікуцінних паперів	37
Іорданова Ю.Ю. Контроль поточної дебіторської заборгованості і шляхи його удосконалення	39
Шевченко Т. О. Удосконалення аналітичного обліку розрахунків з оплати праці	41
Гупалова М. С. Місце та роль стратегій позиціювання в системі стратегічних пріоритетів підприємства	43
*Дудко Є.О.*Маркетингова політика сучасного підприємства: сутність та напрями вдосконалення	46
*Назаренко І.М.*Методичний підхід до інтегральної оцінки системи маркетингу підприємства	49
Педан К. Ф. Формування системи маркетингових комунікацій підприємства енергопостачання	52
Білик В.В Сучасні системи розвитку та навчання персоналу підприємства.	55
Моисеев Е.А. Влияние инноваций на развитие бренда	58
Яковенко М.В. Напрями удосконалення організації ЗЕД на підприємстві	61
*Белова И.С.*Моделирование процессов взаимодействия открытых экономик	64
Гриценко А.В. Анализ методов идентификации изображений для мобильных устройств	68
Крючков М.О. Использование алгоритма раскраски графа несовместимости в оптимизирующих компиляторах	71
Охримюк А.Р. Количественный анализ процессов межгосударственной миграции	74
Безкровный М.М., Буканов Д.Г., Педяш В.С. Разработка приложения по распознаванию изображений на базе платформы D.I.R.	78
Артамонцевой Л.Є. Проблема перекладу аудіовізуального художнього тексту (на матеріалі т/с «Відчайдушні домогосподарки»)	81
Константинова Я. О. Особливості авторського стилю едгара по (на основі його «готичних» новел: «The masque of The red death», «The black cat», «The tell-taleheart», «The fall of the house of usher», «Morella»)	85
Мироненко Н. В. Стилістичні особливості жанру фентезі та відтворення їх у перекладі (на матеріалі твору н. шустермана «Країна загублених душ»)	90

Мороз В.А. Переклад реалій у романі Д. Стіл «Сімейні узи»	94
*Паниотова А.С.*Особенности английского языка в ранненовоанглийский период (на материале писем королевы Елизаветы Тюдор)	99
Радутна Л.І. Зіставлення двох англомовних перекладів роману М. Булгакова «Майстер і Маргарита»	105
Романенко Н.В. Особливості американської розмовної лексики (на матеріалі кінофільму “Форрест Гамп”)	110
*Трандафилова М.С.*Язык и культура в романе Ф. С. Фицджеральда «Великий Гэтсби»	113
Хаметова Р.Э. Синхронические и диахронические особенности кулинарных наименований в английском языке	119

ПРОБЛЕМАТИКА МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Студентгр. ЕП – 228 Каптур А.А.*
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя вул. Кияшко 16-б

Вступ

Питання аналізу фінансових результатів на підприємствах є дуже важливим і актуальним в наш час. Це пов'язано з тим, що всі суб'єкти господарювання, зацікавлені в отриманні високих фінансових результатів (прибутків), тому що прибуток є основним джерелом для фінансування інвестиційних та інноваційних проектів та необхідною умовою розширення діяльності підприємства. Окрім керівництва і колективу, фінансові результати цікавлять інвесторів, кредиторів, державні органи, в першу чергу податкову службу, фондові біржі, які займаються купівлею-продажем цінних паперів та ін..

З прийняттям П(с)БО №3 "Звіт про фінансові результати" підприємства розраховують фінансові результати на основі інформації форм №2 "Звіт про фінансові результати" на різних етапах його формування, а саме:

- валовий прибуток;
- прибуток від операційної діяльності;
- прибуток від звичайної діяльності до оподаткування;
- чистий прибуток.

Кінцевим показником абсолютної оцінки фінансових результатів діяльності підприємства. Деякі науковці пропонують залучати при аналізі фінансових результатів підприємств такий прийом як аналіз відносних показників (коефіцієнтів) – розрахунок відношень між окремими позиціями однієї або різних форм звітності, визначення взаємозв'язків між показниками.

*Керівник к.е.н., доц. Гузенко О.П.

Під час аналізу фінансових результатів підприємства можуть використовуватися найрізноманітніші прийоми, методи та моделі. Їх кількість та широта застосування залежить від конкретних цілей аналізу та визначаються його завданнями в кожному окремому випадку [1].

Фінансові результати підприємства можуть бути оцінені з різним ступенем деталізації залежно від цілей аналізу, існуючої інформації, програмного, технічного та кадрового забезпечення Найбільш доцільним є виділення процедур експрес-аналізу та поглибленого аналізу фінансових результатів, де розрізняють ряд показників [2]:

- загальні показники характерні для всіх галузей економіки, специфічні для окремих галузей;
- первинні показники формуються за даними обліку планової інформації, похідні – розраховуються на базі первинних даних;
- синтетичні (інтегральні) показники узагальнюють складні економічні явища та процеси;
- результативний показник – це показник, що є об'єктом дослідження.

У своїй праці В.О. Мец [4] зауважує, що крім вартісного виміру результатів фінансово-господарської діяльності для користувачів інформації важливе значення мають відносні

Огляд наукових досліджень щодо аналізу фінансових результатів промислових підприємств Україні показав, що вагомий внесок у зазначений напрям зробити вітчизняні вчені економісти: В.О. Подельська та О.В. Яріш [1], І.Ф. Прокопенко та В.Г. Ганін [2], М.Я. Коробов [3], В.О. Мец [4], С.В. Шубіна та Ж.І. Торянин [5] та ін.

1. Мета і завдання дослідження

Розгляд проблематики існуючих методик аналізу фінансових результатів діяльності підприємств із урахуванням сучасних економічних умов їх функціонування

2. Виклад основного матеріалу

показники фінансових результатів – значення рентабельності, які характеризують відносний (у відсотках) ступінь прибутковості вкладеного капіталу в цілому і за його структурою, здійснених витрат чи отриманого доходу.

М.Я. Коробов [3] констатує, що при аналізі фінансових результатів використовують сукупність прийомів, які складають його спеціальний науковий апарат. На думку науковця у вітчизняній практиці аналізу фінансових результатів існують такі прийоми аналізу показників, які визначаються за інформацією фінансової звітності (табл. 1.).

Кожен із зазначених методів обробки аналітичної інформації передбачає визначення періоду дослідження та мету вивчення прикладної ситуації

Таблиця 1. Обов'язкові елементи процесу аналітичної оцінки фінансових результатів діяльності підприємств (прибуток)

Метод (спосіб, прийом) аналітичної оцінки	**Напрямок обробки аналітичної інформації щодо фінансових результатів діяльності підприємств (прибуток)**
1.Горизонтальний аналіз фінансових результатів діяльності підприємств	Дослідження змін кожного впливового критерію на величину фінансового результату (прибуток) за поточний період що аналізується
2.Вертикальний аналіз фінансових результатів діяльності підприємств	Дослідження структури відповідних показників (доходу та витрат), вивчення їх динамічних змін за визначений період аналізу
3.Трендовий аналіз фінансових результатів фінансових результатів діяльності підприємств	Дослідження в загальному вигляді динаміки зміни показників фінансових результатів заряд звітних періодів

У своїх дослідженнях, про оцінювання фінансових результатів, науковці [5] наголошують на тому, що різні сторони виробничої, постачальної і фінансової діяльності підприємства набувають закінчену грошову оцінку в системі показників фінансових результатів.

Показники фінансових результатів характеризують абсолютну ефективність господарювання підприємства. Важливішим серед них є показники прибутку, які в умовах ринкової економіки складають основу:

- економічного розвитку підприємства як база для фінансування;
- розширеного відтворення основних засобів;
- вирішення проблем соціально-економічного характеру;
- задоволення матеріальних потреб трудових колективів.

Як показують дослідження за прибутком визначається рівень віддачі авансових засобів та дохідність вкладень в активи підприємства. У збільшенні прибутку та зростанні рентабельності зацікавлена також держава, бо це забезпечує сталі й зростаючі надходження до державного бюджету.

Відомо кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства розраховується як сума прибутку (збитку) від звичайної діяльності та прибутку (збитку) від надзвичайної діяльності за мінусом амортизаційних відрахувань. Фінансовий результат може виступати як у формі прибутку або збитку, отриманих від різноманітних господарських операцій.

Основні цілі аналітичної оцінки фінансового результату діяльності підприємств (прибутку) мають бути чітко викладені в програмі аналізу прибутку, вважають. В.О. Подельська та О.В. Яріш [1],

Водночас фахівці аналітичної роботи вважають, що після загальної оцінки прибутку на підприємстві необхідно перейти до факторного аналізу прибутку. При цьому розраховується вплив на розмір прибутку наступних чинників:

- Зміна прибутку від звичайної діяльності.
- зміна прибутку від надзвичайної діяльності.

У свою чергу, зміна прибутку від звичайної діяльності залежить від:

- Зміни прибутку від операційної діяльності;
- Зміни прибутку від фінансово-інвестиційної діяльності.

Як вважають С.В. Шубіна та Ж.І. Торянин [5] аналіз фінансових результатів підприємства здійснюється за такими основними напрямками:

- аналіз та оцінка рівня і динаміки показників прибутковості;
- факторний аналіз прибутку від реалізації продукції, робіт, послуг;

аналіз фінансових результатів від іншої реалізації, позареалізаційної та фінансової інвестиційної діяльності;

- аналіз та оцінка використання чистого прибутку;
- аналіз взаємозв'язку витрат, обсягів виробництва продукції та прибутку;
- аналіз взаємозв'язку та прибутку, руху оборотного капіталу та грошових потоків;
- аналіз та оцінка впливу інфляції на фінансові результати та факторний аналіз показниківрентабельності.

Науковці вважають у процесі аналізу фінансових результатів на першому етапі необхідно оцінити їх рівень і динаміку; дослідити структуру прибутку звітного періоду (здійснити вертикальний аналіз); зміну окремих складових та їх вплив на суму прибутку, зміну темпів зростання прибутку в розрізі окремих складових частин (горизонтальний аналіз) тощо [5].

У процесі аналітичного дослідження необхідно оцінити виконання плану за величиною прибутку, який у ринкових умовах має не директивний, а прогнозний характер на найближчу перспективу. Такий план враховує реальні можливості підприємства отримувати прибутки, а отже, є інструментом перспективного аналізу. Контроль за виконанням плану необхідно здійснювати до та під час здійснення операції. Це вимагає налагодженої системи прогнозування обсягів реалізації, витрат тощо [4].

Після оцінки динаміки фінансових результатів необхідно провести аналіз їх структури. Але перед цим доцільно проаналізувати структуру доходів і витрат, понесених для отримання цих доходів, адже у ході їх проведення й визначаються фінансові результати. Аналіз структури та динаміки доходів і витрат свідчить доцільність здійснених витрат у порівнянні з отриманими доходами. Поряд з витратами аналізується також структура вирахувань з доходу (непрямі податки, знижки тощо) [4].

І.Ф. Прокопенко та В.Г. Ганін [2] стверджують, що вивчення якості прибутку здійснюється за багатьма критеріями, головними з яких є: достовірність, реальність звітності, частота зміни облікової політики та її вплив на формування фінансових результатів, стабільність основних складових фінансового результату, діловий імідж підприємства тощо.

Висновки

За результатами досліджень зроблено наступні висновки. Методика аналізу фінансових результатів діяльності підприємств лежить в класичній площині методів, способів і прийомів економічного аналізу. Аналіз фінансово-економічних результатів діяльності підприємства є невід'ємною частиною фінансово-економічного аналізу. До основних показників, що характеризують результативність діяльності підприємства є рівень отриманого прибутку (збитку) і рентабельність (збитковість). Аналіз фінансових результатів здійснюють за даними фінансової та статистичної звітності. Вчасний та об'єктивний аналіз фінансових результатів сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств, найбільш раціональному та ефективному використанню основних засобів, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, усунення зайвих витрат. А отримані результати аналізу створюють об'єктивні умови для підвищення ефективності управлінських рішень, а також отримання обґрунтованої облікової та аналітичної інформації для планування й прогнозування фінансових результатів. Підвищення ефективності діяльності підприємств в результаті покращення фінансових результатів значною мірою визначає рівень їх активної позиції на вітчизняному ринку. Поліпшення організації та повніше використання економічного аналізу в управлінні тісно пов'язані з усією системою вдосконалення господарського механізму в нашій країні, спрямованою на підвищення ефективності виробництва і якості праці в усіх ланках національної економіки.

Список використаних джерел

1. Подольська В.О. Фінансовий аналіз: [Текст] / В.О. Подольська, О.В. Яріги – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с.

2. Прокопенко І.Ф. Методика і методологія економічного аналізу: [Текст] / І.Ф. Прокопенко, В.І. Ганін – К.: ЦУЛ 2008. – 430 с.
3. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: [Текст] / М.Я. Коробов – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 378 с.
4. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: [Текст] / В.О. Мец – К.: ЦНЛ, 2008. – 698 с.
5. Шубіна С.В. Економічний аналіз: Практикум [Текст] / С.В. Шубіна, Ж.І. Торянин – К.: Знання, 2007. – 230 с.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студентка гр. ЭП-219М Кротенок Ю.А.*
ЗИЭИТ, Украина г. Запорожье ул. Кияшко 16-б
krotenok_ua@mail.ru

Введение

Финансовое состояние предприятия в современных условиях оценивается системой стоимостных показателей, их соотношениями и специальнымикоэффициентами.В основе анализа финансового состояния предприятий лежит уровень эффективности финансовых рычагов, воздействующих на производственно-экономические результаты их деятельности.

Главным показателем финансового состояния предприятия является его платежеспособность и финансовая устойчивость, изучением которой первыми занялись западные ученые, такие как У. Бивер, Э. Альтман, Д. Дюран, Э. Хелферт, З.С. Блага, Л.А. Бернстайн, Ж. Ришар и др.; российские ученые-экономисты (А.Г. Грязнова, Г.П. Иванов, А.Д. Шеремет В.В. Ковалев, Г.В. Савицкая, О.В. Ефимова и др.) и отечественные (И.А. Бланк, Ф. Бутынэць, С.З. Мошенский, П.Ю. Буряк, Л.О. Лиготенко, К.Д. Мазенкова, О.О. Терещенко, Е.В. Мных, А.В. Череп и др.).

1. Цели и задачи

Рассмотрение методов оценки финансового состояния предприятия с точки зрения зарубежных и отечественных ученых-экономистов, и возможность их адаптации к хозяйственной деятельности предприятий Украины.

2. Изложение основного материала

Под финансовым состоянием понимается способность предприятия финансировать свою деятельность. Финансовое состояние предприятия зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности.

В основу оценки финансового состояния и платежеспособности в Положении о порядке проведения анализа финансового состояния предприятий, заложен принцип коэффициентной оценки, который не столь сложен в расчетах и наиболее всесторонне оценивает финансовое состояние и платежеспособность предприятий[1].

В настоящее время в зарубежной и отечественной теории и практике используются два основных метода оценки финансового состояния предприятий:

- количественный(оценка и прогнозирование с помощью финансовых коэффициентов);
- качественный(оценка и прогнозирование с помощью сравнительного анализа характеристик предприятия).

В рамках количественного подхода довольно часто используются многофакторные дискриминантные модели, построенные с использованием методов мультипликативного (модели Е. Альтмана, Р. Лиса, Ж.Де Паляна) или пошагового (модели Л.В. Спрингейта, Дж. Фулмера) дискриминантного анализа, а также статистического метода анализа многомерного дискриминанта (модель Р. Таффлера). Рассчитанные с их помощью интегральные показатели (коэффициенты) используются в качестве индикаторов системы раннего предупреждения кризиса финансового состояния и банкротства как последнего этапа его развития. Чаще всего интегральные показатели оценивают кредитоспособность предприятия.

Исключением являются модели Р. Таффлера и Дж. Фулмера, с помощью которых проводится интегральная оценка платежеспособности предприятия.

Методика разработанная под редакцией профессоров И.И. Мазуровой и И.А. Перонко [2] более точно отражает финансовое состояние организации, о чём свидетельствуют показатели: общей финансовой независимости, коэффициенты финансовой независимости при формировании запасов и затрат и текущей ликвидности.

Среди методов оценки финансового состояния и финансовой устойчивости привлекает внимание методика американского экономиста Д. Дюрана, сущность которой заключается в том, что классификация предприятий производится по степени риска исходя из факторов фактической финансовой устойчивости, выраженных в баллах на основе экспертных оценок. В методике балльной оценки Д. Дюрана приводятся три коэффициента

* Руководитель:к.э.н. доц. Кузнецов О.А.

платежеспособности, по которым определяются 5 классов предприятий. Она применяется при анализе финансовой отчетности, для определения уровня финансовой устойчивости в долгосрочной перспективе и риска банкротства.

Коэффициент финансовой устойчивости, разработанный Р.С. Сайфулиным и Г.Г. Кадыковым [3], попытка адаптировать модель Альтмана в отечественной экономике. Преимущество модели – ее простота, однако, недостатками модели можно считать отсутствие учета специфики различных отраслей и соответствующих им соотношений активов.

В своих трудах, посвященных вопросам комплексного финансового анализа Шеремет А. Д. [4,с.277-279] рассматривает организацию вцелом, как основной объект для анализа.Методологическую основу комплексного анализа составляютпринципы материалистической диалектики и современного системного анализа, который в последние годы получил широкоераспространение и в экономическом анализе.

Изучая финансовое положение по методике Чуписа А.В. [5], можно увидеть следующие подходы к определению финансовой устойчивости предприятия:

- обобщающим показателем финансовой независимости является излишек или недостача источников финансирования для формирования запасов, которые определяются как разница между величиной источников покрытия и величиной запасов;
- стоимость запасов сравнивается последовательно с наличием собственного оборотного капитала, долгосрочными кредитами, займами.

Наряду с рассмотренными методами Ф.Ф. Бутынэць предлагает использовать вертикальный (выявление удельного веса), горизонтальный (сравнение показателей предыдущих периодов), а также экспресс-анализ для оценки финансового состояния предприятия.

По мнению авторов коллективной монографии [6,с.172], количественный подход более эффективен при оценке финансового состояния предприятий, однако имеет существенные недостатки. Во-первых, акционерные компании, столкнувшиеся с финансовыми трудностями («подозрительные» компании) могут задерживать публикацию своей финансовой отчетности, что способствует устареванию исходных данных для анализа. Во-вторых, опубликованные данные могут быть искажены (сфальсифицированы), то есть не отражать действительное финансовое состояние предприятия. В-третьих, некоторые соотношения, выведенные по данным деятельности компании, могут свидетельствовать о неплатежеспособности, в то время как другие – давать основания для вывода о стабильности или даже некотором улучшении. В таких условиях трудно судить о реальном состоянии дел на предприятии. Однако, несмотря на существенные недостатки, именно количественный подход чаще всего используется в практике хозяйствования.

В связи с этим многие экономисты например, С.З. Мошенский, О.В. Олейник [7, 438-464] проводят анализ ликвидности и платежеспособности; Т.Д. Костенко [9,293-304] проводитанализ платежеспособности на основе показателей ликвидности; М.Д. Билык [10,312-328] проводит анализ финансовой устойчивости; Л.А. Лахтионова [8, 340-354] предлагает оценивать не вероятность банкротства, а неплатежеспособность предприятия, задействуя при этом систему финансовых коэффициентов. Особенности анализа в том, что он является частью оценки экономического потенциала углубленного финансового анализа.

Заключение

Главным отличием рассматриваемых моделей являются финансовые коэффициенты и их количество, используемые при построении интегральных показателей. В качестве источников информации, чаще всего, задействованными являются данные формы №1 «Баланс» и формы №2 «Отчет о финансовых результатах» редко используются данные формы №3 «Отчет о движении денежных средств».Методика, утвержденная Минфином Украины, ориентирована на использование государственными органами, которые имеют непосредственный доступ к внутренней отчетности предприятия. Она позволяет рассчитать показатели, подробно характеризующие платежеспособность, финансовую устойчивость и эффективность использования капитала предприятия.

Методики анализа финансового состояния предприятия, изложенные в работах А.Д. Шеремета, Е.В. Негашева, В.В. Ковалева, О.В. Ефимовой, Г.В. Савицкой, Л.Т. Гиляровской, Н.Н. Селезневой и др., предназначены, в первую очередь, для внутренних пользователей финансовой отчетности предприятий.

Субъекты, анализирующие финансовое состояние предприятия по публикуемым формам отчетности, в качестве инструментария могут использовать любую из авторских методик.

Таким образом, рассматривая различные методы оценки финансового состояния предприятия можно сделать выводы о том, что:

- общепринятая система показателей финансового состояния отсутствует;
- отсутствует подразделение показателей на обобщающие (экспресс оценка) и частные (детализированная оценка финансового состояния);
- отличается количество показателей, предлагаемых для оценки основных направлений финансового состояния в разных методиках;
- существует три подхода к анализу платежеспособности: первый предполагает анализ платежеспособности на основе показателей ликвидности, а второй — на основе показателей финансовой устойчивости; в третьем случае платежеспособность вообще не анализируется;

Необходимо отметить, многие западные и российские методы оценки финансового состояния предприятия не всегда можно адаптировать к реалиям украинской экономики. Сказываются отличия финансовой отчетности (формы, методика отражения данных, названия статей), методика расчета некоторых показателей, нормативные и граничные значения, а также весовые коэффициенты, которые необходимо пересчитывать в связи с изменениями в рыночной среде и спецификой отрасли.

В своей магистерской работе, проводя анализ финансового состояния предприятия ПАО «ЗСПЗ», я использовала следующие методы:

- анализ прибыли и рентабельности предприятия по методике Ф.Ф. Бутынця, С.З. Мошенского и с использованием модели Дюпона;
- анализ финансовой устойчивости предприятия по методике М.Д. Билык, С.З. Мошенского, Ф.Ф. Бутынця;
- анализ ликвидности и платежеспособности предприятияпо методике С.З. Мошенского;
- анализ деловой активности предприятия по методике Ф.Ф. Бутынця.

Список использованных источников

1. ЗУ Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств Наказ Мінфіну України, Фонду державного майна України від 26.01.2001 року N 49/121 Зареєстр. в Мінюсті України 08.02.2001 р. за N 121/5312 Із змінами і доп., внесеними наказом Мінфіну України, Фонду держмайна України від 04.01.2013 року N 2/23.
2. Комплексный экономический анализ предприятия: Учебник для вузов Под Ред. Н. Войтоловского, А. Калининой, И. Мазуровой. - Питер.,2010.-576с.
3. И. А. Жулега. Методология анализа финансового состояния предприятия: монография И.А. Жулега ;ГУАП.—СПб.,2006.—235с.:ил.,2006
4. Шеремет А. Д. Теория экономического анализа. /А.Д. Шеремет. М.: ИНФРА-М.2006.-365с.
5. Финансовое положение предприятия (оценка, анализ, планирование)/под ред. А.В. Чупис. – Сумы: Университетская книга,1998;Сумы.–331с.
6. Банкрутство і санація підприємства: теорія і практика кризового управління: [монографія]./ [Т.С. Колебанов, О.М. Бондар, О.В. Мозенкова та ін.]/За ред. О.В. Мозенкова.–Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003.–272 с.
7. Мошенский С.З., Олейник О.В., Экономический анализ: Уч. Пос. для студентов высш. уч. заведений. Под ред. проф. Ф.Ф. Бутинця.–2-е изд. доп. и пер. Житомир: ПП «Рута», 2007.-204с.
8. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання:[монографія].–К.:КНЕУ, 2001.–387с.
9. Костенко Т.Д., Підгора Є.О., Рижиков В.С., Панков В.А., Герасимов А.А., Ровенська В.В. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: Навч. пос. – Київ: Центр навч. літератури, 2005.-400с.
10. Білик М.Д., Павловська О.В., Притуляк Н.М., Невмержицька Н. Ю. Фінансовий аналіз: Навч. посіб.—К.:КНЕУ,2005.—592 с.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗЕРВОВ РОСТА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Студентка гр. ЭП-219м Погребная Е.С.*
ЗИЭИТ, Украина г. Запорожье ул.Кияшко 16-б
maluska39@rambler.ru

Введение

Финансовые результаты предприятия являются основным показателем успешной экономической деятельности, поэтому анализ финансовых результатов предприятия является базой принятия решений по развитию и совершенствованию функционирования предприятия. Проведение анализа финансовых результатов предприятия также важно для экономических партнеров, сотрудничающих с данным предприятием.Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности.

Максимизация прибыли и минимизация ущерба - одна из целей деятельности любого предприятия. Поэтому особое внимание в ходе анализе финансовых результатов уделяется резервам роста прибыли и, соответственно, уменьшение ущерба.

Резервами роста прибыли является количественно измеримые возможности его увеличения за счет изменения факторов, влияющих на него, а также недопущения (предупреждения) убытков от других видов деятельности.

Изучению проблемы оценки резервов роста финансовых результатов, уделяли внимание такие ученые, как: Ф.Ф. Бутынец, Г.В. Савицкая, Б.Е. Грабовецкий, В.И. Ганин, М.И. Баканов, А.Д. Шеремет и др.

1. Цель и задачи исследования

Рассмотрение возможностей методов факторного анализа при оценке резервов роста финансовых результатов.

2. Изложение основного материала

В Хозяйственном кодексе Украины отмечается, что прибыль является основным обобщающим показателем финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятий. Предприятие осуществляет производственную, научно - исследовательскую и коммерческую деятельность с целью получения соответствующего результата [1]. Но для характеристики эффективности хозяйствования этого показателя недостаточно. Следовательно, чтобы оценить результаты и эффективность хозяйствования, эффективность использования составляющих процесса производства, с помощью которых получена прибыль, его сумму нужно отнести к соответствующим показателям. В результате будет получено показатель эффективности, или рентабельность.

Все явления и процессы хозяйственной деятельности предприятий находятся во взаимосвязи и взаимообусловленности. Одни из них непосредственно связаны между собой, другие косвенно. Отсюда важным методологическим вопросом в экономическом анализе является изучение и измерение влияния факторов на величину исследуемых экономических показателей [4].

Для анализа рентабельности производственного капитала, определяемой как отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных средств и материальных оборотных фондов, можно использовать факторную модель, предложенную М.И Бакановым и А.Д. Шереметом:

$$R = \frac{P}{F + E} = \frac{P/N}{F/N + E/N} = \frac{1 - C/N}{F/N + E/N} = \frac{1 - (U/N + M/N + A/N}{F/N + E/N}, (1)$$

где: P – Прибыль балансовая; F – Средняя стоимость основных фондов; E – Средние остатки материальных оборотных средств; N – Выручка от реализации продукции; P/N – Рентабельность продаж; F/N + E/N – Капиталоемкость продукции (обратный показатель коэффициенту оборачиваемости); S/N – затраты на рубль продукции; U/N, M/N, A/N – соответственно зарплатоемкость, материалоемкость и фондоемкость продукции.

Заменяя постепенно базовый уровень каждого фактора на фактический, можно определить, насколько изменился уровень рентабельности производственного капитала за счет зарплатоемкости, материалоемкости, фондоемкости, т.е. за счет факторов интенсификации производства [5].

Во время выполнения магистерской работы на тему: «Анализ финансовых результатов и пути их увеличения» по Металлургическому комбинату ОАО «Запорожсталь», нами был проведен факторный анализ рентабельности производственного капитала по модели, предложенной М. И Бакановым и А. Д. Шереметом. На основании проведенных расчетов было определено влияние изменения каждого фактора, а именно зарплатоемкости, материалоемкости, фондоемкости, капиталоемкости на рентабельность производственного капитала. Анализируя результаты факторного анализа, мы видим негативную тенденцию. На предприятии в 2012 году по сравнению с 2010 и 2011 годами произошло значительное снижение рентабельности производственного капитала, с 15,864 % в 2010 году и 13,633% в 2011 году до 4,670% в 2012 году. К этому привело увеличении таких факторов как: зарплатоемкость, фондоёмкость и капиталоёмкость.

Для увеличения финансовых результатов были рассмотрены варианты:

- подсчет резервов увеличения суммы прибыли и рентабельности, по методике предложенной Г.В. Савицкой [3];
- изменение неблагоприятных факторов до уровня 2010 и 2011 годов.

Первый вариант предполагает определение резервов увеличения суммы прибыли по каждому виду товарной продукции. Основными их источниками является увеличение объема реализации продукции, снижение ее себестоимости, повышение качества товарной продукции, реализация ее на более выгодных рынках сбыта и т.д. Но ввиду ограниченности доступа к информационным ресурсам мы не можем применить данную методику.

Мы выбрали второй вариант: «изменение неблагоприятных факторов до уровня 2010 и 2011 годов», а именно снижение уровня показателей 2012 года. Считаем его более целесообразным, поскольку предприятие уже достигало данного уровня этих факторов и имело более высокий уровень рентабельности производственного капитала (при значениях показателей 2010 и 2011 годов), а соответственно более эффективно функционировало. Единственным фактором, который послужил снижению рентабельности производственного капитала в 2011 году была материалоемкость. Но уже в 2012 году она была снижена до уровня 2010 года, благодаря сокращению материальных затрат на 16,28%, что также подтверждает правильность нашего выбора для увеличения финансовых результатов. Это свидетельствует о том, что предприятие направлено на повышение экономической эффективности, поскольку экономное расходование топливно-энергетических и материальных ресурсов обеспечивает непрерывный рост объема производства и снижение себестоимости продукции.

Рассмотрим, один из факторов негативной тенденции в 2012 году, увеличение затрат на оплату труда и соответственно увеличение коэффициента зарплатоемкости продукции. В 2010 году коэффициент зарплатоёмкости равнялся 0,063%, в 2011 году – 0,060%, а в 2012 году он уже достиг 0,074%. Исходя из этого предприятию необходимо снизить расходы, связанные с оплатой труда хотя бы до уровня 2010 года или 2011 годы.

За счет снижения затрат на оплату труда до уровня 2010 года, а именно 0,011 пунктов по сравнению с 2012 годом, то показатель рентабельности производственного капитала составит 6,519%.

За счет снижения затрат на оплату труда до уровня 2011 года на 0,015 пунктов относительно 2012 года, показатель рентабельности производственного капитала будет равняться 7,033%.

Из вышеизложенного можем сделать вывод, что при снижении затрат на оплату труда рентабельность производственного капитала увеличится на 1,849% или 2,363%. Т.е. если предприятие необходимо снизить затраты на оплату труда до 933624,9 тыс. грн., соответственно на 222802,1 тыс. грн.

Для определения прибыли, которую мы можем получить в результате снижения затрат на оплату труда нам необходимо составить пропорцию, т.е. применяем общеизвестную формулу. За основу пропорции берем чистый доход, а именно, как известно, чистый доход содержит в себе сумму затрат и прибыли.

Чистый доход берем из Формы 2 «Отчет о финансовых результатах» за 2012 год, он у нас равняется 15560415 тыс. грн.

Исходя из того, что рентабельность это относительный показатель прибыли, то прибыль берем 7,033%, поскольку уровень затрат на оплату труда 2011года оказался более эффективным.

Предположим, что сумма затрат равняется 100%.

Из вышеизложенного следует, что чистый доход равняется100% + 7,033%, соответственно 15560415 тыс. грн. равняется 107,033%, а прибыль – 7,033%. Теперь из пропорции находим прибыль: 15560415*7,033/107,033 = 1022454,74 тыс. грн.

Мы получили прибыль 1022454,74 тыс. грн., но поскольку предприятие понесло убытки в 2012 году, а именно 1487824 тыс. грн., то если оно снизит затраты на оплату труда до уровня 2011 года, то сможет сократить убытки на 31,28 % или на 465369,26 тыс. грн.

Заключение

При помощи детерминированного факторного анализа, а именно методом цепных подстановок был проведен анализ увеличения финансовых результатов, на примере МК ОАО «Запорожсталь».

Основываясь на факторной модели предложенной М. И Бакановым и А. Д. Шереметом, для определения рентабельности производственного капитала, мы выявили неблагоприятные факторы, которые способствовали снижению финансовых результатовМК ОАО «Запорожсталь» в 2012 году, а также оценили резервы роста финансовых результатов при помощиизменения неблагоприятных факторов до уровня 2010 и 2011 годов. Также для определения прибыли, которую может получить, мы использовали общеизвестную факторную модель необычным способом.

Список использованных источников

8. Хозяйственный кодекс Украины [Текст]: от 16.01.2003 г., № 436 – IV, редакция от 02.03.2014.
9. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 3 "Отчет о финансовых результатах" [Текст] : Положения Министерства финансов Украины от 31.03.1999 г., № 87.
10. Савицкая Г.В. Экономический анализ [Текст]: Учеб. – 11-е изд., исп. и доп. – М.: Новое знание, 2005. – 651 с.
11. Бутынец Ф.Ф. Экономический анализ: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений [Текст]: Под ред. Ф.Ф. Бутынца. – Житомир: ПП «Рута», 2003. – 680 с.
12. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. Учебник [Текст]: Под ред. М.И. Баканова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 536 с.

ПЕРЕДУМОВИ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ СТРАТЕГІЇ СТРУКТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ «СТАРОПРОМИСЛОВИХ» РЕГІОНІВ

студентка гр. МЕ-119М Михайленко А.О.*
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко 16-Б
mihaylenko_aa@mail.ru

Вступ

Глобалізаційні процеси XXI ст., які прискорюють темпи науково-технічного та інноваційного прогресу, все більше впливають на стан, структуру та ефективність національного господарства. За таких умов економічний розвиток країни у вирішальній мірі визначається станом її промислового та науково-технічного потенціалу, здатністю підприємств гнучко змінювати свою виробничу структуру відповідно до потреб часу. Саме промисловість завжди була основою економічної стабільності і потужності країни, пріоритетною галуззю економічної діяльності України, традиційно забезпечуючи зростання валового національного продукту. Проте, технологічні зрушення, що відбулися за останні роки кінця XX ст. – початку XXIст., глобальні зміни в конкуренції на світових ринках і зростаючі вимоги до збереження навколишнього середовища позначилися стрімкою втратою позицій промисловими галузями та регіонами, які визначали науково-технічний прогрес та мали вирішальний вплив наекономічний розвиток держави. За нових економічних умов, високорозвинені промислові регіони трансформувалися на депресивні, «старопромислові».

Дослідженням проблем розвитку «старопромислових» регіонів займаються яквітчизняні науковці: В. Амітан, О. Амоша, О. Братута, Ю. Макогон, Я. Жаліло, О. Снігова, І. Доля, І. Хаджинов,так і зарубіжні вчені: К. Бірч, Д. Маккіннон, А. Камберс, М. Штайнер, Р. Бошма, Й. Ламбуй.

1. Мета та завдання дослідження

Метою даного дослідження є визначення особливостей «старопромислових» регіонів України та виявлення на цій підставі передумов та доцільності стратегії їх структурної перебудови. Завданнями дослідження виступають: узагальнення теоретичних підходів до визначення та ідентифікації депресивних промислових регіонів, аналіз основних тенденцій та проблем розвитку «старопромислових» регіонів.

2. Виклад основного матеріалу

Термін «старопромисловий регіон» увійшов у науковий обіг приблизно із середини 70-х років XX ст. (у європейських капіталістичних країнах) або з 90-х років XX ст. (у постсоціалістичних країнах) внаслідок переходу економіки від індустріальної до постіндустріальної. З того часу було зроблено багато спроб пояснити, чому раніше розвинені промислові регіони наразі знаходяться на стадії економічного занепаду. Деякі дослідники стверджують, що зниження промислового виробництва необхідно розглядати як природне явище в контексті циклічно-еволюційного підходу просторової концентрації галузей та регіонів. Р. Бошма та Й. Ламбуй акцентують увагу на переважаючій негативній ролі зовнішніх глобалізаційних чинників в економічному спаді «старопромислових» регіонів та втраті ними конкурентних переваг [1]. Виникнення «старопромислових» регіонів розглядається також в контексті теорії життєвого циклу виробництва, галузі, товару. Згідно з цим підходом основною причиною економічного спаду регіонів вважається кінцева стадія життєвого циклу, тобто наприкінці життєвого циклу галузі простежується падіння обсягів промислового виробництва, а спеціалізація регіону заважає економічному зростанню [2]. Штайнер М. підтверджує, що «старопромислові регіони» – це особливий тип регіонів, який знаходиться на заключному етапі «власного регіонального життєвого циклу». Він зазначає, що такі регіони втрачають здібність до розробки нових видів продукції та відновлення місцевої економіки, вони перебувають у кризовому стані, втрачають позиції регіонів-донорів, вичерпав всі можливості впровадження інновацій [3].

Загалом, світова практика демонструє типовий шлях набуття регіоном статусу «старопромислового». На перших етапах у регіоні відбувається бурхливий розвиток однієї або кількох суміжних галузей під впливом тривкої висхідної фази розвитку світового ринку відповідної продукції. Проте з часом логіка технологічного розвитку призводить до змін у структурі попиту на світових ринках, що зумовлює наростання конкуренції, структурну кризу галузей та нагромадження проблем економічного й соціального розвитку відповідних регіонів [4].

Науковці на пострадянському просторі поняття «старопромислові регіони» розглядають набагатоширше - як регіони, що сформували структуру промислового виробництва на різних етапах індустріального розвитку починаючи з кінця XIX ст. до 60-70-хрр. XX ст., які в минулому були більш розвиненими щодоінших, але з часомперейшли в категорію депресивних внаслідок «старіння»галузей спеціалізації. Пострадянські «старопромислові» регіони значно різноманітніше зарубіжнихне тільки за періодами їх формування, а і за спеціалізацією. Базовими для «старопромислових» регіонів виступають вугільна, металургійна, машинобудівна, хімічна галузі промисловості.

Отже, вітчизняні науковці «старопромисловими» регіонами називають території з високою концентрацією промислового виробництва, порівняно більшими обсягами випуску промислової продукції переважно низького рівня наукоємності, високим рівнем зношеності основних фондів, низькою сприйнятливістю до інновацій і складним екологічним станом. Тим не менш, такі регіони в Україні займають лідируючі позиції серед інших регіонів, адже характеризуються значною концентрацією промислового потенціалу, і як наслідок – порівняно високими показниками розвитку.

Спираючись на існуючі теоретичні підходи до визначення «старопромислових» регіонів і світовий досвід, в Україні до таких регіонів можна віднести Дніпропетровську, Донецьку, Запорізьку та Луганську області.

До 2008р. зазначені області демонстрували позитивну динаміку розвитку(Рис.1), однак розгортання фінансово-економічної кризи у 2008-2009 рр. призвело до стрімкого спаду обсягів виробництва промислових регіонів. Післякризовевідновлення «старопромислових» регіонахвідбувалося різними темпами. Найбільш відчутно – у Дніпропетровській (більше 16%) та Донецькій (близько 15%) областях. Запорізька та Луганська області характеризуються незадовільними темпами зростання виробництва у 2010 р. - близько 8% та 7% відповідно. З 2011 р. спостерігається незадовільна тенденція зниження обсягу виробництва промислової продукції, що зумовлено низкою системних проблем,притаманнихдепресивнимрегіонам.

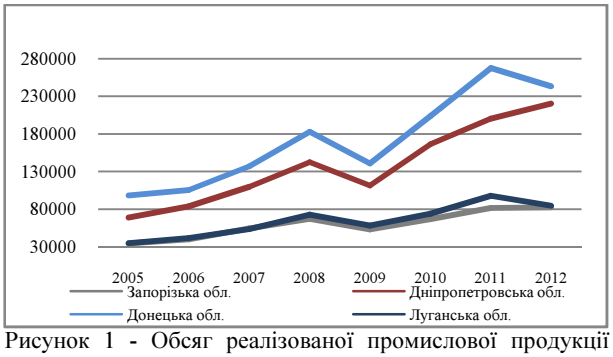

Рисунок 1 - Обсяг реалізованої промислової продукції «старопромисловими» регіонами за 2005 – 2012 рр., млн. грн. [5]

Ефективному розвитку «старопромислових» регіонів заважає проблема високого ступеня спрацьованості основних фондів та невідповідності їх технічного рівня світовому при значній орієнтації на зовнішній ринок. Переважна частка підприємств базових галузей експлуатується без реконструкції понад 20 років. Фактичний ступінь зносу основних засобів промисловості перевищує критичне значення показника більше, ніж у 1,7 рази і становить близько 60% (Рис 2). Ступінь зносу основних засобів у добувній промисловості становить близько 50%, в переробній – майже 70%. Основними чинниками, що стримуютьпереобладнання промислових підприємств, є: нестача фінансових ресурсів на оновлення, пов’язана зі значними витратами на нововведення; ризики впровадження інновацій та недостатність державної фінансової підтримки інноваційної діяльності підприємств.

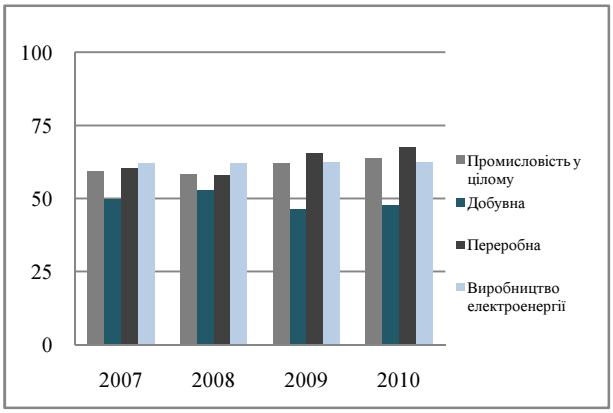

Рисунок 2 - Ступінь зносу основних фондів промислових підприємств в Україні (2007 – 2010рр.), %

Складено за: [6].

Ще одним важливим чинником, який гальмує розвиток «старопромислових» регіонів є певний тип мотивації, що заважає вийти за рамки звичної траєкторії розвитку регіону і шукати регіональні перспективи в нових галузях і сферах діяльності - потужна «залежність від попереднього шляху розвитку» (англ.. - pathdependency).В результаті настає «ефект блокування», тобто система замикається на історично визначених альтернативах актів вибору.

Забезпечення сталого розвитку території можливо лише за наявності достатньоїінвестиційної бази. В Україні станінвестиційного клімату залишається незадовільним. З одного боку, на обсяги інвестицій в основний капітал «старопромислових» регіонів значною мірою впливає фондомісткість промислових підприємств, а з іншого, –інвестиційніможливості підприємстввизначаютьсярезультатамиїхдіяльності. Це свідчить про необхідність забезпечення фінансової стабілізації підприємств«старопромислових» регіонів та зменшення кількості збиткових підприємств. Погіршенняфінансовогостанугосподарюючихсуб'єктів,що спостерігаєтьсяостаннімчасом,збільшеннякількостізбитковихпідприємству «старопромислових»регіонахобумовленонедостатньоюдержавноюпідтримкоютавідсутністюсистемних заходів щодо модернізації промислового виробництва.

Зниження інноваційної активності промислових підприємств, та незадовільнітемпивпровадженняінноваційнапідприємствах призводить до погіршення конкурентоспроможності вітчизняних товарів, загрожує деградацією вітчизняного виробничого та інтелектуального потенціалу, поглиблює науково-технологічне відставання України і суперечить практиці розвинених країн, де стимулювання інноваційного розвитку є важливим складником заходів посткризового відновлення економічного зростання.

Рівень впровадження інновацій на підприємствах «старопромислових» регіонів (Таблиця 1) залишається вкрай низьким та складає в 2012р. 17,8%, 7,7%, 10,9% та 11,4% від загальної кількості промислових підприємств, які займалися інноваційною діяльністю у Запорізькій, Дніпропетровській, Донецькій та Луганській областях відповідно.

Таблиця 1 – Інноваційна активність промислових підприємств

Області	Кількість підприємств, що займались інноваційною діяльністю, од.	З них впроваджували інновації, од.
Запорізька	115	69
Дніпропетровська	78	56
Донецька	91	84
Луганська	64	56

Складено за: [7].

Активізація інноваційної діяльності підприємств промисловості сприятиме реалізації її науково-технологічного потенціалу івідобразиться на: (1) підвищенніконкурентоспроможностіпродукції,якавиробляється промисловимипідприємствамиінаосновівикористанняновихабозначно поліпшенихспособіввиробництва,пов'язанихіззастосуваннямновітніх технологій,зокремаресурсо-таенергозберігаючих,удосконаленого виробничого устаткування; (2) відкритті нових ринків та завоюванні нових позицій для промислової продукції та збільшенні обсягів продажу на основі впровадження нових методів продажу та просування товарів на ринки; (3) поліпшенніфінансовихрезультатіввіддіяльностіпромисловихпідприємств шляхом збільшення надходжень від реалізації продукції, що є новою за

своїми властивостями або способом використання; (4) сприянні оновленню та більш повному використанню виробничих потужностей татехнологічноїбазипромисловогокомплексудержав и,щодозволить оптимізувативиробничіпроцеси таприскорититехнологічнумодернізацію промисловості.

Концентрація значної кількості промислових підприємств у регіонах створює екологічні проблеми. Основний обсяг викидів шкідливих речовин єрезультатом роботи вугільної, металургійної, енергетичної промисловості. Такимчином,довгостроковекомплекснетехногеннена вантаження на навколишнєприроднесередовищенегативно впливає на загальну якість життя населення, безпеку умов праці та дотримання соціальної справедливості. Досягнення економічного зростання та задоволеннясоціальнихпотребнаселення неможливо в умовах прогресуючої екологічної кризи. Обсяги викидів забруднюючих речовин промисловими підприємствами Запорізької, Дніпропетровської, Донецької та Луганської областей характеризуються найвищими показниками серед інших регіонів. Особливо це стосується Дніпропетровської та Донецької областей, обсяг викидів яких складає 22,2% та 35% загального обсягу викидів промислових підприємств в Україні.

До важливих проблем, які на цей момент існують на шляху розвитку «старопромислових» регіонів також віднесемо:

- нераціональне та неефективне використаннянаявного стратегічного потенціалу «старопромислових»регіонів,сировинна спеціалізація регіонів або незначнадоданавартістьтоварів, щовиробляєтьсяв цих регіонах;
- відсутність пріоритетів промислової політики, недостатність проектів розвитку промисловості та механізмів їх реалізації, що призводить до диспропорційної галузевої структури виробництва, зниження ефективності зовнішньоторговельних відносин і негативно позначається на конкурентоспроможності та інвестиційній привабливості промислового комплексу в цілому;
- консервування неефективної економічної структури «старопромислових» регіонів (застаріла та стереотипна структура економіки регіонів; низька диверсифікованість економіки);
- невідповідність промислового виробництва потребам внутрішнього ринку та стандартам якості в порівнянні з іноземними аналогами, що зумовлює низький попит на вітчизняну промислову продукцію всередині країни, нездатність вітчизняних виробників задовольнити внутрішній попит на широку номенклатуру якісної продукції та їх переважну спрямованість на зовнішні ринки збуту.
- висока енергоємність промисловості та нераціональне енергоспоживання під час виробничих процесів створює навантаження на зовнішньоторговельний баланс і посилює енергетичну, економічну та політичну залежність України від країни-постачальника.
- соціально-трудовіпроблеми (дефіцитвисококваліфікованоїробочоїсили,яка бмаладосвідтанавичкивпровадженняінноваційна підприємствах;низькамотиваціяпрацівниківбазовихг алузей«старопромислових»регіонівдо перекваліфікаціїтаперенавчаннязгіднозпотребамист руктурноїперебудовиекономікиц регіонів).

Вказані проблеми і пов’язані з ними ризики та загрози ефективному розвитку регіонів виступають об‘єктивною підставою державної та регіональної політики щодо заохочення до структурної модернізації економіки «старопромислових» регіонів.

Головною метою структурних перетворень в промисловості є створення конкурентоспроможної високотехнологічної продукції на основі впровадження сучасних ресурсозберігаючих та екологічно безпечних технологій. При цьому пріоритетний розвиток отримує випуск наукомістких, експортоорієнтованих та імпортозамінних видів продукції, а також споживчих товарів і продукції, яка виробляється на основі власних сировинних ресурсів.

Важливим етапом переходу «старопромислових» регіонів до життєздатної економіки повинна стати розробка довгострокової стратегії інноваційної реструктуризації з дотриманням базових принципів сталості, шляхом розв’язання соціально-економічних та екологічних проблем, прискорення розвитку людського капіталу, впровадження інновацій, стимулювання створення високотехнологічних виробництв. Така стратегіяповинна забезпечити необхідний рівень соціального розвитку та економічної безпеки держави шляхом організації прогресивної галузевої та продуктової структури виробництва.

При розробці та реалізації стратегії структурної перебудови «старопромислових» регіонів важливо використовувати також світову практику вирішення цієї проблеми, зокрема європейські країни накопичили значний позитивний досвід ефективного вирішення специфічних проблем «старопромислових» регіонів. З огляду на це, на шляху до покращення соціально-економічного розвитку країни, подолання структурних диспропорцій та поглиблення регіональної інтеграції, вкрай важливим є вивчення досвіду з відродженняекономіки «старопромислових» регіонів в країнах ЄС та поступове впровадження в Україні апробованих європейськими країнами інструментів і засобів структурної перебудови проблемних регіонів.

Висновки

Процеси глобалізації, науково-технологічна революція, зміни в конкуренції на світових ринках та фінансово-економічна криза 2008-2009 рр. внесли суттєві корективи у навантаження виробничих потужностей провідних галузей української промисловості,трансформував їх на депресивні «старопромислові». Такі регіони України продовжують займати лідируючі позиції серед інших регіонів, водночас їх розвиток характеризуєтьсянизкою проблем. Серед основних перешкод виходу з кризи, швидкому післякризовому відновленню та ефективному розвитку раніше розвинених промислових регіонів було зазначено наступні ризики та загрози:

- недовикористання потенціалу «старопромислових» регіонів;
- недосконаліть державної інноваційно-інвестиційної політики щодо «старопромислових» галузей в умовах зростаючої потреби оновлення основних виробничих фондів підприємств;
- проблеми інвестиційного забезпечення розвитку «старопромислових» регіонів;
- незадовільні темпи впровадження інновацій на підприємствах;
- технологічна відсталість базових галузейекономіки «старопромислових» регіонів; високий рівень зношеностіосновних фондів;
- екологічні та соціальні проблеми тощо.

[*]Керівник: д.е.н., проф. Мокій А.І.

Вирішення цих проблем сприятиме створенню багатогалузевого, високотехнологічного, високоефективного, конкурентоспроможного промислового комплексу, що забезпечить зміцнення економічної незалежності і національної безпеки країни, гідний рівень життя народу, сприятиме оздоровленню екологічної ситуації та інтеграції України у систему світогосподарських зв'язків, що свідчить про доцільність розробки тареалізації довгострокової стратегії інноваційної реструктуризації «старопромислових» регіонів.

Список використаних джерел:

1. Boschma R., Lambooy J. Whydooldindustrialregionsdecline? Anexplorationofpotentialadjustmentstrategies. EuropeanRegionalScienceAssociationconferencepapers. – Dublin, Ireland, ERSA, UniversityUtrecht, 1999.
2. Boschma R., Neffke F., VanOort, F. Externalitiesandtheindustrylifecycle. A longtermperspectiveonregionalgrowthin Great Britain. – TC Utrecht, TheHague, UrbanandRegionalresearchcentreUtrecht, NetherlandsInstituteforSpatialResearch, 2005.
3. Steiner M. Old Industrial Areas: A Theoretical Approach // Trajectories of the New Economy: Regeneration and Dislocation in the Inner City. Urban Studies.– 2009. – №46 (May). – P. 987-1001.
4. Kerexeta, G. E. Reflection On UrbanRevitalization Strategies in Old Industrial Regions. The Case of Bilbao / G. E. Kerexeta, H. F. Ibarzabal // Paper, presented at European Association for Evolutionary Political Economy 2003 Annual Conference. 7–10 Nov., Maastricht,Netherlands.
5. Регіони України у 2013р. Статистичний збірник. Ч. ІІ. – Київ: Державний комітет статистики України, 2013. – 783 с.
6. Промисловість України у 2007-2010 рр. Статистичний збірник. -Київ: Державний комітет статистики України, 2011. – 307 с.
7. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник – Київ: Державний комітет статистики України, 2013. – 287 с

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО БАЗИСУ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ АПК УКРАЇНИ

студентка гр. МЕ-119М Савохіна В.В.*
ЗІЕІТ, м. Запоріжжя, вул.. Кіяшко 16-б
savokhina_vv@mail.ru

Вступ

За сучаснихумов ринкових відносин підприємствам стає все складніше конкурувати між собою. У споживача на сьогодні є дуже великий вибір продукції, тому цінові методи стимулювання попиту відступають на другий план, а з'являються нецінові фактори, яким треба приділяти більшу увагу. Головною проблемою підприємства є зайняття, утримання та покращення позицій на ринку. Для цього необхідно підвищувати рівень конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємства та національної економіки в цілому. Не зважаючи на відсутність єдиного трактування визначення конкурентоспроможності, багато економістів займаютьсярозробкою способів зміцнення конкурентних позицій національної економіки. Зокрема, питанням підвищення рівня конкурентоспроможного виробництва АПК в Україні займаються А. Бидик, Н. Ботвіна, В. Збарський, П. Канінський, М. Малік, М. Місевич, О. Нужна, О. Школьний та ін..

1. Мета і завдання досліджень

Розглянути можливі способи підвищення рівня конкурентоспроможного виробництва АПК в Україні та надати рекомендації щодо удосконалення інститутів, що забезпечують діяльність аграрного сектору.

2. Виклад основного матеріалу

За умови збільшення численності населення Землі та обмеженості використання земельних ресурсів, придатних для сільського господарства, проблема продовольчої кризи набуває глобальних масштабів. Азійські країни не в змозі забезпечувати самостійно внутрішній попит на певні види зернові культури, зокрема кукурудзу. Тому вони вимушені закуповувати цю культуру в основних експортерів: США, Бразилії та України. Проте, географічна віддаленість перших двох країн, а також політичні фактори та високий рівень ціни, призводить до того, що країни Азії та Арики віддають перевагу українській продукції.Найбільшим імпортером української кукурудзи за підсумками 2012 р. став Єгипет, на який припадає 26% всього експорту даної культури з України.Іспанія закуповує14%,Іран 12%,Японія 7%. Також до числа основних імпортерів кукурудзи з України відносять Португалію і Південну Корею, частки яких складають по 6 %. Розвиток промислових технологій по переробці продукції сільського господарства підвищує попит на сировину, знижуючи при цьому рівень собівартості і ринкової ціни (Рис. 1).

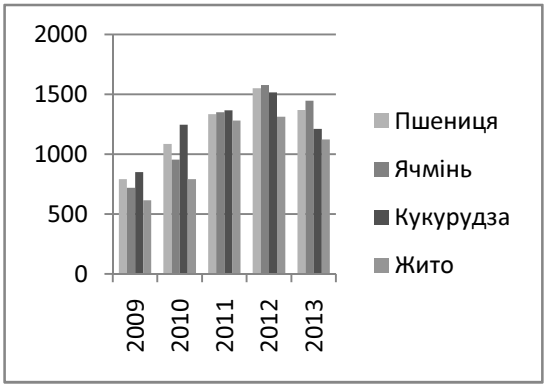

Рисунок 1 – Середні ціни реалізації зернових культур (грн. за т) [1]

За останні рокиУкраїна стала одним із світових лідерів в експорті зернових та продуктів рослинництва (46 млн т у 2012 р. в порівнянні з 24 млн т у 2000 р.). Основною зерновою культурою, котра користується попитом на зовнішніх ринках є кукурудза, об'єми реалізації якої збільшилися у 2013 р. в порівнянні з 2000 р. майже у 15 разів (Рис. 2). В останні роки кукурудзу почали використовувати у якості сировини для біопалива. За відсутності відповідних виробничих потужностей Україна втрачає частку потенційного прибутку від реалізації готової продукції, яка користується попитом у країнах ЄС. Разом з тим екстенсивне нарощування об'ємів виробництва призводить до виснаження ґрунтів та екологічної кризи країни.

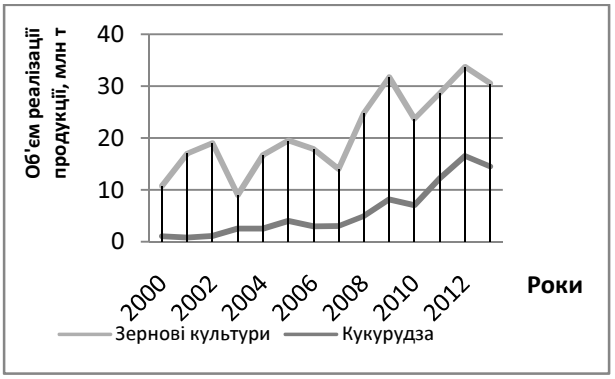

Рисунок 2 – Об'єм реалізації зернових в Україні (тис. т) [1]

Для підвищення рівня конкурентоспроможності національних товарів та підвищення рівня економічної ефективності потрібно звернути увагу на регулювання базисними інститутами, що забезпечують діяльність АПК та структурні зміни у процесі виробництва. Тобто, на пріоритетність виробництва готової продукції з високою часткою доданої вартості. Так як наша країна знаходиться на стадії переходу до ринкових відносинах, держава повинні виступити регулюючою силою тих механізмів, котрі ще не працюють в Україні, на відміну від відкритих економік. Фінансова допомога у вигляді субсидій може бути ефективною лише за умови реалізації продукції на національному ринку. У разі експорту може виникнути проблема демпінгу цін, що значно знизить конкурентоспроможність національної економіки України. Тому слід розглянути інші форми допомоги АПК, такі як державно-приватне партнерство, співпраця з розвитку аграрних кластерів і технопарків; взаємодія державних та місцевих органів влади із сільськогосподарськими кооперативами.

Для покращення соціально-економічного становища сільських територій, а внаслідок цього і аграрного сектору України слід звернути увагу на нові форми співпраці держави та бізнесу.Механізм співробітництва між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, приватним сектором у вигляді державно-приватного партнерства дозволить забезпечити узгодження та врахування взаємних інтересів в реалізації спільних інноваційно-інвестиційних проектів, цільових галузевих програм. Для держави основними перевагами такого партнерства є активізація інвестиційної діяльності, ефективне управління майном, підвищення ефективності ринкової інфраструктури, стимулювання підприємницької діяльності. Для приватного бізнесу переваги, насамперед, полягають у доступі до ресурсів, використання яких раніше було неможливим, спрощенні дозвільних процедур, розширенні можливості отримання кредитів на пільгових умовах під державні гарантії. Незважаючи на ряд переваг для обох сторін, ця форма в Україні розвивається повільно внаслідок наступних причин: дефіцит бюджетних коштів та складність механізму їх виділення; наявність проблем у відносинах між органами державної влади і приватним сектором під час проведення погоджувальних процедур, захисту прав власності інвесторів; низький рівень довіри громадян до органів державної влади;неналежне кадрове забезпечення органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування фахівцями у сфері державно-приватного партнерства; несприятливий інвестиційний клімат і складність умов провадження підприємницької діяльності під час реалізації проектів державно-приватного партнерства [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**].

Ще одним способом підтримки АПК України з боку держави є кластерні об'єднання, високотехнологічніі наукоємні об'єднання із замкненим циклом виробництва та високим рівнем доданої вартості у кінцевому продукті, що створюють нові робочі місця різної кваліфікації та розвиваютьсоціальну та виробничу інфраструктури сільських територіях. Ця форма співпраці проходить без безпосередньої участі держави в економічному процесі, головним завдання якої єствореннявідповідної правової бази для функціонування аграрних кластерів на території України. Механізм кластеризації сприятиме розвитку внутрішно- та міжгалузевої кооперації в процесі випуску готової продукції, активізує розвиток внутрішнього ринку та надасть вагомі конкурентні переваги національним виробникам. Для ефективного функціонування кластеру необхідно налагодити систему «освіта-наука-виробництво»; сприяти розміщенню державного замовлення на продукцію регіональних кластерів, продукція яких відповідає європейським вимогам екологічності, якості та безпеці споживання; розробити законопроекти щодо фінансового стимулювання розвитку кластерних проектів, створити єдиний інформаційний портал про створення та функціонування їх в Україні, організувати створення конференцій, наукових семінарів щодо ознайомлення потенціальних учасників з основами та перевагами створення даної форми кооперації. Перспективними напрямами розвитку кластерів в аграрній сфері України є:

- сільський зелений туризм (проведення вільного часу в сільському середовищі, якому притаманна відповідна забудова, сільський побут, мальовничий ландшафт);

- органічне виробництво (відпрацювання процедури інспекції та контролю виробництва органічної продукції, що дозволяє їм одержувати як вітчизняні, так і міжнародні сертифікати відповідності і постачати відповідно марковану продукцію на внутрішній і зовнішній ринки);

- вузькоспеціалізоване виробництво певного виду продукції;

- інноваційна діяльність (об'єднання зусиль, координація дій та реалізація спільних заходів у питаннях розроблення і впровадження інновацій в агропромисловому комплексі певної території: району, області, регіону) [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**].

На сьогоднішній день в Україні відсутні відповідні нормативно-правові акти, які б давали визначення терміну «кластер», та регламентували його діяльність. У діючих нормативно-правових документах щодо засад державної аграрної політики не передбачено регламентування діяльності аграрних кластерів. Зокрема, і в Законі України «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 р.», і в «Державній цільовій програмі розвитку українського села на період до 2015 р.» згадки про таку форму відсутні. Проте на регіональному рівні підтримка кластерної форми виробництва спостерігається у місцевих НПА. Наприклад, Запорізькою областю була розроблена Стратегія регіонального розвитку, в якій йде мова про підтримку розвитку існуючих в області кластерних об'єднань, зокрема Інноваційно-технологічного кластеру "АГРОБУМ" і Національного кластеру «Нові машини» [4]. Відсутність нормативно-правового регламентування створення кластерної організації виробництва, визнання кластеру як самоврядного господарського об'єднання підприємств унеможливлює поширення на нього існуючих та розробки нових, спеціалізованих програм державної підтримки. З цієї причини, в Україні існують лише поодинокі приклади практичного створення і функціонування аграрних кластерів, які переважно є ініціативою товаровиробників і засновані на основі досвіду, запозиченого ними зі світової практики.

Отже, розвиток аграрних кластерів в Україні на сьогоднішній день ускладнюють наступні чинники:

- недосконалість законодавчої бази для функціонування кластерів;

- небажання компаній ділитися внутрішньою інформацією через можливість зловживань та виникнення залежності від потужніших партнерів;

- слабкість діючих агарних кластерів через низький рівень конкуренції на внутрішньому ринку;

- ризик втратити право на одержання аграрним підприємством пільг та дотацій при будь-яких організаційних чи виробничих змінах (у т. ч. при входженні до кластеру);

- «відірваність» науки та освіти від аграрного виробництва: сільгосппідприємства не виступають замовниками на наукову та інноваційну продукцію, а продукція науково-дослідних установ не знаходить свого покупця серед товаровиробників;

- брак іноземних інвестицій та венчурного капіталу, які є важливим джерелом розвитку кластерів.

Для підтримки та розвитку конкурентоспроможних підприємств рекомендується звернути увагу на таку форму співпраці, як технопарк. Перевагами такої організаційно-правової форми державно-приватного партнерства є те, що вони дозволяють здійснювати апробацію й адаптацію наукових розробок відповідно до зональних умов та вимог сільськогосподарського виробництва, оскільки до їхньої діяльності можуть бути залучені регіональні науково-дослідні інститути, місцеві агроуніверситети, консультативні, науково-виробничі структури, а також редакції відповідних галузевих журналів, фермерські навчальні пункти [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**]. На жаль, технопарки в аграрній сфері є непоширеним явищем. Причиною того єнизька фінансова спроможність більшості сільгоспвиробників – потенційних замовників продукції технопарків (за підсумками 2012 р. лише 30,5 % сільгосппідприємств одержали чистий дохід від реалізації сільськогосподарської продукції і послуг на суму 10 млн грн і більше), а також відсутністю спеціального Закону України, який би регламентував здійснення венчурної діяльності. У зв'язку з тим, що проектом Закону України «Про ринок земель» передбачено заборону на купівлю земель сільськогосподарського призначення іноземцями та вітчизняними юридичними особами; головними учасниками ринку визначено фізичних осіб та фермерів. Таким чином, основною формою підприємницької діяльності на селі стають фермерські господарства. Разом з тим, історичний

вітчизняний та світовий досвід переконує, що основою забезпечення продовольчої безпеки держави є крупнотоварне виробництво, якого можна досягти за умов об'єднання фермерських господарств в обслуговуючі кооперативи, які є механізмом самоорганізації сільських товаровиробників, захисту невеликих селянських, фермерських господарств від недобросовісних посередницьких структур та залежності від них. Такий вид кооперації сприяє:

- підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва завдяки оптимізації витрат товаровиробників на придбання засобів виробництва, проведення окремих технологічних операцій, здійснення маркетингових досліджень, а також збільшення прибутку від реалізації продукції;

- розширенню доступу сільськогосподарських товаровиробників, особливо особистих селянських та фермерських господарств, до агросервісних послуг;

- удосконаленню для сільськогосподарських товаровиробників процесу реалізації продукції, більш ефективному використанню каналів збуту, досягненню міцних позицій на ринку, адаптації до ринкових умов;

- створенню додаткових робочих місць у сільській місцевості, поліпшенню соціального захисту сільського населення, підвищенню рівня життя на селі.

Переважна більшість сільськогосподарських підприємств фінансово не спроможна запроваджувати нові технології й нині широко використовує у виробничих процесах ручну працю, яка є фізично важкою і не вимагає від працівників високої кваліфікації. Відповідно низьким є рівень оплати праці (у 2012 р. середньомісячна заробітна плата у сільськогосподарському виробництві була на рівні 2023 грн, тоді як у середньому в Україні – 3026 грн), що призводить до відтоку робочої сили до інших секторів економіки. Разом з тим, зростає собівартість продукції сільського господарства через негативну тенденцію останніх років щодо підвищення цін на паливно-мастильні матеріали, добрива, насіння та техніку. Для усунення недоліків функціонування такої форми співпраці, українській владі треба прийняти відповідні заходи: відмінити подвійне оподаткування обслуговуючих кооперативів, підвищити рівень професійних знань управлінського персоналу обслуговуючого кооперативу щодо цілей і мети створення, особливостей оподаткування та господарської діяльності об'єднання; створити спеціальні інститути для спеціалізованої підготовки фахівців у системі вищої освіти. Для підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств України слід також звернути увагу на органи, які координують зміни у нормативних актах та запровадженні нових програм розвитку АПК. Централізація прийняття рішень зменшує ефективність прийняття управлінських рішень відповідно до зміни вимог до виробництва або ж попиту на продукцію. Тому слід звернути увагу на такі формування як саморегульовані організації. Їм належить координація відносин між виробниками сільськогосподарської сировини та її подальшими споживачами в масштабах галузей та агропродуктових під секторів, що підвищує координованість та успішність функціонування аграрного сектора.

За ознакою належності до певного виду економічної діяльності в аграрній сфері саморегулівні організації в Україні представлені: галузевими об'єднаннями суб'єктів господарювання за зазначеним видом економічної діяльності в агропродовольчій сфері (Національна спілка сільськогосподарських кооперативів України, Національна асоціація кредитних спілок України, Союз аграрних бірж України);міжгалузевими об'єднаннями первинних виробників сільгосппродукції із зазначеними організаційно-правовими (Всеукраїнський союз сільськогосподарських підприємств, Асоціація фермерів і землевласників України, Національна академія аграрних наук, Українська аграрна конфедерація) та інші. Самоврядні організації в АПК мають виступати, з одного боку, як агенти сільгоспвиробників, що надають їм послуги з представництва інтересів перед державою, а також інфраструктурні й маркетингові послуги з просування сільськогосподарської продукції на ринок, з іншого боку, як агенти держави, яким передається частина управлінських повноважень до реалізації державної аграрної політики [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**].Проте саморегулівні організації в сфері АПК відіграють малопомітну роль у системі взаємовідносин держава-бізнес, а виробники сільськогосподарськоїпереважно вбачають їхні функції в одержанні економічних вигод, пов'язаних із виробництвом та просуванням виробленої продукції на ринок без посередників, а не у відстоюванні власних інтересів при реалізації аграрної політики держави.

Влада та бізнес можуть знаходити активні форми співпраці на місцевому рівні за рахунок всебічної підтримки ініціатив сільськихгромадщодо розбудови соціальної інфраструктури, створення комфортних умов проживання селян. Рушійною силою такої взаємодії держави та бізнесу є ініціативні групи селян, які виносять на обговорення ключові проблеми з метою пошуку шляхів участі держави та бізнесу у їхньому вирішенні. Так, за ініціативи громади села держава і бізнес можуть виступити ефективними партнерами у поліпшенні екологічного стану розміщених на території села природних об'єктів (очищення і окультурення водних та лісових об'єктів, створення місцевих парків відпочинку, відродження розташованих на території історичних об'єктів, що можуть стати привабливими для залучення туристів), налагодженні культурно-спортивного дозвілля (відновлення будинків культури та спортивних об'єктів, спонсорство у професійних та дитячих спортивних командах), вирішенні ключових проблем соціально-інфраструктурного значення (проведення водогонів, покриття частки витрат з газифікації та електрифікації осель, будівництво під'їзних доріг з твердим покриттям), наданні допомоги школі та дитячим садкам тощо.

Висновки

Проаналізувавши нинішнє становище взаємодії держави та бізнесу та дослідивши основні види їх співпраці можна прийти до висновку, що на сучасному етапі розвитку економіки, державні органи повинні створювати сприятливі умови для розвитку АПК України. Саме ця галузь забезпечує продовольчу безпеку країни та надає конкурентні переваги на зовнішніх ринках.

Для вдосконалення та розбудови аграрного сектору України та розвитку державно-приватного партнерства слід забезпечити розробку типового договору про державно-приватне партнерство з механізмами його виконання за встановленими законодавчими процедурами; передбачити механізми захисту прав інвесторів при вирішенні спорів, що виникають під час виконання договорів, укладених у рамках державно-приватного партнерства;забезпечити на місцевому рівні прискорення проходження дозвільних процедур щодо створення державно-приватного партнерства; надати інформаційну та методичну підтримки підприємцям у процесі реалізації проектів державно-приватного партнерства.

Список використаної літератури

1. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами [Електронний ресурс]: Державна служба статистики України, 2013. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua

2. Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 р.: Постанова Кабінету Міністрів України // Офіційний Вісник України. – 2007 р. – № 73. – с. 7. – ст. 2715

3. Стимулювання економічного розвитку на місцевому рівні: аналіт.доп. / С.О.Біла, О.В. Шевченко, М.О. Кушнір, В.І. Жук [та інш.]. – К.: НІСД, 2013. – 88 с.

4. Середньостроковий план реалізації у 2012-2014 роках завдань, визначених Стратегією регіонального розвитку Запорізької області на період до 2015 року, затвердженої рішенням обласної ради від 06.06.2008 № 2

5. Ткаченко В.Г. Кластеры в системе аграрного производства: сущность и значение в реализации инновационной политики государства. / В.Г. Ткаченко, В.И. Богачёв // Вісник економічної науки України. – 2011. – № 2. – с. 183-184.

6. Кропивко М.Ф. Розвиток самоврядних господарських об'єднань в агропродовольчій сфері / М.Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2009. – №9. – С. 23

*Керівник: д.е.н. Мокій А.І.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ

студент гр. МЕ-119М Сипко С.С.
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя вул. Кияшко 16-б
sypko_sergey@mail.ru

Вступ

Розбудова інноваційної моделі розвитку національної економіки України в розрізі регіонів і галузей є стратегічно важливим завданням, від вирішення якого залежить не тільки стан економіки, але й її економічне зростання. Інвестиційна привабливість є головною умовою формування інвестиційного клімату регіону.

Одним з важливих факторів забезпечення сталого розвитку регіону є залучення та ефективне використання інвестиційних ресурсів. На сучасному етапі розвитку економіки України виникла об'єктивна необхідність активізації інвестиційної діяльності, бо саме вона є вирішальною ланкою всієї економічної політики держави, яка забезпечує стабільне економічне зростання країни в цілому та її регіонів зокрема.

Інвестиційну привабливість регіонів в контексті сталого економічного зростання розглядали в своїх працях А. Асаул , В. Геєць , О. Крайник , М. Крупка , А. Ландарь , В. Папп.

1. Мета і завдання дослідження

Ааналіз інвестиційної привабливості запорізького регіону та шляхи підвищення інвестиційної привабливості в представленому регіоні

12.Виклад основного матеріалу

Дослідження інвестиційної сфери економіки завжди перебувало в центрі уваги економічної думки. Це обумовлено тим, що категорія інвестицій є базовим елементом повсякденної господарської діяльності суб'єктів ринку та процесу економічного зростання держав світу.

У науковій літературі існує багато модифікацій поняття "інвестицій", поява яких зумовлена специфікою та традиціями різних економічних шкіл та течій.Проведений нами аналіз літературних джерел дає можливість визначити найбільш повне тлумачення інвестицій, як вкладення капіталу (фінансових ресурсів) у будь-яку галузь економіки з метою отримання доходу або прибутку, або в будь-яку поточну діяльність, яка збільшує здатність

економіки відтворюватись на розширеній основі.На сьогоднішній день не має єдиного підходу щодо

методівоцінкиінвестиційноїпривабливостірегіонівтаси стемистатистичних показників, які б адекватно відбивали порівняльні переваги регіону у процесі інвестиційної активності та інвестиційної привабливості.З метою удосконалення методичних положень оцінки інвестиційної привабливості регіонів нами пропонується використовувати метод інтегральних показників, запропонований Уманець Тетяною Василівною, який дозволить в більш повно кількісно охарактеризувати різні аспекти життєдіяльності регіонів [1].

.

Проведемо аналіз інвестицій в економіку України.

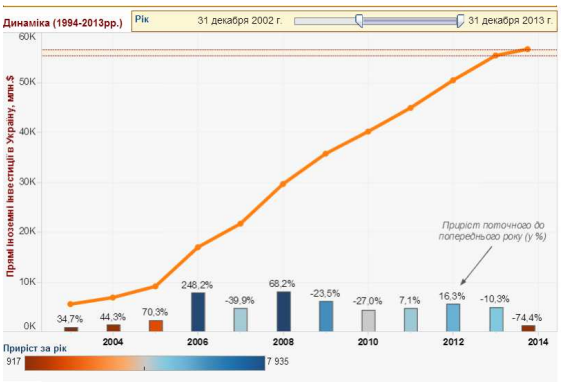

Рисунок 1 -Загальна динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну у відсотковому співвідношенні станом на 31.12.2013р. [3]

На розвиток держави впливає безліч факторів, серед них і стабільність на політичному рівні, і на економічному, а саме фінансові кризи, світові рейтинги країни.Зараз в Україні існує проблема дефіциту фінансових ресурсів і держава не в змозі самостійно здійснювати інвестування різних сфер економіки через брак бюджетних коштів. У зв'язку з цим, однією з найбільш важливих сучасних наукових проблем є створення

економічних умов для іноземних інвестиційних проектів, з огляду на те, що під час світової фінансової кризи вони значно скоротилися

Таким чином, ми бачимо, що потік іноземних інвестицій на внутрішній ринок України збільшувався до 2007р., що було зумовлено такими чинниками, як прагнення закріпитися на перспективному ринку збуту України, прагнення одержувати прибуток на довгостроковій основі та дістати доступ до порівняно дешевих джерел сировини й ресурсів, що підвищує конкурентоспроможність продукції, прагнення використовувати відносно дешеву кваліфіковану робочу силу як важливий чинник зниження собівартості продукції.

Але в період з 2008 року по 2009 рік спостерігається зменшення інвестиційних інвестицій в економіку України, що пояснюється першою хвилею світової економічної кризи.

Якщо здійснити аналіз 2013 року, то можна побачити, що у січні — червні 2013 року зменшився на 834 млн дол. до 1,9 млрд дол., порівняно з аналогічним періодом 2012 року.

Відстежуємо розподіл ПІІ серед регіонів України.

Спостерігається непропорційний розподіл обсягів залучення інвестицій у регіони України.

До восьми регіонів: Дніпропетровської, Донецької, Харківської, Київської, Львівської, Одеської, Запорізької областей, Автономної Республіки Крим та до м. Київ надходить найбільше всього інвестицій – 87,5 відсотка всіх залучених прямих іноземних інвестицій.

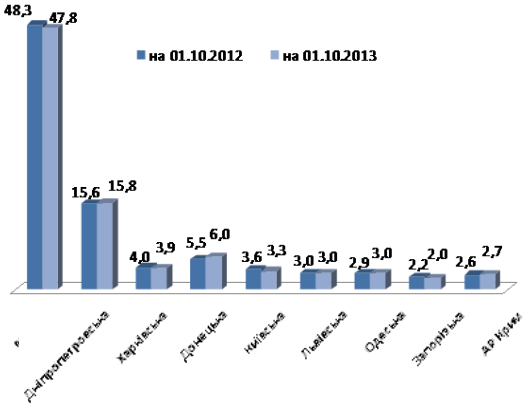

Рисунок 2 - Розподіл залучених прямих іноземних інвестицій за основними регіонами-рецепієнтами інвестицій України (у % до загального обсягу інвестування)[2].

Це саме ті регіони, які на сьогодні вже є економічно розвинутими та найбільш привабливими для іноземних інвесторів. Таке спрямування прямих іноземних інвестицій та капітальних інвестицій в регіональному розрізі не сприяє рівномірному соціально-економічному розвитку регіонів та посилює подальше збільшення розриву у їх розвитку.

Станом на 01.10.2013 у розрахунку на одну особу найбільші обсяги прямих іноземних інвестицій наростаючим підсумком з початку інвестування спостерігались у м. Києві (9697,3 дол. США), Дніпропетровській (2691,9 дол. США) та Київській (1102,8 дол. США) областях.Найменші обсяги прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу населення мали місце у Тернопільській (62,5 дол. США), Чернівецькій (77,2 дол. США), Кіровоградській (108,9 дол. США) та Чернігівській (113,6 дол. США) областях. За оцінками як внутрішніх, так і іноземних економічних суб'єктів, інвестиційний клімат в Україні залишається несприятливим.

Розмір прямих іноземних інвестицій (ПІІ) свідчить про розкритий інвесторами економічний потенціал регіону. Цей потенціал є фактором інвестиційної привабливості регіону.

Запорізький регіон відноситься до найбільш привабливих регіонів України щодо інвестування завдяки великому промисловому потенціалу, наявності природних багатств, власним енергоресурсам, високому науково-технічному потенціалу, розвиненій транспортній інфраструктурі, розвиненій банківській системі та доступності до ринків України, держав СНД, Європи та Азії.

За даними статистичного спостереження протягом І кварталу 2013 року в економіку області іноземними інвесторами вкладено майже 44 млн. дол. США прямих іноземних інвестицій (далі – ПІІ). Їх загальний обсяг станом на 01.04.2013 склав майже 1,17 млрд. дол. США, що на 3,4% більше обсягів інвестицій на початок 2013 року та в розрахунку на одну особу становив 653,9 дол. США. Минулого року в економіку області надійшло 179,8 млн. доларів прямих інвестицій, що майже в п'ять разів більше, ніж за 2011 рік.

В економіці області працює 2,1% вкладеного в Україну прямого іноземного капіталу. Серед регіонів України Запорізька область знаходиться на дев'ятому місці по залученню ПІІ.

Залучення ПІІ у промислові галузі Запоріжжя зображено на рисунку 3

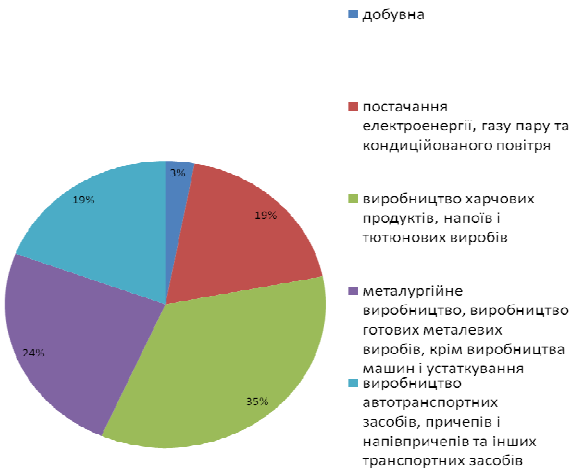

Рисунок 3 - Промислові галузі прямих іноземних інвестицій у Запорізькій області за 2013 р.

В організації, що здійснюють операції з нерухомим майном вкладено 73,2 млн. дол. США (6,3%), у підприємства фінансової та страхової діяльності – 70,4 млн. дол. США (6,0%), у підприємства оптової та роздрібної торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів – 58,1 млн. дол. США (5,0%)

Тим не менше, Запорізькій області вдалося подолати межу 1 млрд. доларів прямих іноземних інвестицій.Враховуючи позитивні зрушення в законодавстві, у 2014 році запорізькій області планується довести загальні обсяги прямих іноземних інвестицій до 1,2 млрд. доларів.

Таким чином, для залучення інвесторів на території, які не користуються популярністю, треба створювати належні умови, насамперед, розвивати інфраструктуру та забезпечувати ринок праці кваліфікованими кадрами, тощо.

На основі аналізу існуючих методичних підходів для оцінки інвестиційного потенціалу розрахуємо ІПР для Запорізького регіону. Ми пропонуємо використовувати не одиничні індекси, що характеризують окремі сторони інвестиційного потенціалу, а комплексні індекси, що враховують взаємозв'язки і взаємозалежність його складових елементів. Таким чином, величину інвестиційного потенціалу регіону використовуємо формулу:

$$ІПР = \frac{Pi}{Po} * \frac{Oi}{Oз} \xrightarrow{MAX}, \qquad (1)$$

Де:

Pi – вартість інвестиційних ресурсів, що використовується регіоном.

Po – загальна вартість ресурсів, яка є в розпорядженні регіону для забезпечення його функціонування.

(Oi) вартість вироблених в регіоні новацій

(Oз) загальна вартість виробленої в регіоні продукції

Отже, відповідно до формул (1) розрахуємо ІПР Запорізької області: (160330,3/1424968,6)*(351585,5/24787,0) = 1,59.

Таблиця 1. Критерії оцінки рівня оцінки інвестиційного потенціалу регіонів.

Рівень інвестиційного потенціалу області	КРИТЕРІЙ
Низький	ІПРОБЛАСТІ ≥ 1,8 ІПРСЕР
Середній	1,8 ІПРСЕР < ІПРОБЛАСТІ ≤ 3,5 ІПРСЕР
Високий	ІПРОБЛАСТІ > 3,5 ІПРСЕР

Таким чином, можна віднести ІПР Запорізької області до низького рівня інвестиційного потенціалу. Здебільшого це пояснюється невідповідністю регіональної інвестиційної діяльності критеріям достатності ресурсів, готовності до функціонування та своєчасності виконання досліджень.

З погляду на те, що інвестиційний потенціал є основою сталого розвитку, визначаємо таку ситуацію загрозливою як для конкурентоспроможності Запорізького регіону, так і конкурентоспроможності України в цілому.

Таблиця 2.Прогнозні показники щорічного приросту, загального обсягу прямих іноземних інвестицій (далі – ПІІ) на кінець прогнозного періоду та ПІІ на одну особу.

Прогнозний рік	Приріст прямих іноземних інвестицій за прогнозний рік, млн. дол. США	Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій на кінець прогнозного року, млн. дол. США	Прямі іноземні інвестиції на одну особу, дол. США	Прогнозна середньорічна чисельність наявного населенн, тис. осіб
2014	300	2185	1193,9	1830
2015	330	2515	1365,4	1842

Враховуючи результати проведеної експертної оцінки інвестиційного клімату, можна зробити певні висновки. Перш за все, реформування законодавства, загроза інфляції, високий рівень злочинності і корупції, низька прибутковість від

інвестицій, бюрократизація держапарату, великий тягар оподаткування, замало інформації про об'єкти інвестування визначають доволі низький рейтинг України в зарубіжних організаціях, які займаються порівняльним аналізом умов інвестування і рівня ризику про всі країни світу.

Фактор президентських виборів стане певним стримуючим елементом динаміки залучення ПІІ.

Таким чином, іноземні інвестиційні компанії, які активно цікавляться Україною та її регіонами, вважають, що правила гри тут ставатимуть прозорішими і зрозумілішими з адаптацією законодавства до європейських стандартів.Проте, інтерес західних інвесторів ґрунтується на очікуваннях і може швидко зійти нанівець, якщо вони не виправдаються.

Отже подані прогнози виправдаються лише у тому випадку, якщо успішно здійсняться визначені урядом та регіональною владою заходи внутрішньої та зовнішньої політики.

Висновки

Світова практика економічно розвинутих країн свідчить, що для того, щоб успішно розвивалося народне господарство країни, необхідно 30-35% від загального обсягу фінансових ресурсів направляти на розвиток промислових підприємств і соціальну інфраструктуру різних галузей економіки країни. Україна має створити нормальні умови для інвесторів.

Рівень інвестиційної привабливості Запорізької області в результаті розрахунків показав низький рівень інвестиційного потенціалу. Здебільшого це пояснюється невідповідністю регіональної інвестиційної діяльності критеріям достатності ресурсів, готовності до функціонування та своєчасності виконання досліджень. З погляду на те, що інвестиційний потенціал є основою сталого розвитку, визначаємо таку ситуацію загрозливою як для конкурентоспроможності Запорізького регіону, так і конкурентоспроможності України в цілому.

Список використаних джерел

1.Уманець Т. В. Оцінка інвестиційної привабливості регіону за допомогою інтегральних індексів [Текст] / Т. В. Уманець // Економіка і прогнозування. -2013. – № 4. – С. 133-146.

2.Шиян Д. В. Економічне зростання та інвестиції: нові підходи до аналізу взаємозв'язку / Макроекономічне регулювання інвестиційних процесів та впровадження стратегії інноватив-но–інноваційного розвитку в Україні // Матеріали конф., м. Київ, 23–24 жовтня 2008 р. / РВПС України НАН України.– К., 2008. – Ч. 1. – С. 155–159

3. http://www.niss.gov.ua/

4.http://www.ukrstat.gov.ua/

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Студент групи ФН – 119М Бабич Володимир Володимирович
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кіяшко 16-б
V.Babich@econom.zp.ua

Вступ

В умовах ринкового середовища малий бізнес є одним з провідних секторів економіки. Він характеризується швидкою окупністю витрат, високою динамічністю, свободою вибору напряму діяльності.

На сьогоднішній день, в Україні оподаткування малого бізнесу знаходиться на стадії реформації та вдосконалення. У більшості економічно розвинутих країнах, сектор малого бізнесу створює близько 50% ВВП, в той час, як в Україні цей показник становить близько 10%. Причиною цьому є багато проблем та перешкод на шляху розвитку малого бізнесу. Але найактуальнішим питанням, на сьогодні, є саме оподаткування малого бізнесу.

Цілі та задачі

Метою дослідження є виявлення та розробка шляхів вирішення проблем оподаткування малого бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу

Для того, щоб зрозуміти, який сектор бізнесу належить до малого, розглянемо класифікацію суб'єктів малого підприємництва в Україні (табл. 1)[1].

Так як найбільшим тягарем для малого бізнесу є податкове навантаження та виконання податкових зобов'язань, держава, зі свого боку, надає підтримку у вигляді спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності. Але сучасна система оподаткування малого бізнесу все ж таки має певні недоліки:

- високі витрати часу на виконання податкового зобов'язання;
- застосування фіксованих ставок, незалежних від рівня доходу;
- високе навантаження на фонд заробітної плати.

Таблиця 1. Класифікація суб'єктів малого бізнесу в Україні

Види підприємств	Форма здійснення підприємницької діяльності	Сер. кількість працівників за рік (чол.)	Річний дохід (млн. євро за середньоріч ним курсом Національного банку України)
Мікропідприємства	Фізична особа-підприємець	10	2
	Юридична особа	10	2
Малі підприємництва	Фізична особа-підприємець	50	10
	Юридична особа	50	10

Згідно аналізу Світового банку в рейтингу DoingBusiness, Україна займає 137 місце з 189 в загальному рейтингу, та 165 із 189 – за критерієм «сплата податків» (табл. 2). Така статистика свідчить про неефективність діючої податкової системи [2].

Таблиця 2.Рейтинг DoingBusiness за 2013р.

Країна	Місце в загальному рейтингу	Місце урейтингу за критерієм «Сплата податків»
Грузія	9	33
Естонія	21	50
Латвія	25	52
Литва	27	60
Вірменія	32	108
Словаччина	46	100
Казахстан	49	17

Країна	Місце в загальному рейтингу	Місце урейтингу за критерієм «Сплата податків»
Угорщина	54	118
Польща	55	114
Білорусь	58	129
Чехія	65	120
Болгарія	66	91
Киргизія	70	168
Румунія	72	136
Молдова	83	109
Росія	112	64
Україна	**137**	**165**
Таджикистан	141	175
Узбекистан	154	161

Значних витрат часу потребує виконання обов'язкових податкових процедур платниками податків. Тимчасові витрати працівників бухгалтерської служби навиконання податкового законодавства включають: ведення податкового обліку, пошук та аналіз податкового законодавства, підготовку податкових декларацій і звітів, сплату (перерахування) податків і зборів, подачу декларацій та звітності, забезпечення проходження перевірок, підготовку та надання додаткової інформації в органи податкового адміністрування. Так як у суб'єктів малого бізнесу не завжди є

витрат малого українського підприємства на виконання податкових процедур.

Наступною проблемою оподаткування малого бізнесу є застосування фіксованих ставок від мінімальної заробітної плати станом на 1 січня, не прив'язаних до рівня доходів платника податку (табл. 3). Такі ставки застосовуються для суб'єктів що перейшли на спрощену систему оподаткування в 1 та 2 групі платників Єдиного податку, з максимальним рівнем доходів 150тис. грн. та 1 млн. грн. відповідно [3].

Якщо для 1 групи ставка у розмірі 1%-10% МЗП (12,18 грн. – 121,8 грн.) на місяць більш менш допустима, то для 2 групи, з максимальним доходом до 1 млн. грн., ставка в розмірі 2% - 20% МЗП (24,36 -243,6 грн.) є зовсім не значною. Адже максимальна сума, яку може сплатити підприємець становить 1461,6 грн. на рік. Така ситуація зумовлює можливість створити відділ, або наймати працівника який буде займатися цими питаннями, виконання податкових зобов'язань створює тягар для підприємців, який заважаєнормальному розвитку та зумовлює різноманітні схеми ухилення від ведення звітності та сплати податків. Вирішення цієї проблеми полягає в мінімізації документообігу між платниками та контролюючими органами, а також створення простої та зрозумілої системи подачі звітності і сплати податків в електронному вигляді [2].

На рис. 1 наведено розподіл тимчасових витрат малого українського підприємства на виконання податкових процедур.

Рисунок 1 - Розподіл тимчасових

різноманітні корупційні схеми та схеми мінімізації реального доходу, з метою зарахування до 2 групи платників Єдиного податку. Про це також свідчить кількість зареєстрованих платників: станом на 1 січня 2013р. до 2 групи належало близько 70% платників єдиного податку. Вирішення цієї проблеми полягає в скасуванні фіксованих ставок, та застосуванні відсоткових ставок від розміру доходів суб'єкта підприємницької діяльності.

Таблиця 3.Класифікація платників Єдиного податку

Групи	Доход за календарний рік, що передував переходу на ЄП	Ставка ЄП: фіксована (% до мінімальної зарплати (МЗП)станом на 1 січня) або % до доходу)	Кількість платників станом на 1 січня 2013р.

1 (ФОП)	До 150 тис. грн.	1% — 10% від МЗП (12,18 – 121,8 грн.)	300 тис.
2 (ФОП)	До 1 млн. грн.	2% — 20% від МЗП (24,36 – 243,6 грн.)	721 тис.
3 (ФОП)	До 3 млн. грн.	а) 3% від доходу у разі сплати ПДВ; б) 5% від доходу у разі включення ПДВ до складу єдиного податку	250 тис.
4 (юр.особи)	До 5 млн. грн.	а) 3% від доходу у разі сплати ПДВ; б) 5% від доходуу разі включення ПДВ до складу єдиного податку	149 тис.
5 (ФОП)	До 20 млн. грн.	а) 5% від доходу у разі сплати ПДВ; б) 7% від доходуу разі включення ПДВ до складу єдиного податку	27
6 (юр. особи)	До 20 млн. грн.	а) 5% від доходу у разі сплати ПДВ; б) 7% від доходуу разі включення ПДВ до складу єдиного податку	209

Також, проблемою для оподаткування малого бізнесу в Україні є високе навантаження на фонд заробітної плати.Сьогодні розмір єдиного соціального внеску для платників єдиного податку становить 34,7%. При такому підході для малого бізнесу вартість робочої сили у структурі валових витрат сягає 40-60%.

Водночас розмір єдиного соціального внеску дає самозайнятим підприємцям можливість отримати лише мінімальну соціальну пенсію, що забезпечує життя на грані виживання. Така ситуація зумовлює наявність нелегального працевлаштування та виплату заробітної плати «в конвертах». Цю проблему можна вирішити за допомогою зниження податкового навантаження на фонд заробітної плати.

Висновок

У подальшому необхідно більш детально зупинитись на питанні оптимізації процесу оподаткування малого бізнесу в Україні.

Перелік використаних джерел

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws.
2. Рейтинг країн «ведення бізнесу»– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://russian.doingbusiness.org.
3. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/cgibin/laws.

ФІНАНСУВАННЯ ПОТОЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Студентка гр. ФК-119М Обернихіна Марія Володимирівна
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко 16-б
M.Obernihina@econom.zp.ua

Вступ

Однією з найважливіших проблем, що стоять перед підприємством, незалежно від його форми власності, є проблема формування фінансового капіталу підприємства. Перед керівництвом підприємства постає низка завдань, першочерговим з яких є фінансування поточної діяльності, а саме побудова оптимальної структури джерел фінансування. Для цього, необхідно детально дослідити процеси формування та ефективності управління джерелами фінансування, зокрема особливу увагу доцільно звернути на пошук резервів зростання власного капіталу та механізмів залучення позикового капіталу.

Питання щодо флотування джерел фінансування поточної діяльності підприємства досліджували у своїх працях такі вітчизняні учені, як О.Г. Біла, І.О. Бланк, М.Д. Білик, , П.Ю. Буряк, В.М. Івахненко, М.В. Кужельний, С.В. Мних, Л.В. Нападовська, А.М. Поддєрьогін, В.В. Сопко, Г.А. Стасюк та інші, а також зарубіжні вчені Є.Ф. Брігхем, Е. Нікбахт, О.В. Бедзай.

Цілі та задачі

Метою дослідження є аналіз теоретичного аспекту фінансування поточної діяльності.

Виклад основного матеріалу

В процесі дослідження потребують уточнення та поглиблення такі поняття, як «поточна діяльність» та «фінансування поточної діяльності». На наш погляд найбільш обґрунтуваннями ці поняття подано Є.Ф. Брігхемом, М.Д. Білик,А.Д. Шеремет.

Так, за визначенням Є.Ф. Брігхема «поточна діяльність підприємства являє собою безперервний рух цінностей, а також виникнення і виконання взаємних зобов'язань, що зв'язують дане підприємство з контрагентами, бюджетом, працівниками, власниками» [4, с. 54]. На думку Білик М.Д. поточна діяльність виражається в постійній трансформації короткострокових активів і пасивів» [1, с. 290].Шеремет А.Д. вважає, що поточна діяльність підприємства – це така діяльність підприємства, що забезпечує приток грошових коштів, які або повністю або частково покривають витрати з відтоку грошових коштів для господарської діяльності [12, с. 77].

Узагальнення думок авторів, а також дослідження літературних джерел [1-5] дає змогу сформулювати авторське поняття поточної діяльності – це господарська діяльність підприємства, що включає використання ресурсів, реалізацію продукції або послуг, проведення розрахунків з різними контрагентами в обмежені терміни, що спрямована навиготовлення продукції (послуг) у встановлений договірними умовами термін та визначеної якості.

Фінансування поточної діяльності – це виділення грошових коштів на придбання сировини та матеріалів, оплату товарів та послуг, виплату заробітної плати і пов'язаних із нею обов'язкових платежів, а також фінансування інших поточних потреб господарської діяльності компанії [4, с. 11].

На думку Долгорукова Ю.А. фінансування поточної діяльності – це отримання суб'єктом господарювання необхідних грошових фондів для здійснення господарської діяльності в поточному періоді [5, с. 25]. Як вважає Філіна Г.І. фінансування поточної діяльності – забезпечення наявним грошовим капіталом підприємство, для використання його в комерційних цілях у короткостроковому періоді [9, с. 145].

Аналіз фінансування поточної діяльності передбачає обґрунтування варіанту вибору джерел фінансування. Джерела фінансування класифікуються за ознакою приналежності на власні, залучені на умовах платності та поворотності та залучені на умовах поворотності та надані на безоплатній основі. Необхідно врахувати,що фінансування за рахунок власного капіталу не призводить до виникнення зобов'язань,афінансуванняза рахунок позичкового капіталу утворює фінансові зобов'язання

підприємства.Водночас,требаматинаувазі,що за всі зовнішніфінансові ресурси, що залучені на платній основі, підприємство сплачує відсотки, тому ці ресурси є предметом особливоїуваги менеджерів підприємства.

Вибір джерел фінансування поточної діяльності спрямований на знаходження оптимального співвідношення між фінансовою стійкістю підприємства та ефективністю його діяльності, тобто рівень коефіцієнту рентабельності власного капіталу.

Власнийкапіталпідприємстваможеформувати сьяк зарахунокзовнішніх,такізарахуноквнутрішніх джерел.

До внутрішніх джерел фінансування підприємства належить власний капітал, який включає: внески власників підприємства, реінвестування прибутку, реструктуризація активів. Власний капітал характеризується такими основними позитивними особливостями: простотою залучення, високою здатністю генерувати прибуток в усіх сферах діяльності, забезпечувати фінансову стійкість розвитку підприємства, його платоспроможність в довгостроковому періоді. Разом з тим, йому притаманні такі недоліки, як обмеження обсягу залучення, висока вартість у порівнянні з альтернативними позичковими джерелами формування капіталу. В складі внутрішніх джерел формування власних фінансових ресурсів основне місце належить прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства. Вінформуєпереважну частину власних фінансових ресурсів, забезпечує приріст власного капіталу, у відповідностііз зростанням ринкової вартості підприємства, а також амортизаційні відрахування, особливо на підприємствах, що мають значний обсяг основних засобів і нематеріальних активів [2, с. 325 -326].

Таким чином, підприємство, яке використовує в значному обсязі власний капітал, має найвищу фінансову стійкість (його коефіцієнт автономії дорівнює одиниці), але такий підхід до фінансування обмежує темпи розвитку (оскільки не може забезпечити формування необхідного додаткового обсягу активів в періоди сприятливої кон'юнктури ринку) і не використовує фінансової можливості приросту прибутку на вкладений капітал [12, с.45-49].

До зовнішніх джерел фінансування відноситься залучений та позиковий капітал, до яких належать: кредиторська заборгованість, короткострокові та довгострокові кредити банків, небанківські залучені кошти (державний кредит, кредити міжнародних фінансово – кредитних інститутів, лізинг, комерційний кредит).

Використання позикового капіталу дозволяє істотно розширити обсяг господарської діяльності підприємства, забезпечити більш ефективне використання власного капіталу, прискорити формування різноманітних цільових фінансових коштів, а в кінцевомурезультаті – підвищити ринкову вартість підприємства. Залучений капітал, що використовується підприємством, характеризує у сукупності обсяг його фінансових зобов'язань (загальну суму боргу).

Не дивлячись на те, що основу будь-якого бізнесу складає власний капітал, на підприємствах певних галузей економіки обсяг залучених коштів значно перевищує обсяг власного капіталу.

Кожне підприємство має змогу обрати свою схему та джерела фінансування, які вигідні йому та які залежать від форми організації бізнесу підприємств. Основними напрямами удосконалення джерел фінансування на підприємстві може бути зниження величини активів, а саме зменшення дебіторської заборгованості та своєчасне погашення кредиторської заборгованості.

Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства. До тих пір, поки розмірдодатковогодоходу, якийзабезпечується залученнямпозикових ресурсів,перекриває видаткинаобслуговуваннякредиту,фінансовийстансу б'єктагосподарювання залишається стабільним.

Обов'язковою умовою ефективного управління джерелами фінансування підприємства є формування адекватноїстратегії фінансування. Проте кожне підприємство формує власну стратегію фінансування [7, с. 25]. Стратегія фінансування – це розробка плану одержання коштів для розвитку, розширення, створення підприємства [11, с. 42]. Як вважає А.М. Поддьоргін, фінансова стратегія підприємства – це генеральний план дій по забезпеченню підприємства грошовими засобами,

що будується на основі фінансового аналізу, а також оптимізації основних і оборотних коштів, розподілу прибутку, безготівкових розрахунків, податкової і цінової політики, політики в області цінних паперів, прийнято розрізняти генеральну й оперативну фінансові стратегії, головну стратегічну мету, частки стратегічні цілі [10, с. 390].

На думку вчених [10-12], завданнями фінансової стратегії є:

– визначення способів проведення успішної фінансової стратегії та використання фінансових можливостей;

– визначення перспективних фінансових взаємовідносин із суб'єктами господарювання, бюджетом, банками та іншими фінансовими інститутами;

– фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності на перспективу;

– вивчення економічних та фінансових можливостей імовірних конкурентів, розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості;

– розробка способів виходу із кризового стану та методів управління за умов кризового стану підприємств.

На підставі фінансової стратегії визначається фінансова політика підприємства за основними напрямками фінансової діяльності: податкова, цінова, амортизаційна, дивідендна, інвестиційна.

Важливе значення для формування фінансової стратегії має врахування факторів ризику. Фінансова стратегія розробляється з урахуванням ризику неплатежів, інфляційних коливань, фінансової кризи та інших непередбачуваних обставин.

Індикатором ефективності залучення позикових коштів у господарський оборот підприємства є фінансовий важіль.

В.В. Ковальовпід фінансовим важелем розуміє деяку характеристику фінансових умовно-постійних витрат у загальній сумі поточних витрат фірми як чинник коливання її фінансового результату. Розуміння цього автора категорії, яка розглядається, відрізняється тим, що він управління значенням цього індикатора вважає елементом стратегічного розвитку фірми. Він відзначає, що фінансовий леверидж – це стратегічна характеристика економічного потенціалу підприємства. [6, с. 515-514].

Т.С. Новашина відзначає, що «фінансовий важіль - це відношення позикового капіталу з фіксованим відсотком де використовується у фінансуванні діяльності організації акціонерного капіталу». Вона зазначає, ефект фінансового важеля виникає внаслідок того, що позичені під фіксований відсоток кошти можна використовувати на ті проекти, які забезпечували б більш високу віддачу, ніж складає сума відсотків за кредитами і позиками [8, с. 144].

Різниця між рентабельністю власного капіталу і рентабельністю інвестиційного капіталу після виплати податків отримується за рахунок ефекту фінансового важеля ЕФВ, який розраховується за формулою:

$$ЕФВ = ІК * ((1 - Кн) - СП) * \frac{ПК}{ВК} \quad (1)$$

ЕФВ – ефект фінансового важеля;

ІК – ставка доходності на інвестований капітал після вплати податків;

$К_н$ – коефіцієнт оподаткування (відношення суми податків до суми прибутку);

СП – ставка кредитного проценту.

Ефект фінансового важеля показує, на скільки процентів збільшується рентабельність власного капіталу в результаті залучення позичених коштів в оборот підприємства. Він виникає в тих випадках, коли економічна рентабельність вище кредитного проценту.

Виділяють наступні чинники, що впливають на вибір джерел фінансування поточної діяльності підприємства:

- механізм оподаткування доходів підприємства;
- темп зростання реалізації товарної продукції та його стабільності;
- структура активів підприємства;
- стан ринку капіталу;
- відсоткова політика комерційних банків;
- рівень управління фінансовими ресурсами підприємства.

Необхідно врахувати, що фінансування за рахунок власного капіталу не приводить до виникнення зобов'язань, а за рахунок позичкового капіталу виникають фінансові зобов'язання. Водночас треба мати на увазі, що за всі зовнішні фінансові ресурси підприємства сплачує відсотки,

тому ці ресурси с предметом особливої уваги менеджерів підприємства.

Висновок

Таким чином, проведене дослідження показало, що потребують подальшого розвитку теоретичні аспекти фінансування поточної діяльності у напряму удосконалення механізму формування фінансової стратегії з урахуванням: впливу системи чинників на вибір джерел фінансування, галузевих особливостей, що забезпечить системний підхід до вирішення цієї наукової проблеми.

Перелік використаних джерел

1. Білик М.Д.,ПавловськаО. В.,Притуляк Н.М.,Невмержицька Н.Ю. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 592 с.

2. Бланк І.А. Фінансовий менеджмент. – К.: Ніка – Центр, 2008.

3. Данилин О. Принципы разработки ключевых показателей эффективности финансирования предприятий и практика их применения. // Управление компанией. – 2013 - № 6. – С. 13 – 18.

4. Брігхем Є.Ф. Використання ефектів моделі життєвого циклу в розробці стратегії управління фінансовими ресурсами підприємств. Ворлд Корпорейшнз – 2010 – № 4 – С. 96–101.

5. Долгоруков Ю.А., Редіна Н.І. Управління ефективністю використання обігових коштів у промисловості / Ю. А. Долгоруков, Н. І. Редіна // Фінанси України. – 2005. – №11. – с. 103-109.

6. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 1024 с.

7. Линенко А.В. Обґрунтування вибору фінансової стратегії підприємства/ Линенко А.В., Сніжко Т.О. // Держава та регіони. – 2009. – № 1. – С. 109-113.

8. Новашина Т.С., Карпунин В.И. Финансовый анализ. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2005. – 192 с.

9. Філіна Г.І. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2009.–320с.

10. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 2001. — 460 с.

11. Фінансова стратегія підприємства: монографія / І.О. Бланк, Г.В. Ситник, О.В. Корольова-Казанська, І.Г. Ганечко. – К. : КНТЕУ, 2009. − 147с.

12. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 208 с.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОБЛІКУЦІННИХ ПАПЕРІВ

Студент гр. ОА-119м Божко Е.А.[*]
ЗІЄІТ, Україна м. Запоріжжя вул. Кияшко 16-б
eduard.bozhko@mail.ru

Вступ

З розвитком ринкових відносин операції з цінними паперами (фінансові інвестиції) одержали масове поширення поряд з операціями по реалізації товарів, робіт, послуг, кредитуванням ті іншими. Цінні папери служать зручним інструментом організації й функціонування підприємств (організацій) в умовах ринкової економіки. Специфіка діяльності на ринку цінних паперів обумовила виникнення такої категорії юридичних осіб , як професійні учасники ринку цінних паперів. Для них дані операції є основним видом діяльності.

1.Мета і завдання дослідження

Основною метою статі є дослідження організації та методики бухгалтерського обліку цінних паперів в акціонерних товариствах в умовах формування ринкових відносин..

2. Виклад основного матеріалу

Питання про визначення поняття цінного паперу не отримало однозначного рішення в економічній юридичній літературі. На нашу думку найбільш вдалим є визначення, яке дає Цивільний кодекс України, тому що він не тільки дає повне визначення поняття цінні папери, але й підкреслює наявність прав та обов'язків у емітентів та осіб, які отримали ЦП [1].

Згідно зі ст. 195 того ж Цивільного кодексу цінні папери поділяються на групи та види. В Україні в цивільному обороті можуть бути такі групи цінних паперів: пайові, боргові, похідні та товаророзпорядчі цінні папери [1].

Облік та оцінка цінних паперів відбувається в залежності від того у якій ролі вони виступають.

Оцінка цінних паперів, які у виступають ролі зобов'язань підприємства, для цілей бухгалтерського обліку регулюється П(С)БО 11 "Зобов'язання". Зобов'язання поділяються на довгострокові, поточні забезпечення, непередбачені зобов'язання та доходи майбутніх періодів [3].

Оцінка цінного паперу як активу для цілей бухгалтерського обліку регулюється П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість" та П(С)БО 12 "Фінансові інвестиції" [2, 4]. Віднесення цінного паперу до сфери дії того чи іншого П(С)БО залежить від виду операції, в результаті якої цінний папер опинився у власності підприємства, цілей, з якими він був придбаний (отриманий), а також від термінів його погашення.

Згідно Закону України від 12.05.2011 р. № 3332-VI було заявлено про перехід учасників фінансового ринку України на міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) з 2012 року [5].

З метою уникнення суперечностей між стандартами обліку необхідна гармонізація П(С)БО 12 "Фінансові інвестиції" та П(С)БО 13 "Фінансові інструменти" до МСБО 39 "Фінансові інструменти: визнання та оцінка", МСБО 32 "Фінансові інструменти: подання", МСФЗ 7 "Фінансові інструменти: розкриття", МСБО 28 "Інвестиції в асоційовані підприємства", МСБО 31 "Частки у спільних підприємствах".

Первинна оцінка цінних паперів у момент придбання здійснюється за собівартістю, що включає в собівартість придбання, суму комісійних витрат, сплачених податків та інших витрат (якщо такі були), які виникли у зв'язку з даною інвестицією [6].

Переоцінка фінансових інвестицій на дату балансу відбувається за їх справедливою вартістю [6].

У разі якщо цінні папери були придбані з дисконтом (премією), то на дату балансу вони оцінюються за амортизованою собівартістю [6].

Висновки

Враховуючи вище наведений матеріал слід відмітити, значна проблема обліку цінних паперів в акціонерних товариствах полягає у тому, що ЦК та ГК по різному трактують поняття цінних паперів та по різному їх класифікують.

Думається, що такий різнобій у підходах до визначення поняття цінних паперів та їх класифікації не є обґрунтованим і вимагає внесення змін до ЦК та ГК. Вимагає також уточнення саме поняття цінного паперу з метою більш точного

відтворення його правової природи та юридичних наслідків, що ним породжуються.

На оцінку ЦП в першу чергу впливає їх класифікаційна приналежність та підхід до вибору методу оцінки

Список використаних джерел

1.Цивільний кодекс України: за станом на 11 лют. 2014 р. / Верховна Рада України. — Офіц. вид. — К.: Парлам. вид-во, 2003. — 270 с. — (Бібліотека офіційних видань).

2. П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість", затверджене наказом МФУ від 08.10.1999 г. № 237.

3. П(С)БО 11 "Зобов'язання", затверджене наказом МФУ від 31.01.2000 г. № 20.

4. П(С)БО 12 "Фінансові інвестиції", затверджене наказом МФУ від 26.04.2000 г. № 91.

5. Про внесення змін до Закону України "Про цінні папери та фондовий ринок" від від 12.05.2011 № 3332-VI / Верховна Рада України

6. "Больше, чем просто бумага" / "Бухгалтерский и налоговый учет "процентных" ценных бумаг" / ИВАНОВ С.И., ХОМЕНКО Л.Ю. http://dtkt.com.ua/debet/rus/2001/44/44pr10.html

КОНТРОЛЬ ПОТОЧНОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ І ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

Студент гр. ОА-119м Іорданова Ю.Ю.*
ЗІЄІТ, Україна м. Запоріжжя вул. Кияшко 16-б
Yu.Iordanova@econom.zp.ua

Вступ

Організація контролю дебіторської заборгованості є одним із важливіших компонентів побудови системи управління дебіторською заборгованістю на підприємстві і взаємовідносин підприємства з його контрагентами. Належним чином налагоджена система контролю дебіторської заборгованості дозволяє ефективно балансувати між негативними наслідками існування дебіторської заборгованості і об'єктивною економічною необхідністю її існування в якості інструменту регулювання взаємовідносин підприємства і його контрагентів.

1.Мета і завдання дослідження

Метою роботи є узагальнення і критична оцінка чинних теоретичних положень методики контролю поточної дебіторської заборгованості, розробка рекомендацій з їх удосконалення та практичного використання .

2. Виклад основного матеріалу

Вивчення наукових праць вітчизняних авторів показало, що у науковців немає єдиної думки що визначення поняття контролю. Але узагальнюючи визначення даного поняття наведені у економічній літературі можна зробити висновок, що контроль, перш за все, ставить на меті виконання певних дій для отримання інформації, котра може бути використана для підвищення ефективності функціонування певної системи [1].

При проведенні контролю дебіторської заборгованості найбільш поширеного застосування знайшли методи ревізії, перевірки і інвентаризації, необхідність проведення котрих встановлено законодавчо. Їх основною метою є здобуття інформації про дійсний стан обліку і звітності, повноту виконання фінансових зобов'язань і т.д. Ревізія і перевірка являються методами документального контролю, у той час, як інвентаризація являє собою метод фактичного контролю. Найбільш ефективний результат дає застосування зазначених методів у сукупності [2].

У процесі функціонування фінансово-господарський контроль сформував свій метод у системі прикладних економічних наук. Характерною рисою методу фінансово-господарського контролю являється використання загальнонаукових і власних методичних прийомів і способів контролю [2].

Перед ревізором при здійсненні контролю за дебіторською заборгованістю ставляться наступні завдання: оцінити систему контролю за дебіторською заборгованістю, для чого необхідно визначити сильні та слабкі сторони контролю, що впливають на проведення щорічних ревізійний процес процедур; виявити дані, які можна використовувати при щорічних перевірках; скласти програму та методику проведення контролю дебіторської заборгованості; здійснити ревізію дебіторської заборгованості; скласти висновки, за даними ревізії та розробити рекомендації [3].

З метою удосконалення системи контролю дебіторської заборгованості підприємствам доцільно вдаватися до наступних заходів: збалансування обсягів дебіторської та кредиторської заборгованості; створення резерву сумнівних боргів і розробка порядку його визначення в обліковій політиці; проведення моніторингу потенційних дебіторів; систематичне проведення інвентаризації розрахунків; створення сектора у відділі внутрішнього контролю, відповідального за стан розрахунків із дебіторами; розробка пакету робочих документів контролера, що відповідає специфіці діяльності підприємства і забезпечує надходження всієї необхідної інформації.

Висновки

Таким чином, контроль як функція управління являє собою досить багатогранну категорію, котрій властиві певні методи та методика. Найбільш поширеними методами при проведенні контролю дебіторської заборгованості являються ревізія, перевірка та інвентаризація.

Список використаних джерел

1. Сопко В.В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу / Сопко В.В., Завгородній В.П. — К.: КНЕУ, 2004. — 756 с.

2. Живко З.Б. Контрольно-ревізійна діяльність. Конспект лекцій [Текст]: Живко З.Б., Франчук В.І., Живко М.О. — К.: Алерта, 2008. — 444 с.

3. Іванілов О. С. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства / О. С. Іванілов. В.В. Смачило. Є. В. Дубровська // Актуальні проблеми економіки. — 2007. — № 1. — С. 156—163.

УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІТИЧНОГО ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ

Студент гр. ОА-119м Шевченко Т.О.
ЗІЄІТ, Україна м. Запоріжжя вул. Кияшко 16-б
super.shevche@yandex.ru

Вступ

Настворюванихвданийчаспідприємствахз різнимиформамивласностівстановлюютьсянові форми організації праці. У даній проблемі важливим моментом є матеріальне стимулювання працівників, і перш за все забезпечення тісного зв'язку оплати праці з його конкретними результатами. Це вимагає, у свою чергу,застосуванняпрогресивнихсистеміформ оплати,якідозволялибвраховуватиіндивідуальні особливостікожногочленаколективу.Пошуки оптимальнихформоплатипраці,аотжеінових підходів доуправління працею, якібули б адекватні ринковимвідносинам,ведутьдонеминучихзмінта удосконалення в системі організації обліку заробітної плати.

1.Мета і завдання дослідження

Метою статтієудосконаленняметодичнихпідходів дообліку розрахунків завиплатами працівникам шляхом розробки моделі аналітичного обліку.

2. Виклад основного матеріалу

Система бухгалтерського обліку, зокрема праці та її оплати, перебуває в процесі реформування відповідно до міжнародних стандартів і поки що не є досконалою. Значною мірою це пов'язано з тим, що праця як об'єкт обліку, аналізу та аудиту є однією з найскладніших і найвагоміших економічних категорій, оскільки покликана виконувати життєво необхідні для людини відтворювальну, регулюючу, стимулюючу та соціальну функції.

Оплата праці –це будь-який заробіток,обчислений, як правило, у грошовому виразі, що його за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу або надані послуги.

Одним з важливих питань обліку на підприємствієвдосконаленнядіючоїмоделіаналітичн огооблікурозрахунківза виплатамипрацівникам. ВідповіднодоПланурахунків бухгалтерськогооблікуактивів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємствіорганізацій інформаціяпророзрахункизавиплатами працівникамузагальнюєтьсянасинтетичномурахунку 66«Розрахункиза виплатамипрацівникам».ЗгіднозІнструкцієюпрозаст осуванняПлану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, обов'язань і господарських операційпідприємстваорганізацій [1], яканоситьрекомендаційнийхарактер, пропонуєтьсявідкриватитакі субрахунки: 661 "Розрахунки за заробітною платою";662 "Розрахунки з депонентами";663 "Розрахунки за іншими виплатами"

Проаналізувавшипраціпровіднихнауковців,немо жемопогодитисяіз запропонованимимоделямианалітичногооблікурозра хунківзавиплатами працівникам, оскільки кожен із наведених варіантів не в повній мірі враховує видивиплатпрацівникам,якіздійснюютьсязгідноздію чимзаконодавством України.

Зметоюудосконаленнямоделіаналітичногооблік урозрахунківза виплатамипрацівникампропонуємоввестинаступнісу брахункидорахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» :66 "Розрахунки за виплатами працівникам": 661 "Розрахунки за заробітною платою"; 6611 "Розрахункизанарахованимивиплатами": 66111 « Основна заробітна плата» (з аналітичною розшифровкою) ; 66112 « Додаткова заробітна плата» (з аналітичною розшифровкою); 66113 « Інші виплати» (з аналітичною розшифровкою);6612 « Оплата тимчасової непрацездатності»; 6613 "Виплати при звільненні "; 6614 "Виплати після закінчення трудової діяльності ".

Висновки

Використаннявпрактичнійдіяльності запропонованоїмоделі аналітичногооблікурозрахунківзавиплатамипрацівн

икамдозволить удосконалитиметодикуобліку розрахунківзавиплата мипрацівникам; посилитиінформаційну,контрольнуй управлінськуфункції;систематизувати нарахування,обліктавидачувиплат працівникам; розширитиможливості використанняобліковоїінформаціїв управлінні;підвищитиефективність взаємодії різних користувачів інформації та ефективність аналітичної роботи.

Список використаних джерел

1.Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 21 грудня 1999 р. за № 893/4186. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://zakon2.rada.gov.ua

МІСЦЕ ТА РОЛЬ СТРАТЕГІЙ ПОЗИЦІЮВАННЯ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ ПРІОРИТЕТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Студентка гр. МК-119м Гупалова М.С..[*]
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кіяшка 16-б
mariiagupalova@gmail.com

Вступ

В сучасних умовах підвищення ролі маркетингу у системі стратегічного менеджменту підприємств є об'єктивним процесом, спричиненим зміною умов їх функціонування. Якщо в першій половині XX століття превалювало трактування маркетингу як системи управління попитом на товари та послуги підприємств, то незважаючи на те, що наголошувалось на важливості цієї управлінської функції, їй все ж таки відводи лась допоміжна роль. У 50—70-х роках минулого століття маркетинг починає трактуватись як управління ринковою діяльністю підприємства, основним завданням якого «зробити зусилля по збуту товарів непотрібними», за влучним висловом П. Друкера. З початку 1990-х років минулого століття з'являються думки, які свідчать про появу нової концепції менеджменту організацій, згідно з якою маркетинговий підхід застосовується до управління діяльністю підприємства в цілому. Отже, з розвитком та трансформацією ринкових відносин, зокрема інформаційних технологій, сутність та складові маркетингових концепцій змінюється. З огляду на сказане, означена проблематика є актуальною та потребує додаткового дослідження.

1. Мета і завдання дослідження

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методологічних підходів трактування сутності маркетингової стратегії підприємства та визначення місця та ролі окремих її елементів, зокрема позиціювання.

2. Виклад основного матеріалу

Маркетингова стратегія є основною складовою у формуванні стратегічних пріоритетів підприємства. Опираючись на корпоративну місію, підприємства приймають конкретні рішення щодо цільових сегментів ринку, потреб споживачів, які будуть задовольнятись, та пояснюють як буде створена та розповсюджена споживча цінність. Іншими словами, розробляючи маркетингову стратегію, підприємства конкретизують власне бачення майбутнього бізнесу, переводять корпоративну місію у площину практичної її реалізації. Після цього розробляються інші функціональні стратегії, основне покликання яких є формування концептуальних пріоритетів у ресурсному забезпеченні ринкових амбіцій підприємства.

У більшості сучасних тлумачень маркетингової стратегії їй відводиться визначна роль, проте існують певні розбіжності щодо тлумачення сутності окремих її складових. Зокрема, Ф. Котлер, Г. Амстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг визначають маркетингову стратегію як логічну схему «маркетингових заходів, за допомогою яких компанія сподівається досягнути власних маркетингових цілей. Вона має складатись із окремих стратегій для кожного цільового ринку, позиціювання, комплексу маркетингу та рівнів витрат на маркетингові заходи» [1, с. 143]. Виокремлюючи окремі сегменти ринку, наголошують автори, підприємствам необхідно звертати увагу не тільки на відмінні характеристики споживачів за потребами, але й за реакцією на систему маркетингових стимулів. За визначенням українських вчених А. О. Старостіної, Н.П. Гончарової, Є.В. Крикавського «маркетингова стратегія — це політика ринкової діяльності підприємства на довгострокову перспективу; сукупність стратегічних маркетингових рішень. Маркетингова стратегія включає ринкову та товарну стратегії, стратегію позиціонування (яка поєднує ринкову та товарну стратегії), марочну стратегію, цінову стратегію, стратегію маркетингових комунікацій (стратегії збуту та просування)» [3, с. 236]. На думку авторів, найчастіше у маркетингу ринкову стратегію розглядають у сукупності з товарною стратегією.

Не заперечуючи позиції процитованих вітчизняних та зарубіжних учених, лише дещо її узагальнивши, ми пропонуємо таку концепцію складових елементів маркетингової стратегії (рис. 1). З нашої точки зору, в сучасних умовах сутність маркетингової стратегії полягає у визначенні ринкових пріоритетів підприємства шляхом

створення унікальної споживчої цінності та тривалих партнерських стосунків із покупцями, а стратегії позиціювання являють собою набір інструментів та засобів реалізації цього завдання.

Як показано на рис.1, структурним елементом першого порядку будь-якої маркетингової стратегії є товарно-ринкові стратегії.Диференційований підхід щодо формування стратегій у розрізі окремих сегментів ринку та/або товарних груп близьких за попитом — визначальний принцип їх успішності в сучасних умовах.

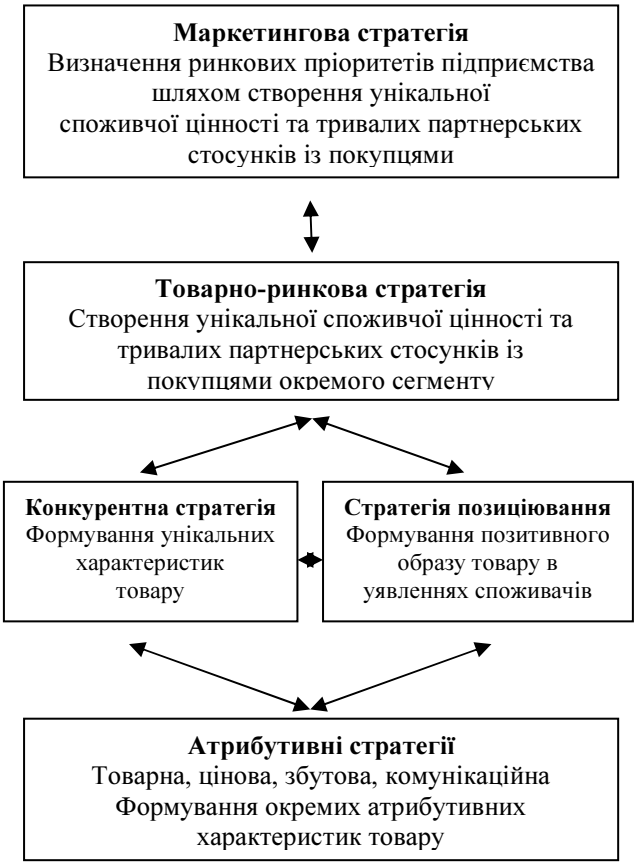

Рисунок 1 - Складові елементи маркетингової стратегії підприємства

У свою чергу, товарно-ринкові стратегії поділяються на такі дві складові, як конкурентні та по- зиціювання, на основі яких формується система атрибутивних стратегій підприємства.У теорії та практиці сучасного стратегічного менеджменту склались дискусійні підходи щодо трактування конкурентних та позиційних стратегій. Принципово по-різному тлумачать саме поняття стратегій позиціювання. У широкому розумінні даного поняття стратегії позиціювання розглядають як систему концептуальних підходів ефективної конкуренції, спрямованих на «формування перешкод конкурентним силам або на визначення позиції у галузі, де вплив цих сил є найменшим» [4, с. 59]. Прихильники даного підходу зазвичай ототожнюють стратегії позиціювання із конкурентними, суть яких, у свою чергу, полягає у виявлення джерел та напрямків конкуренції з метою досягнення підприємством бажаної ринкової позиції та стійких конкурентних переваг.

Один із найвідоміших розробників цієї концепції М. Портер вважає, що основою розробки стратегії є адаптація до умов конкурентного середовища, оскільки потенціал граничного прибутку підприємства в значній мірі залежить від структури галузі. Конкуренція в галузі не зводиться лише до гри між підприємствами, які вкоренились у ній. Постачальники ресурсів, покупці товару, як власне і виробники, є конкурентами за частку доходу в ціні кінцевих продуктів споживання.

Зокрема, усі підприємства на будь-якому ринку конкурують у широкому розумінні з тими галузями, що виробляють товари-замінники. Чим привабливішоювиглядає перспектива цінової конкуренції пропонована замінниками, тим суворіше обмежуються прибутки в галузі. Інвестиційно привабливою вважається галузь, в якій за умови подолання всіх п'яти сил галузевої конкуренції, прибутковість авансованого капіталу (інвестицій) у довгостроковому періоді є більшарівна конкурентній нормі.

В сучасних умовах стратегії позиціонування є невід'ємною частиною будь-якої успішної маркетингової стратегії підприємства, найважливішим інструментом перемоги в конкурентній боротьбі за споживачів. Їх роль та значення постійно зростає. З одного боку, посилюється вплив стратегій позиціювання на формування інших складових маркетингової стратегії і, як наслідок, на корпоративні стратегії вищого порядку, а з іншого — вони є основним засобом не тільки формування попиту на товари підприємства, але й донесення до цільової аудиторії корпоративних цінностей та філософії бізнесу

Висновки

Перехід від індустріальної економіки до інформаційної спричинили суттєвий вплив на

формування стратегічних цілей підприємства. В сучасних умовах домінує маркетинговий підхід щодо формування системи стратегічного менеджменту підприємств. З огляду на сказане, маркетингова стратегія має найвищий пріоритет та розробляється першою на основі загальних корпоративних цілей підприємства, визначених у його філософській концепції функціонування. З нашої точки зору, трансформувалась і сутність означеної дефініції, яка полягає у визначенні ринкових пріоритетів підприємства шляхом створення унікальної споживчої цінності та тривалих партнерських стосунків із покупцями. Стратегії позиціювання в сучасних умовах

Список використаних джерел

1. *Котлер Ф., Амстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В.* Основи маркети- нга. Пер. с англ. — 2-е европ. изд. — М.; СПб.; К.: Вильямс, 1998. — 1056 с.

2. *Ламбен Ж.-Ж.* Стратегический маркетинг. Европейская инициа- тива / Пер. с франц. — СПб.: Наука, 1996. — 589 с.

3. Маркетинг: підручник / А.О, Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Кри- кавський та ін.; за ред. А, О. Старостіної, — К: Знання, 2009. — 1070 с.

4. *ПортерМ.З.* Конкуренция: Пер. с англ. — М.: Вильямс, 2005. — 608 с.

[*] Руководитель: д.н. гос. упр., проф. Бражко Е. В.

МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Студентка гр. МК-119м Дудко Є.О.[*]
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кіяшка 16-б
yanejka@yandex.ru

Вступ

В економічній системі, де використовується ринковий механізм господарювання, підприємствам необхідно враховувати безліч різноманітних аспектів ринкової економіки та застосовувати ефективні методи управління для того, щоб функціонувати і розвиватися. У цих умовах маркетинг стає фундаментом для довгострокового і оперативного планування діяльності підприємства, організації роботи колективу, а управління маркетингом стає найважливішим елементом системи управління підприємством.

Розробка та вдосконалення маркетингової політики необхідна для того, щоб забезпечити ефективність заходів, що проводяться підприємством. А формування маркетингової політики як процесу залежить від організації маркетингу на підприємстві, його цілей і завдань.

1. Мета і завдання дослідження

На основі вивчення теоретичних аспектів розвитку маркетингу промислових підприємств обґрунтувати актуальність розробки ефективної маркетингової політики та необхідність її постійного вдосконалення.

2. Виклад основного матеріалу

Сутність маркетингу в тому, що він не тільки один з найважливіших напрямків вдосконалення управління виробництвом і збутом продукції, а й складний соціально-економічний процес, метою якого стає забезпечення найбільш повного задоволення потреб і попиту покупців. Керівництво підприємств-виготовлювачів повинно розглядати маркетинг як основу планування та управління , як можливість через організацію ринку зробити процес товароруху керованим.

Сьогодні обов'язковою вимогою стає перехід до формування виробничих програм і асортименту продукції на основі ретельного вивчення споживчого попиту. Це вимагає послідовного проведення активної виробничо-збутової політики, щоб сприяти задоволенню суспільних та індивідуальних потреб у відповідній продукції, підвищенню конкурентоспроможності виробів, прискоренню реалізації вироблених товарів та оборотності вкладених коштів[2, с. 35-48].

Якщо брати до уваги промислові підприємства, то сутність маркетингу полягає у створенні для клієнтів споживчої вартості товарів і послуг, які спрямовані на задоволення потреб організацій і досягнення їх цілей. Ця ідея і складає головну концепцію розробки ефективної маркетингової політики промислового підприємства. Як філософія ведення бізнесу вона включає три основні компоненти:

1) маркетингові дії повинні починатися і базуватися на початкових потребах клієнта-організації;

2) орієнтація на клієнта повинна проходити через всі функціональні підрозділи підприємства;

3) задоволення клієнта-організації повинно бути розглянуте як засіб щодо досягнення довгострокових цілей по підвищенню прибутковості підприємства-виробника товарів виробничо-технічного призначення [1, с. 26].

Розробка маркетингової стратегії на промислових підприємствах починається з вивчення промислового покупця (реального чи потенційного) і його специфічних потреб у галузі діяльності промислової компанії. Потреби промислових покупців виникають з виробничих процесів і опосередковані потребами кінцевих користувачів продуктів. Важливими характеристиками продукту для промислового покупця будуть: 1) якість – придатність для виробничого процесу та застосовуваної технології; 2) надійність поставки (чітко організована система збуту); 3) ціна та умови оплати. Крім цього, можливості компанії зі створення необхідної ринку продукції включають поєднання двох складових – ресурсів та структури управління компанією. Здатність структури управління ефективно використовувати наявні ресурси – важливий аспект можливості реалізації стратегії, для цього необхідно пов'язати ресурсні та

структурні можливості фірми з потребами основних клієнтів. Здійснення стратегії передбачає розвиток довгострокових взаємовідносин з промисловими покупцями. Відповідність між можливостями постачальника і потребами покупця досягається через взаємодію обох сторін.

У динамічних умовах ринкових відносин розробки ефективної маркетингової політики вже недостатньо. Для прибуткової діяльності промислове підприємство повинно знаходитися у стані постійного моніторингу з допомогою основних маркетингових інструментів. Маркетингова діяльність є ефективним інструментом вдосконалення виробництва продукції, так як сприяє найбільш повному задоволенню вимог ринку (споживачів), забезпечує послідовне регулювання та коригування відповідно до обставин, що змінюють всю діяльність. Говорячи про інструменти маркетингу, необхідно в першу чергу вести мову про комплекс маркетингу, так як застосування окремих маркетингових дій не дає позитивних результатів. Маркетингові інструменти, які традиційно використовуються для досягнення цілей підприємства, можна розділити на пасивні, що дозволяють зробити оцінку потенціалу ринку і виявити ринкові запити і вимоги, і активні, що сприяють зміцненню позицій підприємства на ринку, розширенню ринків збуту, стимулюючі споживчий попит. Основним пасивним інструментом маркетингу, який надає мінімальний вплив на ринок і споживачів, є маркетингове дослідження. Маркетингове дослідження націлене на забезпечення більш ефективного пристосування виробництва і його структури до запитів і вимог ринку [3, с. 200-222].

Отже, маркетингове дослідження дає розгорнуту і обґрунтовану платформу для розробки програми маркетингу по продукту, що забезпечує з одного боку, врахування вимог ринку до продукції, що випускається фірмою, а з іншого боку, що є основою для визначення цілей і стратегії функціонування і розвитку фірми, розробки асортиментної і збутової політики фірми. Результати маркетингових досліджень використовуються для коригування планів та поточної виробничо-збутової діяльності фірми. Той факт, що ринок схильний до постійних змін, означає, що він весь час дає імпульс для здійснення маркетингових досліджень, які визначають ступінь і необхідність вдосконалення текучої маркетингової політики підприємства. Спираючись на дані маркетингових досліджень, підприємство здійснює розробку стратегії і тактики з розширення сегментів ринку, завоювання нових ринків; оперативно і достовірно виявляє існуючий і потенційний попит покупця на товари та послуги за допомогою комплексного вивчення стану ринку і перспектив його розвитку.

Крім того, маркетингова діяльність забезпечує ефективну організацію науково-дослідної діяльності щодо створення нових зразків і моделей продукції, координацію планування виробництва і фінансування, створення і вдосконалення раціональної системи збуту і розподілу продукції, а також гнучку організацію виробництва відповідних товарів, що задовольняють більшість запитів споживачів [2, с. 69-75].

Після ретельних досліджень та аналізу отриманих даних промислове підприємство повинне виявити, в якому напрямку буде проводитися вдосконалення маркетингових дій. Основними шляхами вдосконалення маркетингової політики є: переоцінка та зміна організаційної структури підприємства; розробка нової стратегії та концепції функціонування; розробка або вдосконалення управлінських моделей маркетингової діяльності; розробка механізму формування цілей маркетингової політики; впровадження сучасних технологій тощо. Кожен вибір напряму вдосконалення маркетингової політики завжди буде обумовлений специфікою діяльності та умовами функціонування у макросередовищі.

Також важливим напрямом вдосконалення маркетингової політики є зміна її виду. Після проведення всіх заходів підприємство обирає, який з видів маркетингової політики використовувати у веденні своєї діяльності: 1) атакуючу – завоювувати та розширяти частки ринку; 2) оборонну – зберігати існуючі позиції; 3) політику відступу – а саме, вимушене зменшення витрат.

Висновки

На базі досліджень, можна зробити висновок про те, що маркетингова політика промислових підприємств має деякі специфічні особливості, які впливають на ефективність діяльності в цілому. Таким чином, постійний моніторинг ринкової ситуації, маркетингові дослідження та аналіз

повинні бути невід'ємною частиною повсякденної діяльності підприємства.

Результати досліджень дають змогу промисловим організаціям побачити наскільки необхідні зміни в той чи іншій сфері діяльності, визначити ефективніші напрями вдосконалення та впровадити ті, які в подальшому покращать фінансовий стан підприємства, дадуть змогу зміцнити конкурентні границі та зайняти лідируючі позиції у своїй галузі.

Список використаних джерел

5. Герчикова Н.И. Маркетинг: Организация. Технология. - М.: Шк. Межд. Бизнеса МГИМО, 2007 - 80 с.

6. Липчук В. В. Маркетинг: основи теорії та практики : навч. посібник / В. В. Липчук, А. П. Дудяк, С. Я. Бугіль. – Львів : Новий світ -2004, 2004. – 288 с.

7. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник / за ред. Л. В. Балабанової. - 3-тє вид., перероб. і доп. - К. : Знання, 2004. - 354 с.

* Руководитель: д.э.н. проф. Рыбинцев В.А.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

Студентка гр. МК-119м Назаренко І.М..*
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кіяшка 16-б
em-ka@list.ru

Вступ

У сучасних ринкових умовах однією з ключових підсистем підприємства є система маркетингу, яка дозволяє забезпечувати стійкий розвиток суб'єкта господарювання за умови постійних змін зовнішнього середовища. Для оцінки маркетингової діяльності підприємства використовується значна кількість різноманітних часткових показників, що ускладнює інтерпретацію та порівняння результатів. Крім того, часткові показники мають обмежену інформаційну цінність, оскілки принципове значення для функціонування має оцінка загальних тенденцій. У цьому зв'язку виникає потреба у розробці методичного підходу до інтегральної оцінки СМП з метою формування інформаційної бази для підтримки прийняття маркетингових управлінських рішень.

1. Мета і завдання дослідження

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методологічних підходів до оцінки СМП за її об'єктами (таксономічний показник) та у цілому (узагальнений скоригований показник).

2. Виклад основного матеріалу

Комплексність та складність СМП обумовлюють широкий спектр напрямків теоретично-прикладних досліджень, спрямованих на виявлення методів оцінки досягнутого рівня, як одного із факторів забезпечення ефективності маркетингової діяльності. Будь-яка оцінка ґрунтується на результатах дослідження методичних положень щодо бази оцінки, можливості її проведення та показників для розрахунків.

На основі існуючої звітності підприємств пропонується визначення стану СМП за п'ятьма об'єктами оцінки: продукт, ціна, збут, просування та організаційна структура маркетингу (ОСМ). Послідовність оцінки обґрунтована за результатами дослідження щодо розглянутих підходів [1, 2, 8].

На наш погляд, саме інтегральна оцінка на основі обраного методу діагностики дозволяє: проаналізувати розрахункові показники на основі співставлення, визначення відхилень тощо за різнорідної розмірності кількісної характеристики та властивих ознак, що вміщує максимальну економічну змістовність.

Можливості розробки інтегрального показника визначаються за двома взаємопов'язаними основними чинниками [8]: напрямом оцінки та існуючою інформаційною базою. Тому на початковому етапі оцінки було здійснено відбір показників, що характеризують систему маркетингу за визначеними об' єктами оцінки, які надають можливість на основі існуючих або уточнених формул, методу експертного оцінювання проведення необхідних розрахунків за рекомендованими показниками.

У процесі дослідження було виявлено, що процедура інтегральної оцінки передбачає використання значної кількості методів, зокрема: сум, коефіцієнтів, геометричної середньої, експертно-статистичних, таксономічних, факторного аналізу, евристичних методів зниження розмірності, побудови інтегральних показників якості складних систем, задач багатокритеріальної оптимізації та ін. [3, 4, 8]. Враховуючи переваги та недоліки кожного з методів, існуючу практику та досвід аналізу маркетингової діяльності підприємства, слід зазначити, що найбільш доцільним підходом до побудови комплексної оцінки системи маркетингу є: для розрахунку інтегральних показників за об'єктами оцінки - таксономічний метод; для розрахунку узагальненого показника - модифікація мультиплікативно-адитивної згортки на базі знаходження площі п'ятикутника, що утворюється інтегральними показниками за об'єктами оцінки системи маркетингу підприємства. Саме таксономічний метод, на нашу думку, є найбільш прийнятним для оцінки системи маркетингу підприємства за об'єктами її оцінки, оскільки дозволяє поєднувати

часткові аналітичні показники, які характеризують стан маркетингової діяльності підприємств різної розмірності у синтетичний показник за кількісною характеристикою. До переваг таксономічного методу належить тісний взаємозв'язок принципів оцінювання, а саме, адекватність та спрощеність. Він не потребує попереднього виділення підмножини ознак, які сильно корелюють між собою, та не забезпечують виділення декількох факторів, що не корелюють між собою [5, с. 161].

Формування рейтингів з використанням таксономічного методу надає можливість отримати комплексну узагальнюючу характеристику досягнутого рівня за об'єктами оцінки в

нормованому просторі, що дозволяє виявити найбільш суттєві характеристики із їх сукупності [7]. Розглянуте вище дозволяє рекомендувати послідовність розрахунків інтегральних показників за визначеними об'єктами оцінки СМП на основі таксономічного методу (рис. 1) та узагальненого показника оцінки системи маркетингу підприємства у цілому.

Рис. 1. Рекомендована послідовність розрахунку інтегральних показників для оцінки системи маркетингу

Для нашого випадку максимальна, або «еталонна» площа п'ятикутника буде отримана, якщо значення усіх інтегральних показників за об'єктами оцінки дорівнюватимуть одиниці. При розрахунку узагальненого показника оцінки СМП доцільно прийняти до уваги вплив факторів макро- та мікросередовища, що безпосередньо або опосередковано впливають на маркетингову діяльність підприємства. Необхідність цього очевидна, оскільки на маркетингову діяльність промислового підприємства впливає багато факторів, зміна яких може забезпечити суб'єкту запланований результат або буде причиною виникнення негативних наслідків. Врахування дії факторів макро- та мікросередовища особливо важлива у сучасній підприємницькій діяльності, яка здійснюється в умовах жорсткої конкуренції та боротьбі за ринки збуту й споживача і потребує постійного оновлення технологічного процесу виробництва продукції (робіт, послуг) на базі впровадження принципово нових та удосконалених видів продукції підприємства. І тому це необхідно враховувати при оцінці системи маркетингу підприємства, тобто узагальнений показник потребує коригування.

Висновки

Аналіз результатів оцінки дозволяє виявити тенденції змін за об'єктами оцінки та системи маркетингу у цілому і по кожному підприємству окремо і по їх групі. Саме виявлені тенденції щодо стану СМП стануть базою для прогнозування майбутніх змін, розвитку та удосконалення маркетингової діяльності промислових підприємств.

Список використаних джерел

Балабанова Л.В. Маркетинг відносин в системі управління підприємством : Монографія / Л.В. Балабанова, С.В. Чернишева / М-во освіти і науки України. Донец. нац. університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. - Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. - 280 с.

Калашник О.В. Використання графічних моделей для оцінювання конкурентоспроможності товару / О.В. Калашник, Н.В. Омельченко, В.М.

Товт // Товарознавство та інновації. - 2011. - Вип. 3. - С. 234-241.

Коюда В.О. Інноваційна діяльність підприємства та оцінка її ефективності: Монографія / В.О. Коюда. Л.А. Лисенко. - Х.: ФОП Павленко О.Г., ВД "ІНЖЕК". - 2010. - 224 с.

Мыльник В. В. Исследование систем управления : учебное пособие для вузов / В. В. Мыльник, Б. П. Титаренко, В. А. Волочиенко. - [2-е изд., перераб. и доп]. - М. : Академический Проект; Екатеринбург : Деловая книга, 2003. - 352 с.

Отенко И.П. Методичесие основи управления потенциалом предприятия: науч. изд. / И.П. Отенко. - Харьков: Изд. ХНЕУ, 2004. - 216 с.

Офіційний сайт Державної установи «Агенство з розвитку інфраструктури фондового ринку України». - Режим доступу http://www. smida. gov.ua.

Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в конометрическом моделировании / В. Плюта ; пер. с польск В. В. Иванова. - М. : Финансыі и статистика, 1989. - 176 с.

Рущишин Н.М. Інтегральна оцінка ефективності функціонування торговельних підприємств та методи розрахунку інтегральних показників / Н.М. Рущишин // Науковий вісник НЛТУ України. - 2007. - Вип. 17.5. - С. 176-180.

[*] Руководитель: д.н. гос. упр., проф. Бражко Е. В.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ЕНЕРГОПОСТАЧАННЯ

Студентка гр. МК-119м Педан К. Ф.*
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя вул. Кіяшко 16-б
kateryna.fedorivna@gmail.com

Вступ

В сучасних умовах насиченого ринку успішність маркетингових комунікацій є однією з головних гарантій процвітання бізнесу. Під маркетинговими комунікаціями розуміється сукупність маркетингових заходів, що сприяють просуванню товару чи послуги до кінцевого споживача.

Особливої важливості комунікації маркетингового характеру набувають сьогодні, коли політична, економічна та соціальна сфери зазнають щоденних змін. Якісні, грамотно підготовлені та реалізовані маркетингові комунікації – це необхідна умова для ефективного існування та процвітання компанії в сучасному конкурентному середовищі. Дослідженню проблеми розробки системи маркетингових комунікації підприємства приділяли увагу такі вчені, як А. Гітельман, Ф. Котлер,Є. Голубков, Т. Лук'янець, М. Мескон, Дж. Бернет, О. Панько, А. Нікітін, І. Синяєва, А. Романів,Т. Діброва, Ж. Ламбен та ін.

1. Мета і завдання дослідження

На основі вивчення теоретико-методичних основ системи маркетингових комунікацій обґрунтувати актуальність комплексу методів щодо її формування для підприємства енергопостачання та подальшого його розвитку.

2. Виклад основного матеріалу

Найважливішим завданням сучасних компаній в сфері енергетики є посилення уваги до організації взаємодії з адресатами (суб'єктами) ринку та, насамперед, - зі споживачами. Вирішення даної задачі полягає в рамках планування та впровадження однієї з основних маркетингових технологій для підприємства – системи комунікацій [1, с. 191].

В даний час в Україні планується реформування енергетичної галузі, головна мета якого – створити конкурентоспроможний ринок енергії, залучити в енергетику інвестиції, стабілізувати тарифи. Конкурувати гравцям ринку доведеться безпосередньо в роботі з споживачами як на ринку промислових покупців, так і з побутовими споживачами. Енергопостачальним компаніям потрібно буде набагато більше уваги приділяти обслуговуванню покупців, спрощенню процедур підключення, комфорту сервісних пунктів для відвідувачів, адже кожен споживач матиме пропозиції від десятків конкуруючих між собою постачальників електрики [3].

Наразі вся вироблена електроенергія в країні закуповується ДП «Енергоринок». Він є монопольним посередником між виробниками та місцевими обленерго, які, в свою чергу, транспортують її до кінцевого споживача. Передбачається, що у новій моделі ринку енергопостачання, яку в Україні планують впроваджувати вже з кінця 2014 року, між виробниками та постачальниками будуть підписуватися прямі договори про поставку електроенергії. При цьому, споживачі матимуть змогу вільно обирати будь-якого постачальника. Тому про встановлення ефективної взаємодії зі споживачами необхідно подбати вже зараз для того, щоб створити та закріпити позитивний імідж, що підвищить конкурентоспроможність підприємства.

Сучасна енергетична компанія виконує важливу суспільну місію – вона є основною складовою системи життєзабезпечення будь-якого регіону. У зв'язку з цим маркетинг в енергетиці служить інструментом забезпечення суспільних інтересів: він набуває рис соціально-відповідального або соціально-етичного. Концепція соціально-етичного маркетингу передбачає збалансованість: прибутку енергокомпанії; потреб споживачів; інтересів суспільства (регіону) в галузях раціонального енергоспоживання, захисту навколишнього середовища, безпеки джерел енергії; вирішення наявних соціальних проблем.

Насьогодні система маркетингових комунікацій позиціонується як сучасна технологія управління, котра забезпечує взаємодію зі всіма сегментами ринку та громадськістю, також спрямована на встановлення і підтримання певних

взаємин з адресатами комунікацій, які заплановані компанією в рамках досягнення її маркетингових цілей, до яких відноситься також формування сприятливого образу компанії в очах громадськості.

Структура системи маркетингових комунікацій традиційно поєднує сукупність наступних засобів, які здебільшого умовно поділяють на дві групи: 1) основні, до яких відносяться: реклама, прямий маркетинг, стимулювання збуту, «паблікрілейшнз» (зв'язки з громадськістю); 2) синтетичні –приймання участі у галузевих виставках та ярмарках, інтегровані комунікації в місцях продажу, спонсорство, брендинг [2].

На думку Синяєвої Л.Д., під час визначення необхідного комплексу засобів, котрі складають систему маркетингових комунікацій, кожна окрема компанія повинна орієнтуватися, на специфіку своєї галузі, а також враховувати особливості товару, який пропонується нею на ринку. На сьогоднішній день, зважаючи на те, що життєвий цикл такого специфічного товару як електроенергія знаходиться на етапі зрілості, також слід зазначити, що повноцінної заміни йому не існує. Електроенергія є постійно затребуваною та не має необхідності в рекламі. Основна мета маркетингових комунікацій енергокомпанії в умовах розвитку конкурентних відносин на енергетичному ринку полягає в постійному розвитку та поліпшенні відносин із різноманітними контактними аудиторіями з ціллю створення сприятливого образу енергокомпанії в регіонах – загальної репутації енергокомпанії щодо своєї діяльності в очах громадськості [2].

Враховуючи це, провідним засобом маркетингових комунікацій в енергетиці на сьогодні є зв'язки з громадськістю, а також реклама, яка в даному випадку направлена не на вироблений товар, а на енергозберігаючі технології. В майбутніх умовах роботи енергокомпанії на ринку також важливим засобом маркетингових комунікацій передбачається розвиток різних способів стимулювання продажів енергетичної продукції та додаткових послуг компанії.

Зв′язки з громадськістю дозволять забезпечити формування іміджу енергокомпанії як справедливого, чесного, компетентного, надійного постачальника та відповідального партнера.

Показником ефективності маркетингових комунікацій енергозбутового підприємства є зниження рівня дебіторської заборгованості споживачів. Вона також виступає в ролі зворотного зв′язку в процесі комунікації.

До основних завдань маркетингових комунікацій енергетики в сучасний період роботи енергетичних компаній повиннавідноситися реалізація таких видів діяльності: роз'яснення споживачам в процесі комунікації діючих та перспективних напрямків і заходів діяльності енергокомпанії; організація питань здійснення постачання енергії; розвиток та представлення на розсуд споживачів екологічних та соціальних програм енергокомпанії; спонукання споживачів енергії до активного енергозбереження. Отже, рішення представлених завдань полягає в розвитку основних змістовних напрямів, які необхідні у встановленні маркетингових комунікацій сучасної енергетичної компанії: інформаційного; екологічного; соціального таенергозберігаючого [1].

Інформування суб'єктів ринку щодо поточного та перспективного змісту своєї діяльності енергокомпаніяможе здійснювати за допомогою публікацій та репортажів в регіональних ЗМІ; інформаційної роботі за допомогою сайту компанії; відкритті структурних одиниць для організації роботи зі споживачами.

Головним завданням комунікаційної роботи для енергокомпанії є підвищення клієнтоорієнтованості шляхом формування ефективних партнерських відносин з клієнтами, заснованих на взаєморозумінні та довірі.

Султанова Г.В. стверджує, що екологічний, соціальний та енергозберігаючий напрямки маркетингових комунікацій полягають у представленні широкій громадськості відповідних програм, регулярної участі в розвитку подібних заходів, та їх фінансування.

Для підтвердження орієнтування на принцип соціальної відповідальності необхідним є збереження навколишнього середовища і дбайливе ставлення до нього в результаті діяльності енергетичної компанії. Соціальна направленість може проявлятися через спонсорство та благодійність [4].

Висновки

Розробка ефективної системи маркетингових комунікацій підприємств енергопостачання дасть змогу не лише відповідати сучасним вимогам діяльності енергокомпаній, а й встановити довірливі та стійкі партнерські стосунки зі споживачами. Це в свою чергу підвищить конкурентоспроможність та

збереження значної частки споживачів після проведення реформи ринку енергопостачання.

Основні напрямки побудови маркетингових комунікацій енергозбутових компаній повинні підтримувати принципи прозорості та інформаційної відкритості, максимальної пристосованості до умов життя сучасного клієнта, зручності та надійності компанії як постачальника енергії, покращення екологічного стану регіону, раціонального використання джерел енергії, участі в побудові, реконструкції та модернізації соціально значимих об′єктів.

Список використаних джерел

1. Гітельман Л.Д. Ефективна енергокомпанія: Економіка. Менеджмент. Реформування/ Л.Д. Гітельман, Б.Є. Ратніков. - М.: Олімп-Бізнес, 2002. - 544 с.
2. Синяєва І.М. Маркетингові комунікації: Підручник / І.М. Синяєва, С.В. Земляк, В.В. Синяев. - М.: Видавничо-торгова корпорація «Дашков і К», 2007. - 304 с.
3. Кузьміна Л.П. Маркетингові комунікації/ Л.П. Кузьміна - Казань: Казаньський державний енергетичний університет, 2006. - 76 с.
4. Султанова Г.В. Єдина інформаційна політика для вирішення спільних завдань/Г. В. Султанова / / Наша енергія. - 2005. - № 10, с. 18-21.

*Керівник: д.е.н., професор Рибінцев В.О

СУЧАСНІ СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ТА НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Студентка гр. МОА-119М Білик В.В.*
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко 16-б
v.bilyk@econom.zp.ua

Вступ

В сучасних умовах господарювання одним з найважливіших факторів економічного зростання та розвитку підприємства є наявність висококваліфікованого і професійного персоналу, здатного на високому рівні вирішувати поставлені перед ним питання і завдання.

Підготовка та підвищення кваліфікації кадрів є необхідним процесом на будь-якому підприємстві, адже цей процес здатен надати позитивний вплив на основні показники діяльності підприємства, а саме: збільшення обсягів виробництва, загальне економічне зростання, підвищення якості продукту, та, як наслідок, зростання конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Крім економічних показників, підвищення рівня знань кадрів сприяє формуванню позитивної атмосфери в колективі підприємства та є фактором мотивації працівників. Крім того, людський капітал, як і будь-який інший, вимагає інвестицій з боку керівництва.

Значний внесок у розвиток питання розвитку та навчання персоналу підприємства зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Л. Балабанова, С. Бєляєва, О. Сардак, С.А. Харчук, Дж. Стедвик, О. Грішнова, Л. Лисогор, Л. Пошелюжна, М.Мурашко, В. Савченко, І. Хентце та ін.

1. Мета і завдання дослідження

Метою дослідження є розкриття змісту процесу розвитку та навчання персоналу підприємства, визначення основних сучасних тенденцій процесу, а також виявлення проблем зазначеного явища у сучасних умовах господарювання

2. Виклад основного матеріалу

Останнім часом все більш популярною та гострою стає проблема розвитку персоналу. Актуальність цієї проблеми обумовлена насамперед швидким старінням теоретичних знань та практичних навичок в той час, як кількість інформації навколо перманентно збільшується.

З розширенням географії співпраці українських підприємств з закордонними партнерами вимоги щодо знань та професійних якостей кадрів зростають та мають відповідати рівню розвинених країн.

Розвиток персоналу - це складний процес, що вміщує широке коло педагогічних, економічних, соціальних та психологічних заходів, що мають певним чином поєднуватись у єдиній системі [1].

Аналізуючи цей процес більш детально, відокремимо наступні цілі розвитку персоналу:

– підвищення трудового потенціалу працівників для вирішення особистих завдань і завдань в галузі функціонування і розвитку організації підвищення ефективності праці;
– зниження плинності кадрів;
– підготовка необхідних керівних кадрів;
– виховання молодих здібних працівників;
– досягнення більшої незалежності ринку праці;
– адаптація до нових технологій;
– зростання соціальних якостей співробітників та їх задоволеності працею.

Невід'ємною частиною процесу розвитку є навчання персоналу. Професійне навчання персоналу – це систематичний процес формування у працівників підприємства теоретичних знань, умінь та практичних навичок, необхідних для виконання роботи [1].

Професійне навчання у сучасних ринкових умовах повинно носити системний, безупинний характер і проводитись протягом усієї трудової діяльності людей. Крім того, якісний процес навчання персоналу має поєднівати як теоетичні

Необхідно зазначити, що цілі навчання, які обираються керівництвом підприємства, як правило, відрізняються від цілей, які формує персонал.

Так, з позиції роботодавця цілями безупинного навчання є:

– оволодіння умінням визначати, розуміти і вирішувати проблеми;

– гнучке формування персоналу;
– впровадження нововведень [2].

З позиції персоналу цілі навчання полягають у наступному:

– підтримка на відповідному рівні і підвищення професійної кваліфікації; отримання професійних знань поза сферою професійної діяльності;
– отримання професійних знань про діяльність організації, що впливають на роботу підприємства.

Для досягнення більш високих результатів необхідно сформувати та прагнути до єдиних цілей. Сучасний стан розвитку персоналу характеризується низкою проблем, а саме:

– недостатній рівень кваліфікації внутрішніх тренерів;
– недостатня мотивація персоналу на розвиток;
– економія бюджету на навчання;
– відсутність кар'єрного росту персоналу [3].

Зазначені вище проблеми є спільними для всіх підприємств незалежно від сфери діяльності. Їх вирішення необхідне для загального підвищення рівня розвитку персоналу, для їх конкурентоспроможності на ринку праці, а також для підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Для збереження конкурентоспроможності підприємства необхідним є формування унікальної системи розвитку персоналу. Сучасна криза менеджменту полягає у тому, що всі підприємства прагнуть використовувати єдині, однакові стандарти діяльності, що робить їх типовими та такими, що втрачають індивідуальність, а разом і з нею свою конкурентоспроможність. Використання сучасних систем навчання та розвитку персоналу є одним з факторів, що можуть виділити підприємства серед тих, що функціонують на ринку.

Серед сучасних систем навчання та розвитку персоналу в зарубіжних організаціях найпоширенішими є коучинг та менторинг.

Сутність поняття "менторинг" полягає у наставництві. Використання цієї методики дає можливість людині, що навчається, у більшому обсязі використовувати свій внутрішній потенціал, ретельніше планувати свій час та при використанні цієї системи навчання відчуває більшу свободу дій. Особливість менторингу полягає у тому, що ментор – це людина, яка навчає, не повинна пригнічувати учня своїм авторитетом, а виявляти щире бажання навчити та поділитися своїми навичками та знаннями.

Серед переваг менторинга можна виділити наступні: 1) забезпечує довгострокову протекцію і розвиток особистості; 2) демонструє корпоративну прихильність; 3) забезпечує високу економічну віддачу.

Коучинг - це система реалізації спільного соціального, особистісного й творчого потенціалу учасників процесу розвитку з метою одержання максимально можливого ефективного результату. У процесі коучинга менеджер не інструктує співробітника, не дає йому вказівок. Він задає питання. Ці питання допомагають співробітнику краще усвідомити поставлене перед ним завдання, подивитися на ньогов новому ракурсі, знайти найбільш ефективний спосіб його вирішення, а також знайти всі необхідні ресурси для втілення цього рішення в життя. Процес коучинга займає значно менше часу, ніж докладний інструктаж, але при цьому він набагато більш ефективний. Крім того, сам процес коучинга підвищує авторитет керівника в очах його підлеглих [4].

Таким чином, про коучинг можна говорити як про ефективну взаємодію менеджера і співробітника в цілях вирішення поставлених перед ними завдань. При будь-яких змінах, як внутрішніх, так і зовнішніх, коучинг дозволить співробітникам максимально швидко адаптуватися до цих змін, знайти шляхи підвищення своєї ефективності в нових умовах, знайти в собі ресурси для відповідності новим умовам, досягти максимальної самореалізації. Коучинг не замінює навчання та тренінги, але він чудово з ними поєднується і дозволяє максимально використовувати їх ефект на практиці. Коучинг - це те, що дозволяє співробітникам постійно розвиватися відповідно до умов , що їх диктують сучасним бізнесом.

Висновки

У сучасних ринкових умовах діяльності підприємств найбільш важливим інструментом, що забезпечує стабільність і підвищення конкурентоспроможності організації, є професійний розвиток персоналу у відповідності з сучасними та перспективними вимогами зовнішнього і внутрішнього середовища. Готовність і здатність працівників підприємства навчатися є надійним фактором, що забезпечує ефективне функціонування підприємства на ринку праці, товарів і послуг.

Використання сучасних систем та побудова унікальної власної системи навчання та розвитку персоналу сприяє підвищенню рівня підготовки кожного з працівників організації, підвищує конкурентоспроможність підприємства на ринку праці.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом [Текст] : навч. посібник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. — Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. — 471 с.

2. Менеджмент персоналу: Навч. посіб. / В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін. — К.: КНЕУ, 398 с.

3. Гибнер Я. М. Коучинг как инструмент эффективного обучения и развития персонала [Текст] / Я. М. Гибнер // Молодой ученый. — 2011. — №8. Т.1. — С. 121-124.

4. Джой-Меттьюз Д. Развитие человеческих ресурсов / Д. Джой-Меттьюз, Д. Меггинсон, М. Сюрте; пер. с англ. – М.: Эксмо, 2006. – 432 с.

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ НА РАЗВИТИЕ БРЕНДА

студент гр. МОА-119М Моисеев Е.А.*
ЗИЭИТ, Украина г. Запорожье ул.Кияшко 16-б
seo.evgeniyzp@gmail.com

Вступление

Современные стандарты ведения бизнеса подразумевают постоянную конкурентную борьбу между участниками рынков, а также глобализацию. Эти факторы являются первоочередными для развития бизнеса и требуют основополагающих решений, которыми являются брендинг и инновации.

Инновации –это внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком; введённый в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях.

Бренд – (товарный знак, торговая марка, клеймо, т.е. марка товара) – термин в маркетинге, символизирующий новый инновационный продукт или услугу; популярная, легко узнаваемая и юридически защищённая символика какого-либо производителя или продукта.

Использование современных технологий как одного из видов инноваций непосредственно влияет на деятельность предприятия и его роль на рынке. Помимо этого инновации прямо влияют на узнаваемость предприятия, его продукции, деятельности, в целом на развитие бренда компании. Данный симбиоз современных технологий и брендинга приобретает особую актуальность в текущем периоде рыночных реформ и экономических преобразований.

Исследование проблем развития бренда компании с помощью инноваций, в том числе и технологий, рассматривалось следующими учеными:Исследование проблем развития бренда компании с помощью инноваций, в том числе и технологий, рассматривалось следующими учеными: Н.М. Цыцаровой, Д.В. Соколовым, Е.И. Юрканом, Р.А. Фатхутдиновым, Л.Л. Высоцким, В.П. Воробьевым, В.В. Платоновым, Е.М. Роговой, Н.Н. Тихомировым, П.Р. Лоуренсом, Д. Макфадденом, Дж. Хекманом и другими.

1. Цель и задания исследования.

Исследование влияния инноваций на развитие бренда предприятий и на конкурентоспособность бизнеса.

2. Изложение основного материала

Рассматривая данный вопрос, необходимо четко понимать, что деятельность любой компании напрямую зависит от занимаемой ею части рынка, наличия потребителей, развития компании и конкурентной среды. Именно поэтому вопрос влияния инноваций на развитие бренда необходимо изучить как со стороны потребителя, так и со стороны брендинга компаний.

Анализируя современные социально-экономические связи, возникающие в повседневной жизни каждого из живущих в цивилизованном мире, необходимо заметить, что современный человек является страстным потребителем и требует все более и более изощренных продуктов для удовлетворения собственных нужд. Существует мнение, что сегодня человеческое поведение нельзя объяснить в рамках традиционной неоклассической модели «homoeconomicus», поскольку у человека, помимо сугубо материальных потребностей, появляется все больше нематериальных потребностей, связанных с новыми возможностями, что приводит к формированию новой модели человека, являющегося сторонником социоэкономики (socio-economics)[3].

Из-за изобилия информации и продвинутого использования современных технологий, включая Интернет, потребитель получает возможность поиска наиболее удовлетворяющего его потребности продукта, но при этом он получает и изобилие информации, которая может и не нести нужных качеств, значимых для потребителя. Огромный объем информации затрудняет процесс поиска и выбора значимой информации. Именно поэтому современный потребитель стал ориентироваться не на отдельно взятые блага, а на группу благ, обладающих некоторыми общими свойствами (например, модели ПК, сорта кофе и

др.), для упрощения процесса выбора в условиях многообразия возможностей.

В таких случаях потребитель занимается поиском наиболее оптимального для него продукта, который включает в себя максимальное количество желаемых качеств за максимально возможную для потребителя сумму.

Рассматривая влияния инноваций на развитие бренда субъекта предпринимательства, необходимо отметить, что современные информационные технологии модифицируют восприятие хозяйственными субъектами своих экономических задач, а соответственно, меняют их стратегию деятельности и поведение.

Одним из видов инноваций, влияющих на развитие бренда компаний, является широкое использование Интернета. Так, на сегодняшний день, Интернет играет все более важную роль для современных развивающихся компаний. Компании применяют данный ресурс в виде ступеней, например: первоначально используют Сеть только в качестве дополнительного маркетингового канала, затем начинают использовать Интернет для связи хозяйствующих субъектов, затем происходит трансформация компании, когда большинство бизнес-процессов полностью автоматизируются.

Одним из признаков современного субъекта хозяйствования является его предрасположенность кстратегии дифференциации. Данная стратегия включает в себя комплекс мероприятий по эффективному использованию инновационного потенциала предприятия для обеспечения долгосрочного развития [1]. Тем самым компания непосредственно усиливает свою позицию на рынке, повышая собственную конкурентоспособность и улучшая узнаваемость компании или товара в виде косвенного влияния на свою узнаваемость и создание бренда.

Интернет-технологии как один из видов инноваций диктуют современному бизнесу путь дальнейшего развития. От бизнеса же зависит, будет ли он следовать этому пути либо же в большинстве своем предпочтет использовать устаревшие методы работы, либо же будет развивать новые пути развития, что удается единицам.

Примером использования инновационных технологий для развития бренда могут послужить такие современные информационные системы и механизмы, как социальные сети, используемые для создания позитивной корпоративной культуры компании и развития этой культуры для ознакомления потребителя; SEO (searchengineoptimization) – один из процессов по развитию продукта, идеи, компании в сети Интернет для ознакомления её с пользователями; использование контекстной рекламы, спонсорства и др. Это лишь толика всех возможностей современных информационных технологий, которые позволяют развивать узнаваемые бренды.

Примерами развития брендов с помощью информационных технологий можно назвать такие известные компании, как: Розетка.UA, Apple, Amazon, Facebook, IKEA, Microsoft, Nike и т.д.

Рассматривая пример развития такого украинского бренда розничной торговли, как Розетка.UA, стоит отметить, что данный бренд основан и развивается с помощью инноваций в сфере информационных технологий. Развитие данного бренда началось с 2004 года. Основой эволюции компании в бренд стало использование современных мировых стандартов обслуживая клиентов, работа исключительно с помощью сети Интернет, а именно развитие сегмента Интернет-продаж на территории Украины, максимальное использование и распространение информации о компании с помощью социального маркетингаи контекстной рекламы (уровень использования компанией контекстной рекламы на территории Украины составляет 70% от общего объема в данном сегменте), а также создание позитивного и положительного образа компании в виде её логотипа [4].

Такой всемирноизвестный бренд, как Amazon.com, благодаря использованию инноваций и пересмотру стратегии развития, находится на первом месте мирового рейтинга компаний в сфере ритейла. На данный момент интерес компании обратился к возможностям геосервисов в мобильных телефонах, для возможностиидентифицировать пользователей рядом с магазинами и предлагать им специальные акции и цены «прямо сейчас». С 1995 г. Amazon продолжал работать над потребительскими сервисами – отзывами и рекомендациями, системой доставки. С каждым годом ассортимент магазина расширяется [5].

Выводы

XXI век – это век высоких технологий, информационного развития, свободы и потребителя. Современные методики ведения бизнеса строятся на удовлетворении требований клиентов, желании быть на шаг впереди желаний клиентов, а также использования инноваций для усиление конкурентоспособности, включая развитие бренда.

Использование инноваций, включающих в себя как информационные технологии, так и технологии управления, технику непосредственно либо косвенно влияют на отношение потребителя к вашему продукту и компании, тем самым создают ваш собственный бренд. Использование данных технологий позволяет создавать бренды и взаимодействовать непосредственно с конечным потребителем.

Список использованных источников

5. Аньшина В.М., Дагаева А.А. Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития. – 2-е. изд., перераб., доп. – М.: Дело, 2006. – 584 с.
6. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием, или История будущего / Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. Под ред. В.Л. Иноземцева. – М., 1999. – С. 349-350.
7. Lawrence P.R.. Beyond Vertical Integration – The Rise of the Value Adding Partnership / Harvard Business Review. 1988. May-June. P. 94-194.
8. Статья «12 фактов об интернет-магазине Rozetka.ua», О.Карпенко [Электронный ресурс]: http://ain.ua/2013/07/31/134669
9. Статья «Как digital влияет на рейтинг мировых брендов? Из отчета 100 самых дорогих брендов по версии MillwardBrown», Н.Черникова [Электронный ресурс]: http://www.cossa.ru/articles/234/2539/

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗЕД НА ПІДПРИЄМСТВІ

Студент гр. МЗЕД-119М Яковенко М.В.*
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко 16-б
yakovenko92@mail.ru

Вступ

В сучасних умовах ринкової економіки роль ЗЕД підприємств як зовнішнього фактора економічного росту і соціально-економічному розвитку господарських суб'єктів постійно зростає. Процеси перебудови управління ЗЕД на ринковій основі, лібералізація ЗЕД в Україні, пожвавлення економічних відносин, вихід на зовнішні ринки багатьох українських підприємств, які прагнуть отримати прибуток більший, ніж усередині країни, зумовлюють актуальність теми. Тож на сьогоднішній день важливим завданням є пошук та обґрунтування можливих шляхів підвищення ефективності організації ЗЕД підприємства, оскільки розвиток ЗЕД – це суттєвий чинник підвищення ефективності господарської діяльності як на рівні окремих підприємницьких структур, так і в масштабах усієї країни.

Вагомий вклад у вирішення проблем організації ЗЕД на підприємствах зробили П. Ю. Бєлєнький, А. П. Лозенко, Б. М. Данилишин, Л. В. Дейнеко, Я. А. Жаліло, В. Д. Андріанов, М. В. Жук, А. П. Кірєєв, Л. Клайт, В. В. Коломієць, А.І. Кредісов, А.С. Лисецький, В. М. та інші.

1. Мета і завдання дослідження

Аналіз чинників, які сьогодні здійснюють основний вплив на ефективність організації ЗЕД будь-якого вітчизняного підприємства, а також пошук чинників, які найбільшою мірою сприяють підвищенню ефективності організації ЗЕД підприємства в умовах сучасного економічного розвитку.

2. Виклад основного матеріалу

Виходячи на світовий ринок, підприємству варто вирішити два основні питання щодо організаціїЗЕД:

– питання щодо визначення способу формування найбільш сприйнятливої та ефективної організаційної структури управління ЗЕД;

– питання щодо чіткого встановлення способу керування створеною структурою для досягнення поставленої мети.

В галузі міжнародного бізнесу існує перелік типів організаційних структур (міжнародні відділи в структурі організації, територіальні та глобальні продуктові відділення (підрозділи), функціональна та матрична організаційні структури) [3]. На етапі започаткування ЗЕД на підприємстві робиться вибір оптимального типу організаційної структури саме для даного підприємства за конкретних умов. Такий вибір здійснюється на базі аналізу чинників, які здійснюють вплив на ефективність організації ЗЕД підприємства. Їх поділяють на зовнішні та внутрішні.

Вибір найбільш сприйнятливої та ефективної організаційної структури управління ЗЕД підприємства залежить не лише від розглянутих чинників, а й від методів виходу на зовнішні ринки: безпосередній вихід через власну зовнішньо-торговельну фірму чи відділ зовнішньоекономічних зв'язків або вихід за допомогою посередників.

Здійснюючи ЗЕД, кожне підприємство має детально аналізувати всі чинники та виокремлювати ті з них, які будуть сприяти підвищенню ефективності організації ЗЕД.

Організація механізму ЗЕД підприємства значною мірою залежить від економічної та політичної ситуації не лише в країні, а й у світі. Удосконалення організації ЗЕД на підприємстві має проводитись з урахуванням відповідних законодавчих актів і змін, що до них вносяться внаслідок загального розвитку ЗЕД. Відповідно до змін в економічному та політичному житті мають корегуватися і стратегії підприємства, які повинні планувати ЗЕД строком на 3-5 років з урахуванням всіх видів діяльності підприємства.

Підвищення ефективності організації ЗЕД варто починати з удосконалення організації роботи самого відділу, який відповідає за здійснення ЗЕД на підприємства. Велике значення для ефективної організації зовнішньоторговельних операцій підприємства має правильне визначення менеджерів

та працівників відділу, адже від їх кваліфікації залежить ефективна організація ЗЕД. Менеджер повинен мати навички прийняття рішень у динамічних і часто невизначених ситуаціях при здійсненні ЗЕД; бути інформованим з питань розвитку галузі підприємства; вміло користуватися сучасною інформаційною технологією, засобами комунікації; знати сильні та слабкі сторони кожного працівника своєї команди; бути успішним HR-менеджером, відібрати і розвивати високоефективну команду; вміти чітко висловлювати свої думки і переконувати; бути чесним з працівниками та партнерами. Грамотні фахівці відділу повинні добре розумітися на своїй роботі, відстежувати та аналізувати динаміку галузі, потреби клієнтів, поточні економічні тенденції, дії конкуренцію.

Можливості на існуючих іноземних ринках та можливості їх розширення зручно визначати за допомогою SWOT-аналізу підприємства. Виявлені перспективи розширення ринку можуть виявити потенційних закордонних партнерів, які готові співпрацювати, гарні можливості розширення дистриб'юторської мережі та низькі ціни проникнення на нові для підприємства ринки збуту.

Дослідження іноземних ринків значно підвищують ефективність організації ЗЕД і є важливою частиною системи міжнародного маркетингу: без них зараз не обходиться жодна успішна компанія, яка працює на іноземних ринках. Таке дослідження передбачає зазвичай процес пошуку, збору, обробки й аналізу даних.

На основі дослідження, оцінки й вибору іноземних ринків збуту повинна розроблятися товарна, цінова, збутова та інші види політики підприємства, тобто заходи маркетингового комплексу, що входять в стратегічну маркетингову програму. Для успішної організації ЗЕД підприємство повинно розробити різні маркетингові стратегії: охоплення ринків і ринкових сегментів, конкурентні, виходу на нові ринки, виходу на ринки з новим товаром, цільові і т.д. Зміст цих стратегій залежить від загальної стратегії підприємства, зокрема і від стратегії ЗЕД.

Дуже важливо визначати країни, з якими найбільш вигідно співпрацювати. Тож при виборі з можливих варіантів виходу на іноземний ринок підприємство повинно брати до уваги такі фактори:

– політична й економічна стабільність;

– витрати виробництва;

– транспортна інфраструктура;

– державні пільги й стимули;

– наявність як кваліфікованої, так і відносно дешевої робочої сили;

– ємність ринку даної країни;

– наявність торгових обмежень;

–наявність необхідних постачальників сировини, матеріалів [1, с. 88] .

Крім економічних критеріїв, важливо враховувати й характер торгово-політичних відносин з даною країною. Перевага повинна надаватись тій, з якою налагоджені ділові відносини, підтверджені договірно-правовою основою.

Підприємство, яке ставить перед собою ціль удосконалення організації ЗЕД, має зосередитись на зборі інформації про партнерів по бізнесу та про конкурентів, зокрема на методах та особливостях ведення ними ЗЕД. Підприємство зможе гарантувати собі захист від провокацій і ворожого поглинання та забезпечити утримання і зміцнення своїх позицій на ринку. У забезпеченні досягнення цієї мети неабияку роль відіграє проведення конкурентної розвідки. Аналіз загальнодоступної інформації в пресі, мережі Internet та інших джерелах інформації дає ґрунт для досить точних висновків про стратегію підприємства, його плани, виробничі потужності, величини його оборотів і прибутку.

Важливим чинником підвищення ефективності організації ЗЕД є дослідження цін на продукцію. За сучасних умов підвищення ефективності організації ЗЕД тісно пов'язане також із забезпеченням відповідного рівня конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку, що, в свою чергу, забезпечує зростання фінансових показників підприємства..

До вагомих чинників удосконалення зовнішньоекономічних операцій належить також організація потрібних строків поставки. Важливість включення до контракту цих пунктів пояснюється тим, що в різних випадках затримка або попередня поставка може призвести до додаткових витрат.

Значну роль при підвищенні ефективності здійснення ЗЕД грає організація оптимального транспортного забезпечення, оскільки жодна експортно-імпортна операція не обходиться без використання транспортних засобів. Процесу переміщення товарів передує підготовка товару до перевезення, доставка до магістральних видів транспорту, навантажувальні роботи у пунктах

відправлення тощо. На ефективність організації транспортного забезпечення при здійсненні ЗЕД впливають багато чинників. Особливу увагу варто зосередити на тих, які можуть заважати ефективній організації транспортування [2].

Висновки

Отже, з-поміж чинників, що впливають на організацію ЗЕД підприємств, виокремимо ті положення, які слід враховувати для підвищення ефективності її організації.

Підприємство особливу увагу має звертати на актуальні для себе чинники, які здійснюють вплив на підвищення ефективності організації ЗЕД. Підприємство має вести постійний пошук шляхів скорочення витрат, підвищення прибутковості та збільшення позитивного економічного ефекту від ЗЕД та комплексно впроваджувати заходи, які сприятимуть підвищенню ефективності її організації.

Список використаних джерел

1. Дроздова Г. М.Менеджмент зовнішньо-економічної діяльності підприємств : навч. посіб. для студ. вузів / Г. М. Дроздова. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 247 с.

2. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств / За ред. Ю. Г. Козака, Н.С. Логвінової, І. Ю. Сіваченка. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 792 с.

3. Пучко І. В. Роль зовнішньоекономічної діяльності в підвищенні конкурентоспроможності підприємства / І. В. Пучко // Наукова конференція «Європейська наука XXI століття» – Тернопільський національний економічний університет, 2011.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОТКРЫТЫХ ЭКОНОМИК

студентка гр. ЭК-119м Белова И.С.[*]
ЗИЭИТ, Украина г. Запорожье ул. Кияшко 16-б
belova_is@econom.zp.ua

Введение

По статистическим данным [1] в 2012 году экспорт товаров и услуг из Украины составил 47% ВВП, а импорт более 52%. При этом во внешнеторговых отношениях наибольший удельный вес занимают страны СНГ (38% всего экспорта и 39% всего импорта) и страны ЕС (25 и 33% соответственно).

Это свидетельствует о тесном взаимодействии Украины с двумя крупными экономическими блоками и на пороге определения вектора внешнеэкономического развития делает актуальной проблему создания модели взаимодействия отдельной экономики с экономическими объединениями.

1. Цель и задачи исследования

Целью данной работы является исследование факторов внешней торговли, влияющих на динамику развития экономики Украины.

Для достижения цели были поставлены задачи:

- проанализировать состояние внешней торговли Украины и возможных условий его изменения;
- изучить опыт построения моделей экономической динамики;
- разработать системно-динамическую иерархическую модель взаимодействия относительно мелкой экономики с крупными экономическими союзами.

2. Изложение основного материала

2.1. Анализ внешней торговли Украины

Под открытой экономикой (open economy) будем понимать экономику, для которой характерно свободное движение через границу не только товаров и услуг, но и капитала, информации и технических ноу-хау, рабочей силы.

В первую очередь необходимо провести количественный анализ материальных потоков.

Для учета экспорта-импорта товаров применяется Украинская классификация товаров внешнеэкономической деятельности (УКТВЭД), которая построена на базе шестизначной Гармонизованной системы описания и кодирования товаров (ГС) и восьмизначной Комбинированной Номенклатуры Европейского Экономического Сообщества (КНЕЭС), и является детализированной номенклатурой ГС для стран ЕЭС 2007 года.

Согласно [1] за период с 2007 по 2012 год объемы, как экспорта, так и импорта в Украине выросли на 24073,9 и 25795,6 млн. долл. соответственно. Параллельно с этим мы имеем отрицательное сальдо торгового баланса, которое имеет тенденцию к увеличению.

При раздельном анализе торговли товарами и услугами заметен факт преобладания доли товаров во внешней торговли (83,5% в экспорте и 92,6% в импорте). В товарной структуре экспорта выделяются такие товарные группы как черные металлы, зерновые культуры и жиры и масла животного и растительного происхождения. В товарной структуре импорта - 27 товарная группа «Топлива минеральные; нефть и продукты ее перегонки» - (31% всего импорта товаров). Кроме того значительную часть импорта занимает продукция машиностроения. К ней относятся 84, 85 и 87 товарные группы, которые вместе составляют еще 22% всей импортируемой Украиной продукции.

Структура экспорта в страны ЕС незначительно отличается от приведенного выше, а вот в структуре импорта 27 товарная группа отодвигается на 4 место, составляя лишь 8% импорта из стран ЕС. [2]

В структуре экспорта услуг преобладают транспортные (62,8%), в структуре импорта также транспортные, однако, их процент значительно меньше – 25,2%. Это объясняется наличием в Украине нефте- и газопроводов.

В структуре импорта также значительный объем занимают различные деловые (16,1%) и

финансовые услуги (14,1%). Основным партнером по финансовым услугам является Кипр.

В структуре экспорта кроме деловых (14,4%), также большой удельный вес имеют компьютерные услуги – 5,9%. К ним относятся консультационные услуги по вопросам информатизации, с созданием программного обеспечения, услуги по обработке данных, созданию баз данных.

Важно отметить, что по торговле услугами Украина за исследуемый период имеет положительное сальдо торгового баланса.

2.2. Моделирование мировой динамики

Основу моделирования экономической динамики с использованием системно-динамического подхода заложили Дж. Форрестер и Д. Медоуз. Они описывали мир как единое целое и смогли показать тенденции мирового развития. Однако их модели не позволяют проследить детали этих процессов.

Модель, предложенная Месаровичем и Пестелем, делила мир на 10 регионов, что дало толчок для развития нового направления в моделировании мира – как совокупности отдельных стран. [3]

Еще одной тенденцией стало усложнение моделей путем детализации процессов, чтоб повысить адекватность моделирования, однако, это сделало их только более громоздкими и послужило для ученых уроком – лучше качественно моделировать отдельный аспект, чем пытаться охватить все и сразу. Тем не менее, попытки создать глобальную модель продолжаются.

За последние 30 лет был создан целый ряд моделей такими учеными как А.А. Акаев, Н.Е. Барбашова, Д.М. Гвишиани, В.А. Егоров, В.И. Кузнецов, В.М. Матросов, Н.Н. Моисеев и др. Они включали в свои модели новые переменные, отражающие не только экономическое развитие, но и социальные, политические, экологические тенденции.

В [3] предлагается строить иерархическую модель, состоящую из трех уровней:

1. Глобального – тенденции мирового развития;
2. Регионального – включающего два условных региона – «Центр» и «Периферия»;
3. Модели отдельных стран, предназначенные для анализа и прогноза их развития в условиях имеющихся ограничений и сценариев, сформированных на первом и втором уровнях моделирования.

Одной из последних комплексных моделей экономики как динамической системы является модель японского профессора Каору Ямагучи. [4] В ней комплексно рассмотрена отдельная экономика, включающая пять секторов: домохозяйства, производители, государство, банки и отдельно центральный банк. Он также рассматривает возможность открытия данной экономики, через создание «зеркальной» ей иностранной экономики и введение уравнений, описывающих потоки экспорта, импорта и прямых и финансовых инвестиций.

2.3. Модель

Для построения модели было принято решение объединить системно-динамический и агентный подходы к моделированию. Каждая экономика является отдельным агентом, описывающимся определенным «ядром модели экономики», например, как в формуле (1). А взаимодействие между агентами представлено через формирование и распределение совокупного экспорта (рисунок 1).

— (1)

—

где: – ВВП, A – технический прогресс, K – основные фонды, L – трудовые ресурсы, TB – торговый баланс, C – потребление, ro – склонность к накоплению, lamda – темп роста трудовых ресурсов, mu – норма амортизации основных фондов, Ex – объем экспорта, Im – объем импорта.

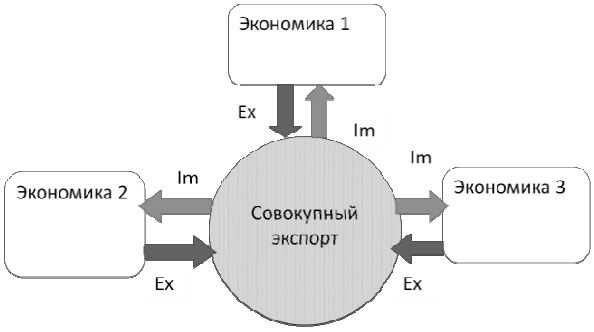

Рисунок 1 – взаимодействие экономик-агентов

Специализированная среда имитационного моделирования AnyLogic позволяет разработать такую модель. Нами было выделено два уровня иерархии – мир и отдельная экономика (экономический союз).

Для имитации было выбрано три экономических агента: Украина, Россия и ЕС. Начальные параметры модели рассчитаны на основании данных Мирового банка. [5]

После установления начальных параметров и запуска модели в экономике ЕС наблюдается рост, в России и Украине – спад.

Если страны увеличивают взаимный товарооборот, а Украина немного повышает склонность к накоплению, снижает норму амортизации и увеличивает капиталоемкость производства, то в экономике Украины будет наблюдаться резкий рост, а затем вновь спад, но уже более медленный (рисунок 2).

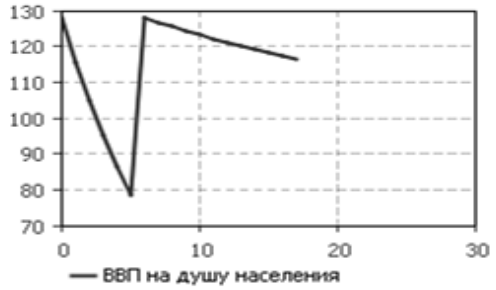

Рисунок 2 – Реакция экономики Украины на незначительные реформы

Увеличив еще товарооборот и склонность населения к накоплению, мы видим, что Украина может выйти на ситуацию стабильности (рисунок 3) в экономике даже при отрицательном торговом балансе (рисунок 4).

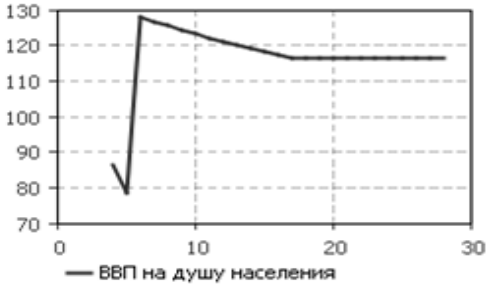

Рисунок 3 – Изменение динамики ВВП от «реформ»

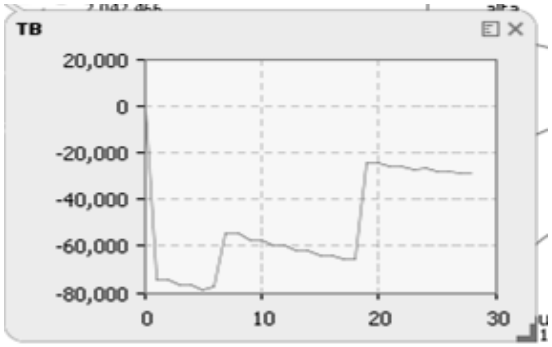

Рисунок 4 – Изменение динамики торгового баланса от «реформ»

Таким образом, несмотря на важность выбора внешнеторговой политики, основным фактором, определяющим траекторию развития страны, является внутренняя структура экономики.

Кроме того, эксперимент показал, что крупномасштабные экономики на «реформы» - изменения параметров «ядра модели экономики» реагируют медленней и являются более устойчивыми в своем развитии.

Выводы

Анализ показал высокую степень открытости экономики Украины, что при положительной динамике развития более сильных стран-партнеров должно привести к росту и украинской экономики.

Для моделирования открытых экономических систем целесообразно использовать синтез агентного и системно-динамического подходов.

Имитационный эксперимент показал, что даже при значительном влиянии внешней торговли на экономику любой страны, наиболее значимыми являются внутренние структурные параметры экономики.

Предложенный подход к построению модели может быть применен для анализа процессов взаимодействия экономик, при этом возможно рассматривать экономики различной структуры, модифицируя «ядро модели экономики».

На данном этапе продолжается работа по модификации «ядра модели экономики» и установлению необходимых целевых значений параметров для украинской экономики, что позволит спрогнозировать дальнейшее развитие и обосновать стратегический выбор вектора развития страны.

Список использованных источников

1. Статистический сборник «Внешняя торговля Украины»: Государственная служба статистики Украины, Киев, 2013.
2. Статистический сборник «Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2012 році»: Государственная служба статистики Украины, Киев, 2013.
3. В.А.Садовничий, А.А.Акаев, А.В.Коротаев, С.Ю.Малков. Моделирование и прогнозирование мировой динамики / Научный совет по Программе фунд. исслед. Президиума Российской академии наук «Экономика и социология знания». – М.: ИСПИ РАН, 2012. – (Экономика и социология знания). – 359 с.
4. Kaoru Yamaguchi. Money and Macroeconomic Dynamics - Accounting System Dynamics Approach, 474 pages, Japan Futures Research Center, Awaji Island, Japan, 2013.
5. База данных Мирового банка [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://databank.worldbank.org/data/views/variableselection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ИДЕНТИФИКАЦИИ ИЗОБРАЖЕНИЙ ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ

студент гр. КСИС-119м Гриценко А.В.*
ЗИЭИТ, Украина г. Запорожье ул. Кияшко 16-б
gricenko_av@econom.zp.ua

Введение

Высокопроизводительные мобильные устройства превратились в мощную вычислительную платформу, оснащенную цветными дисплеями высокого качества, цифровыми камерами высокого разрешения, а также real-time3Dграфикой, ускоряемой на аппаратном уровне. Они могут обмениваться информации при помощи различных широкополосных соединений и получать информацию о местоположении при помощи GPS. Все это дало возможность разрабатывать новый класс приложений дополненной реальности, которые используют телефонную камеру для распознавания объектов, находящихся в непосредственной близости к пользователю. Определение цели при помощи камеры дает возможность естественного определения интереса пользователя при исследовании информации, доступной для данной локации. Как только система определит искомый объект она может дополнить изображение графикой и ссылками, которые позволят получить более детальную информацию или различного рода сервисы. В данной статье рассматриваются способы достижения такого рода функционала.

1. Цель и задачи исследования

Целью данной работы является исследование способов оптимизации процесса детектирования объектов из видеопотока.

Для достижения цели были поставлены задачи:

- проанализировать технологии, используемые для детектирования объектов из видеопотока;
- проанализировать способы уменьшения объема данных и оптимизации процесса;
- разработать систему, позволяющую детектировать объекты из видеопотока максимально близко к реальному времени.

2. Изложение основного материала

2.1. Анализ системы

Для реализации описанного выше функционала необходимо разделить системы на две части – серверную и клиентскую. Задача сервера будет заключаться в формировании набора данных, основываясь на данных о местоположении устройства, а также на имеющейся базе данных объекта. В свою очередь, клиент будет отсылать GPSданные серверу, после чего начинать поиск объектов основываясь на полученного ответа и данных из видеопотока. После детектирования объекта в видеопотоке клиентское приложение будет запрашивать информацию у сервера о распознанном объекте.

Основываясь на множестве опубликованных исследований для детектирования объектов из видеопотока применяется алгоритм SURF[1]. Данный алгоритм выбран из-за того, что он является инвариантным к изменениям угла обзора, масштабирования и освещения.

Решение проводить детектирование объекта именно на мобильном устройстве можно обусловить следующим:

- уменьшение задержек системы
- распределение вычислений
- реализация системы реального времени

Использование данных о местоположении является критическим для производительности. Применение GPSданных позволяет лимитировать количество хранимой на устройстве информации, а также данных, используемых при расчетах. Данные о местоположении используются следующим образом. Получив информацию о местоположении сервер начинает формировать пакеты данных, содержащие дескрипторы для всех объектов, находящихся на небольшом расстоянии от устройства. Одновременно с этим сервер уже заготавливает данные об объектах, находящихся вокруг выделенной области, для того, чтобы в случае надобности уменьшить время, используемое для формирования пакетов данных.

Таким образом, клиентское устройство производит поиск только среди тех объектов,

которые находятся в непосредственной близости от него.

2.2. Методы оптимизации

Несмотря на значительное уменьшение объема данных при использовании информации о местоположении, объем данных все еще является довольно внушительным. Это связано с тем, что хоть алгоритмы детектирования и являются очень мощными, все же они не совершенны. Очень тяжело определить ключевые точки на изображении. Так же наличие различного рода помех (машины, деревья, прохожие и прочее) очень затрудняет этот процесс. Для выделения ключевой информации и для построения оптимальной системы были применены шаги, описанные ниже.

Алгоритм подразумевает наличие базы данных подписанных изображений. Целью является получить название тестового изображения при помощи сравнения его с изображениями в БД. Алгоритм начинается извлечением SURFдескрипторов и занесением их в kd-дерево, что позволит применить ANN (fastapproximatenearestneighbor) запросы в многомерном пространстве[2]. Далее, алгоритм извлекает дескрипторы из тестового изображения и сравнивает его с дескрипторами в ANNиспользуя специальный алгоритм (multipleratiotest). После этого изображения из БД ранжируются на основе количества ключевых точек, которые соответствуют тестовому изображению. Для самых лучших совпадений далее мы ликвидируем совпавшие точки, которые не прошли проверку на геометрическое соответствие и заново ранжируем изображения по тому же признаку.

Применение теста на геометрическое соответствие обуславливается использованием multipleratiotest, который в процессе своей работы неправильно группирует точки на пары. Стандартный подход к исключению такого рода неточностей заключается в проведении теста на соответствие, который проверяет можно ли преобразовать одни точки в другие при помощи простых геометрических преобразований[3]. Наиболее часто применимы 3 модели преобразований – аффинная, гомографическая и эпиполярная. Эпиполярная показывает наилучшие результаты, однако она наиболее требовательная к «чистоте» изображения (наличие шумов и т.п.)[3]. Наиболее приемлемой является аффинная модель преобразований, т.к. она показывает такие же результаты, как и гомографическая[4], однако является менее требовательной к вычислительным ресурсам.

Применение такого алгоритма является довольно продуктивным, но все же его производительность очень сильно зависит от объема данных, получаемых устройством. Для уменьшения размера дескрипторов и количества ключевых точек, посылаемых устройству можно предпринять шаги, описанные далее.

При локализации зоны поиска часто случаются ситуации, когда одна и та же ключевая точка появляется на разных изображениях. Следовательно, дескрипторы этих точек будут одинаковы. Алгоритм кластеризации пытается идентифицировать группы ключевых точек, которые относятся к одному и тому же объекту, изображенному на различных изображениях. Как только мы получили такие точки мы можем кластеризовать их на мета-точки. Пример мета-точки показан на рисунке 1.

Рисунок 1. Пример мета-точки

Использование такого подхода к организации данных значительно ускорит процесс идентификации изображений, так как значительно уменьшиться количество данных, необходимых для распознавания, а также обмена между клиентом и сервером.

2.3. Структура системы

Выше были представлены основные алгоритмы, применяемые в данной работе. Рассмотрим структуру самого проекта, который объединяет все рассмотренные подходы в один единый комплекс.

Рисунок 2 демонстрирует блок-схему приложения. Система разделена на две главные группы – сервер и клиент. Эти группы взаимодействуют посредством интернет

соединения. Сервер группирует изображения на основе местоположения. Затем, ключевые точки извлекаются из каждого изображения в выборке. Полученные точки сравниваются друг с другом, после чего происходит сравнение на геометрическое соответствие, который исключает некорректные соответствия. После этого сервер группирует полученные точки в мета-точки и отсекает лишние данные с целью сокращения количества данных, которые необходимы передавать клиенту. Эти данные подготавливаются к отправке и сохраняются в БД.

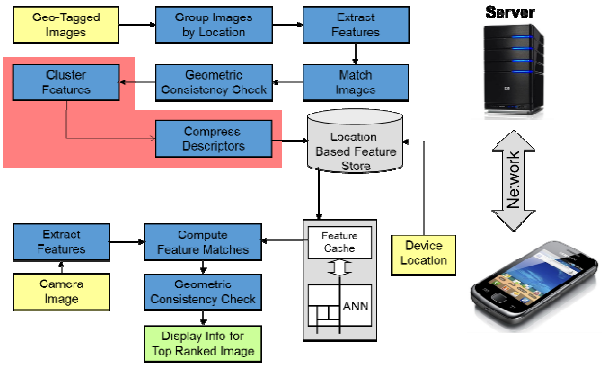

Рисунок 2. Блок-схема системы.

После активации, телефон постоянно шлет информацию серверу о своем местоположении. Как только телефон перемещается в другую зону он получает новый набор данных, который еще не был закеширован. Вновь поступившие данные добавляются в kd-дерево для ANN вычислений. Клиентское приложение сравнивает данные, полученные из видеопотока с данными, полученными от сервера. Далее, производится тест на геометрическое соответствие. Информация о наилучшем совпадении выводится на экран.

Выводы

Простое наведение камеры на объекты вокруг пользователя и получая информацию о них дает возможность получения довольно простого и интуитивно понятного способа доступа к различным сервисам, доступным в данной локации. Такого рода системы являются мостом между цифровым и физическим миром.

В данной статье были рассмотрены основные аспекты обработки изображений, а также организации процесса на сервере и клиентском приложении. Алгоритм SURFявляется хорошим выбором для такого рода систем, который довольно просто реализуется на современных мобильных устройствах. Описанная организация БД позволяет работать с большим объемом данных не увеличивая при этом нагрузку на устройство. SURFи другие подобные алгоритмы позволяют получить довольно большое количество данных, большинство из которых абсолютно бесполезны. Приведенные в данной статье алгоритмы, позволяют значительно сократить количество используемой информации благодаря кластеризации и отсечению ненужных дескрипторов.

Проведенное исследование позволит создать систему, которая может распознавать объекты из видеопотока в режиме, максимальном приближенном к реальному времени.

Списокиспользованныхисточников

1. H. Bay, T. Tuytelaars, and L. V. Gool, “SURF: Speeded Up Robust Features,” in ECCV (1), 2006, pp. 404–417.

2. S. Arya, D. M. Mount, N. S. Netanyahu, R. Silverman, and A. Y. Wu, “An Optimal Algorithm for Approximate Nearest Neighbor Searching Fixed Dimensions,” Journal of the ACM, vol. 45, no. 6, pp. 891–923, 1998.

3. D. Lowe, “Distinctive Image Features from Scale-Invariant Keypoints,” International Journal of Computer Vision, vol. 60, no. 2, pp. 91–110, 2004.

4. G. Takacs, V. Chandrasekhar, B. Girod, and R. Grzeszczuk, “Feature Tracking for Mobile Augmented Reality Using Video Coder Motion Vectors,” in ISMAR ’07: Proceedings of the Sixth IEEE and ACM International Symposium on Mixed and Augmented Reality (ISMAR’07), 2007.

СПОЛЬЗОВАНИЕ АЛГОРИТМА РАСКРАСКИ ГРАФА НЕСОВМЕСТИМОСТИ В ОПТИМИЗИРУЮЩИХ КОМПИЛЯТОРАХ

студент гр. КСиС 19М Крючков М.О.
ЗИЭИТ, Украина г. Запорожье ул. Кияшко 16-б
johnrotten@mail.ru

Введение

Количество одновременно живущих переменных на этапе компиляции среднестатистической программы может существенно превышать число физических регистров микропроцессора. Число регистров общего назначения для наиболее известных архитектур:

- IA 32x86 – 8
- Intel-64 – 16
- IA 64 (Itanium) – 128
- Atmel AVR – 32
- ARM 64-bit – 31
- MIPS – 31

Доступ к регистрам процессора происходит за гораздо меньшее время, чем к ОЗУ или даже кэш-памяти. К примеру, время доступа к РОН составляет 1 процессорный такт; к кэш памяти L1 и L2 – от 1 до 5 тактов; к ОЗУ – 20-50 тактов.

Учитывая невозможность управления кэшем программными средствами, наиболее оптимальным с точки зрения повышения быстродействия является максимально возможное использование регистровой памяти. Однако при этом приходится неизбежно сталкиваться с ситуациями, когда количество переменных программы значительно превышает количество программно-доступных регистров.

1. Цель и задание исследования

Рассмотрение концепции распределения регистров процессора, использующейся в оптимизирующих компиляторах. Построение алгоритма распределения регистров на базе метода раскраски графа несовместимости.

2. Основной материал

Проблема отображения большого количества переменных программы на относительно небольшое число регистров называется распределением регистров процессора. Частично эта проблема решается производителями процессоров аппаратно, например, введением блока RAT и, соответственно формированием набора регистров замещения (RRF). Однако, это сильно повышает стоимость микропроцессора, поэтому иногда намного выгоднее создать оптимизирующий компилятор, не усложняя аппаратную часть.

В этом случае задачу распределения регистров можно свести к математической задаче раскраски графа. Одной из первых работ, где раскраска графа использовалась для распределения ограниченного числа ресурсов, была работа А. П. Ершова. Позже этот подход был реализован и описан в статье Г. Хайтина [2].

Постановка задачи: пусть для выполнения каких-либо n операций надо распределить m имеющихся в наличии ресурсов. Известно, что каждая из операций выполняется за некоторый вполне определенный и одинаковый квант времени и что для выполнения i-й операции требуется подмножество ресурсов Si (i-й регистр).

Построим граф G: каждой операции соответствует определенная вершина графа, а ребро (xi, xj) существует, если для выполнения i-й и j-й операций требуется как минимум один общий регистр, т. е. когда $Si \cap Sj \neq \emptyset$. Это означает, что i-я и j-я операции не могут выполняться одновременно.

Раскраска графа несовместимости G будет определять такое распределение, при котором операции, соответствующие вершинам одного и того же цвета, выполняются одновременно [1]. Наилучшее использование регистров (т. е. выполнение всех n операций за наименьшее время) будет достигнуто при оптимальной раскраске вершин графа G.

Программный код до распределения регистров представлен на рисунке 2. В данном фрагменте кода были использованы переменные $s1$, $s2$, $s3$, $s4$, $s5$, $s6$. Допустим, что для дальнейшего распределения доступны следующие регистры: $r1$,

r2, ***r3***, ***r4***, ***r5***. Граф несовместимости кода изображен на рисунке 1.

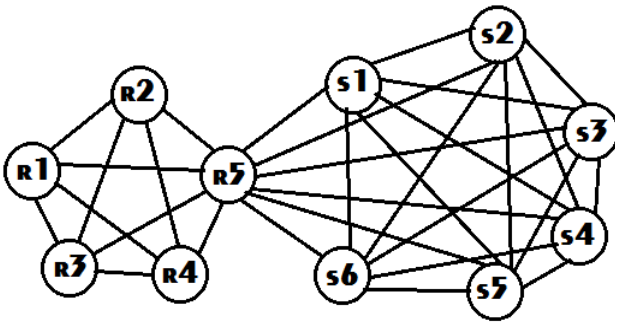

Рисунок 1. Граф несовместимости.

Получив граф несовместимости необходимо произвести поиск хроматического числа графа, т.е. раскрасить граф. Для этого будем использовать рекурсивный алгоритм, состоящий из следующих шагов:

1) Вызывается рекурсивная функция. На вход подается граф и индекс начальной вершины (т.е. вершины, с которой начинается раскраска).
2) Если эта вершина уже раскрашена, то происходит выход из функции.
3) Находятся цвета смежных вершин и записываются в множество (***QSet***).
4) Находится минимальный цвет для раскраски текущей вершины, который не входит во множество цветов соседних вершин.
5) Раскрашивается вершина.
6) Рекурсивно вызывается функция для каждой смежной (и нераскрашенной) вершины.

На псевдокоде алгоритм может выглядеть следующим образом:

```
function color(Graph g, integer k)

{

   if (g.Area(k).Color() <> 0) return;

   for(I = 0; I < g.Size(); i++)

      if (g.Area(k).Bit(i) = 1 AND
g.Area(i).Color() != 0)

            set.add(g.Area(i).Color());

   for(i = 1; ; i++)

      if (NOT (set.contains(i)))
```

Кодирование с использованием шести переменных:

```
int s1 = 2;
int s2 = 3;
int s3 = c;
int s4 = s1;
int s5 = s3 + 1;
int s6;
if (s1 < s3)
{
    do
    {
        s2 = s2 + 1;
        s3 = 2 * s3;

    }
    while (s2 < 10);
}
else
{
    s3 = s3 + 1;
    s6 = s1 + s2;
    s5 = s4 + s5;
}
printf("%i; %i; %i; %i;\n", s2, s3, s4, s5);
```

Рисунок 2. Код до распределения регистров.

```
r4 = 2;
r3 = 3;
r2 = c;
r5 = r2 + 1;

if (r4 < r2)
{
    do
    {
        r3 = r3 + 1;
        r2 = 2 * r2;
    }
    while (r3 < 10);
}
else
{
    r2 = r2 + 1;
    r1 = r4 + r3;
    r5 = r4 + r5;
}

printf("%i; %i; %i; %i;\n", r3, r2, r4, r5);
```

Рисунок 3. Код после распределения регистров.

Кодирование с использованием распределения, при котором задействуется пять регистров, показано на рисунке 3.

Выводы

С целью оптимального использования ограниченного количества регистров возможна

интерпретация данной задачи в виде графа с последующим нахождением его хроматического числа. Иными словами, находится раскраска графа с наименьшим количеством различных цветов.

Алгоритмы раскраски графов нуждаются в модификации. Так, полный перебор не выгодно применять для графа с большим количеством вершин, а результат работы приближенного алгоритма может быть не оптимальным. Рекурсивный алгоритм дает неплохое приближение хроматического числа, но может потреблять большое количество оперативной памяти.

Список использованных источников

1. Poletto M., D. R. Engler and M. F. Kaashoek, tcc: a System for Fast, Flexible and High-level Dynamic Code Generation. – SIGPLAN Notices, 32(5):109–121, 1997.
2. Chaitin G.J., Register allocation via coloring. – Computer Languages, 6:47-57, 1981.
3. Briggs P., Register Allocation via Graph Coloring. – Phd thesis, Rice University, 1992.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЙ МИГРАЦИИ

студент гр. ЭК-119М Охримюк А.Р.[*]
ЗИЭИТ, Украина г. Запорожье ул.Кияшко 16-б
ohrimyuk_ar@meta.ua

Введение

С усилением процессов глобализации возрастает роль международной миграции. Появляются новые тенденции развития, направления миграционных потоков. Происходит перераспределение человеческого капитала между странами.

Увеличение масштабов интеллектуальной миграции и ее превращение в «утечку умов» становится серьезной проблемой для многих стран, теряющих свой интеллектуальный потенциал.

Исследованиям проблем международной миграции уделяли внимание такие ученые, как: М. А, Бондарь, Л. Л. Рыбаковский, В. И. Переведенцев, С. В. Рязанцев, А. Ю. Гапонова, И. Г. Ушкалов, И. А. Малаха, В. И. Клоков, Н. С. Агамова, Е. С. Красинец и другие.

1. Цель и задачи исследования

Проанализировавмежгосударственные миграционныепотоки выявить основные тенденции межгосударственной миграции, уделив особое внимание процессам интеллектуальной миграции.

2. Изложение основного материала

Миграция –это процесс территориального перемещения населения. Включает в себя процессы эмиграции (выезд за пределы страны) и иммиграцию (въезд в страну с целью поселения). Разница между иммиграцией и эмиграцией – чистая миграция, показывает потери или выгоду страны от миграционных процессов.

Во второй половине XX в. было сформировано явление международной интеллектуальной миграции - перемещении индивидов с целью поиска нового места приложения своего интеллектуального труда с учетом имеющейся профессионально-квалификационной подготовки и уровня образования. Этот процесс был связан с результатами фундаментальных исследований в области психологии, показавшим, что в любой национальной популяции количество людей, способных к формированию новых прорывных идей, весьма ограничено и не превышает 3-5% населения в целом. В связи с этим в США (а позднее и в ряде других стран) было начато использование политики «активного приглашения» в страну одаренной молодежи и интеллектуальной элиты. Появился специальный термин «охотники за головами» (headhunters), применимый к специалистам по привлечению высококвалифицированных специалистов в страну или на отдельное предприятие.

Международная интеллектуальная миграция может проявляться в таких формах: миграция руководителей ТНК, студенческая миграция, миграция специалистов умственного труда[1].

В числе основных положительных последствий международной интеллектуальной миграции можно выделить следующие: ликвидация дефицита высококвалифицированных специалистов в стране-реципиенте, расширение возможностей трудоустройства высококвалифицированной рабочей силы, приток валютных средств в результате денежных переводов эмигрантов на родину[2]. Также следствием интеллектуальной миграции является формирование мировых научных центров, обладающих качественным оборудованием, высоким уровнем финансирования и квалифицированными специалистами, что положительно влияет на развитие мировой науки (так как не всегда на родине ученые имеют необходимые условия для работы и реализации своего потенциала).

Однако интеллектуальная миграция в общем виде предполагает двусторонний поток квалифицированных мигрантов: эмигрантов и иммигрантов. Если же процесс принимает односторонний характер – возникает «утечка умов» от страны-донора к стране-реципиенту. В результате страна-донор теряет не только средства, затраченные на образование мигранта, но и интеллектуальный потенциал, а также генофонд страны.

Перейдем к количественной оценке международной миграции. На сегодняшний день по различным оценкам около 3% мирового населения являются мигрантами[3]. В 2013 году в мире проживало больше 230 млн. мигрантов. По сравнению с 1990 г. количество увеличилось на 50% и продолжает расти.

Абсолютным лидером по количеству иммигрантов, проживающихв стране по состоянию на 2010 г. является США (42,8 млн. чел.). Также в десятку лидеров входят:Россия (12,2 млн. чел.),

Германия (10,76 млн. чел.), Саудовская Аравия (7,3 млн. чел.), Канада (7,2 млн. чел.), Франция (6,7 млн. чел.), Великобритания (6,45 млн. чел.), Испания (6,4 млн. чел.), Индия (5,4 млн. чел) и Украина (5,3 млн. чел.),

Если рассматривать относительный показатель – процент мигрантов от общего населения страны – получим иной результат.В лидерах по доле мигрантов среди населения две категории стран. В первую входят островные и карликовые материковые государства с небольшим количеством населения: Северные Марианские острова (101,7%), Андорра (71,7%), Каймановы острова (64,3%), Монако (64%), Виргинские острова (58%), Макао (56%), Остров Мен (52%), Американское Самоа (50%). Представленные государства имеет небольшое количество коренного населения, соответственно для них относительно небольшой приток мигрантов будет составлять высокую долю. Ко второй группе стран относятся Катар (74%) и Кувейт (70%) – страны OPEC (организация стран-экспортеров нефти). Высокая миграция в данные страны связана с быстрым развитием нефтедобывающей промышленности, порождающем спрос на рабочую силу. Следует отметить, что Украина занимает 62 место в данном списке.

Теперь рассмотрим эмиграцию. Крупнейшими странами-донорами являются развивающиеся страны и страны с переходной экономикой: Мексика (11,9 млн. чел.), Индия (11,4 млн. чел.), Россия (11,1 млн. чел.), Китай (8,3 млн. чел.), Украина (6,6 млн. чел.), Бангладеш (5,4 млн. чел.), Пакистан (4,7 млн. чел.), Великобритания (4, млн. чел.), Филиппины (4,3 млн. чел.), Турция (4,3 млн. чел.). Основные причины эмиграции – низкий уровень жизни и заработной платы, а также большая плотность населения в странах происхождения.Примечательно, что среди стран с низким уровнем жизни большое количество эмигрантов наблюдается и в Великобритании. Однако данный процесс можно считать естественным, так как и приток мигрантов в Великобританию достаточно большой – происходит перераспределение трудовых ресурсов. Основные потоки эмиграции из Великобритании направлены в Австралию, США и Канаду – англоязычные развитые страны.

Рассмотрим страны с наибольшими значениями чистой миграции. США за последние 15 лет остается страной с наибольшим чистым притоком мигрантов (5 млн. чел. в 2012 г.), что подтверждает ее статус основного реципиента иммигрантов. Однако данный показатель имеет тенденцию к снижению – по сравнению с 8,5 млн. чел. В 1997 г. Так как ранее было рассмотрено, что приток иммигрантов в США возрастает, снижение чистой миграции вызвано увеличением эмиграции из США в связи с деятельностью транснациональных корпораций и увеличением «обмена» мигрантами между развитыми странами в связи с глобализацией экономики. Также достаточно большой приток мигрантов наблюдается в страны OPEC (ОАЭ, Оман, Саудовская Аравия), развитые западные страны (Канада, Великобритания, Испания, Италия) и Россию.

Среди стран с наименьшим показателем чистой миграции представлены преимущественно развивающиеся страны, что является вполне закономерным явлением. В 2012 г. пятерку лидеров в данном списке составили: Индия (-2,3 млн. чел.), Бангладеш (-2,1 млн. чел.), Пакистан (-1,6 млн. чел.), Китай (-1,5 млн. чел.), Сирия (-1,5 млн. чел.).За последние 15 лет наблюдаются изменения: увеличивается отток населения из Индии и Бангладеш, сокращается отток из Мексики и Китая. В 2012 г. наблюдается большой отток населения из Сирии в связи с нестабильной политической ситуацией внутри страны

Крупнейший миграционный коридор установлен между Мексикой и США (11,6 млн. чел. В год). Между Украиной и Россией (3,6 млн. чел. в год), Казахстаном и Россией (2,5 млн. чел. в год) происходит двухсторонний обмен мигрантами.

В статистике при учете интеллектуальной миграции принято относить к данной группе население с высшим образованием.В Украине это полное, базовое и неполное высшее образование.

В рейтинге стран с наибольшим количеством высокоинтеллектуальных эмигрантов представлены развивающиеся страны: Гайана (89 тыс. чел.), Гренада (85 тыс. чел.), Ямайка (85 тыс. чел.), Гаити (83 тыс. чел.), Тринидад и Тобаго (79 тыс. чел.), Самоа (76 тыс. чел.), Тонга (75 тыс. чел.), Кабо-Верде (67,5 тыс. чел.), Белиз (65,5 тыс. чел.), Доминика (64 тыс. чел.)[4], Такое количество объясняется отсутствием условий для реализации потенциала на родине, так как для большинства из представленных стран основной сферой деятельности является туризм. Примечательно, что население данных стран сравнительно небольшое, и данный уровень интеллектуальной миграции наносит существенный ущерб для экономик стран.

Если рассматривать уровень интеллектуальной миграции между регионами мира, наибольший отток наблюдается из стран Центральной и Южной Африки (12,6% населения). Наименьший – из стран-членов Организации экономического сотрудничества и развития (4,1% населения). Это демонстрирует приток интеллектуального капитала из развивающихся стран в развитые страны.

Среди интеллектуальных мигрантов наибольшую ценность представляют занятые в

сфере науки, так как именно эта категория вносит наибольший вклад в развитие экономического прогресса страны. Нами была рассмотрена структура научных сотрудников в ряде ведущих стран (Канада, США, Великобритания, Австралия, Франция). Примечательно, что процент научных сотрудников среди азиатских интеллектуальных мигрантов во всех рассмотренных странах превышает процент научных сотрудников среди местной высококвалифицированной рабочей силы. Так, для США научные сотрудники составляют 20,1 % среди азиатских мигрантов, 10, 3% среди прочих мигрантов и 7,7% среди местного населения. Это показывает, что прогресс ведущих мировых стран достаточно сильно зависит от интеллектуальной миграции.

Представляется интересной в контексте интеллектуальной миграции также статистика миграции медицинских работников с высшим образованием. Крупнейшим донором врачей является Индия (20,3 тыс. чел. В 2000 г.). Также высокая миграция наблюдается из развивающихся Филиппин (9,8 тыс. чел.), ЮАР (4,4 тыс. чел.), Пакистана (4,4 тыс. чел.), Ирана (4,4 тыс. чел.). Это связано с невысокой стоимостью обучения врача в данных странах по сравнению с развитыми странами. Также высокая эмиграция медиков наблюдается из развитых стран: Великобритании (12,2 тыс. чел.), Германии (8,8 тыс. чел.), Италии (5,8 тыс. чел.), Испании (5 тыс. чел.). Однако это связано с перераспределением медицинских работников среди развитых стран в зависимости от уровня заработной платы.

Для развитых стран достаточно высокая доля иммигрантов среди медицинских работников. Иностранные квалифицированные медработники составляют 31,2 % в Австралии, 29% в США, 23,4 % в Канаде, 22% в Швейцарии, 17,5% в Великобритании. В Великобританию наблюдается приток врачей из Индии, Ирландии, ЮАР. В свою очередь британские врачи эмигрируют в Австралию и Канаду. Для США крупнейшими донорами являются Индия, Пакистан и Филиппины.

Рассмотрим подробнее миграционные процессы в Украине. Государственной службой статистики Украины ведется учет миграции на основе талонов снятия с регистрации места проживания в Украине, а также талонов регистрации места проживания[5].Согласно этим данным,начиная с 2005 г. наблюдается ежегодный миграционный прирост, что благоприятно влияет на демографическую ситуацию в Украине.Наблюдается незначительное снижение прироста в кризисный период и резкий подъем в 2012 г. (61,8 тыс. чел.), что может быть связано с проходившим в Украине футбольным чемпионатом «Евро-2012». В 2013 г. прирост составил 31,9 тыс. человек, или же 7 человек на 10 тыс. человек наличествующего населения.

Крупнейшим реципиентом украинских трудовых мигрантов является Россия (43%). Остальные 6 наибольших стран-реципиентов – члены Европейского союза: Польша (14%), Италия (13%), Чехия (13%), Испания (5%), Венгрия (2%), Португалия (2%). Это связано с разницей в уровне жизни и заработной платы в Украине и странах ЕС, а также с географической близостью данных стран.

В структуре украинских трудовых эмигрантов по уровню образования наибольшую долю составляют мигранты со средним уровнем образования (65%), на долю начального и неоконченного среднего образования приходится 5%. Однако к категории интеллектуальной миграции относятся 30 % украинских трудовых мигрантов. Этот показатель достаточно высокий и свидетельствует об «утечке умов» из Украины.

Для более полной картины рассмотрим также основные сферы трудоустройства украинских трудовых мигрантов. Большая часть мигрантов занята в сфере низкоквалифицированного труда: строительство (46%), домашний уход (18%), сельскохозяйственный сектор (11%), торговля (9%), отельный и ресторанный сектор (4%). Так как интеллектуальная миграция составляла 30%, можно сделать предположение о том, что интеллектуальные мигранты занимаются неквалифицированным трудом.

Далее рассмотрим структуру украинских мигрантов по соответствию работы в стране пребывания к квалификационному уровню образования, полученному в Украине до отъезда. Согласно полученной квалификации работали 28,7% человек, в сфере, отличной от квалификации – 23,7% человек, на работах с низшей квалификацией – 5,2% человек, на работах с высшей квалификацией – 2,6% человек. На работе, не требующей квалификации, было занято 39,8%, а как было сказано ранее, доля населения с образованием ниже среднего уровня среди мигрантов составляла всего 5%. Таким образом, происходит отток интеллектуального капитала в сферы низкоквалифицированного труда, что является негативной тенденцией.

Также в контексте интеллектуальной миграции рассмотрим наиболее квалифицированную категорию – доктора и кандидаты наук. В докризисный период количество эмигрирующих докторов и кандидатов наук имело тенденцию к снижению. Однако начиная с 2008 г. данные показатели увеличиваются. В 2012 г. из страны выехало 5 докторов и 51 кандидат наук. Несмотря на то, что отток мигрантов с научной степенью сравнительно небольшой, именно эта категория населения вносит наибольший вклад в

развитие экономики страны. Поэтому даже незначительные потери могут иметь значительный отрицательный результат.

Заключение

Проанализировав межгосударственные миграционные потоки, можно сделать следующие выводы:

- количество мигрантов в мире увеличивается;
- наибольший приток иммигрантов направляется в США, Россию, развитые постиндустриальные страны, и страны ОРЕС;
- наибольший отток населения наблюдается из развивающихся стран и стран с переходной экономикой;
- наблюдается «перелив» интеллектуального капитала из развивающихся стран в развитые страны.
- в Украине наблюдается ежегодный миграционный прирост, однако также происходит «утечка умов» из страны;
- среди украинских мигрантов происходит также отток интеллектуального капитала в сферы низкоквалифицированного труда.

Список использованных источников

1. БоднарьМ. А. Международная интеллектуальная миграция в экономике знаний / М. А. Боднарь // Экономика и менеджмент. – 2013. - №3. – С. 52-69.
2. Цапенко И. П. Международная миграция специалистов и студентов / И. П. Цапенко // Вопросы экономики. - 2005. - № 7. - С. 66-81
3. Мировой банк. База данных. - Электронный ресурс. Режим доступа://databank.worldbank.org/
4. Docquier, F., LohestO.,MarfoukA.Braindrainindevelopingcountries. Manuscript / FrédéricDocquier, OlivierLohest, AbdeslamMarfouk //UniversitéCatholiquedeLouvain. 2006
5. Державна служба статистики України. - Электронный ресурс. Режим доступа: http://ukrstat.gov.ua/

[*] Руководитель:к.ф.-м.н. проф. Лебедева Л. Н.

РАЗРАБОТКА ПРИЛОЖЕНИЯ ПО РАСПОЗНАВАНИЮ ИЗОБРАЖЕНИЙ НА БАЗЕ ПЛАТФОРМЫ D.I.R.

Безкровный М.М., Буканов Д.Г., Педяш В.С.
ЗИЭИТ, Украина,г.Запорожье ул.Кияшка 16-б
bezkrovnii@gmail.com, d.bukanov@mail.ru, pedyash@bk.ru

Введение

На данный момент существует большое количество управляемых систем (роботов), для реализации широкого круга задач от развлекательных и до промышленного применения. Актуальной является задача создания автономных роботов способных воспринимать внешний мир, оценивать окружающие события и реагировать на них. С этой целью развивается огромный спектр наук от анализов различных сигналов до систем искусственного интеллекта.

Распознаванием образов в пространстве занимается раздел науки – компьютерное зрение. Компьютерное зрение связано с рядом задач, для которых более или менее хорошо определённы методы измерения или обработки, и которые могут быть решены с использованием различных алгоритмов.

1. Цель и задания исследования

Рассмотреть основные алгоритмы компьютерного зрения и реализовать распознавание объектов с использованием роботизированной платформы.

2. Изложение основного материала

В процессе анализа современных подходов, используемых для распознавания образов[1], был выполнен обоснованный выбор методов для реализации поставленной задачи. В результате чего было определены основные этапы алгоритма. Рассмотрим эти этапы:

1. Получение изображения.
2. Предварительная обработка.
   - 2.1. Выделение по цвету.
   - 2.2. Пороговое преобразование.
   - 2.3. Подавление «шумов».
   - 2.4. Оконтуривание.
3. Выделение основных деталей.
   - 3.1. Выделение признаков на контуре.
   - 3.2. Нахождение образа по признаку.
4. Распознавание образа.

Не все этапы являются ключевыми, поэтому существует возможность уменьшить количество выполняемых вычислений, таким образом, увеличив производительность (что конечно повлияет на качество, но в незначительной степени).

В случае с роботизированной платформой данный набор алгоритмов оптимальнее всего реализовать на базе одноплатного компьютера. В нашем случае была выбрана модель Raspberry Pi.

Помимо малых габаритов, основные достоинства Raspberry PI:

1.Большое сообщество развивающее систему.

2.Хорошая периферия (достаточно обильное количество портов ввода-вывода).

3.Возможность писать программы в ОС Linux и под ОС Android

4.Высокая частота центрального процессора (700МГц), позволяющая реализовывать обработку видеопотока в реальном времени (увеличение частоты до 1000 МГц без потери гарантии).

5.Малое энергопотребление.

В качестве базового набора библиотек с алгоритмами распознавания изображений была выбрана библиотека OpenCV[3]. OpenCV – библиотека компьютерного зрения с открытым исходным кодом (Open Source Computer Vision Library), содержащая более пяти сотен функций, ориентированных на выполнение в реальном времени.

В качестве аппаратной части была разработана платформа D.I.R.

Данная платформа для разработки роботов используется в качестве базовой для написания и модифицирования алгоритмов автономных устройств.

Платформа состоит из:

1.Гусеничной основы с двумя моторами.

2.Драйвера двигателя.

3.Двух сервоприводов (для вращения камер/датчиков).

4. Аккумулятора.

5. Релейного модуля.

6. Контроллера Arduino Uno[2].

Взаимодействие одноплатного компьютера и платформы D.I.R. осуществляется по следующей схеме(Рисунок 1.)

Из схемы следует, что микрокомпьютер и Arduino не связаны напрямую, а через конвертор логических уровней, но при этом сохраняется обратная связь и устройства могут как отдавать данные друг другу, так и принимать их.

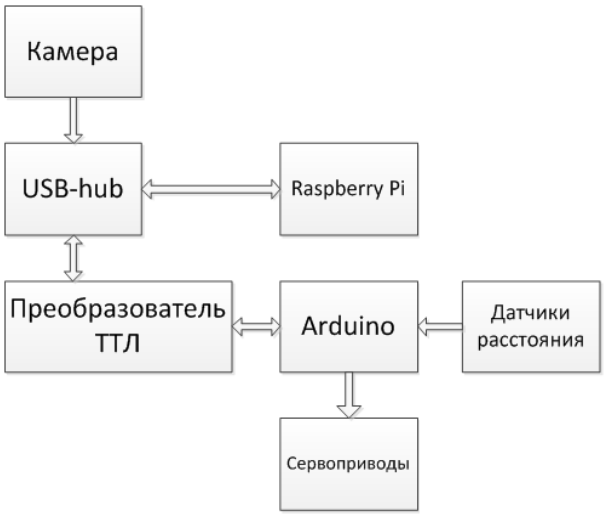

Рисунок 1 – Схема взаимодействия основных модулей.

Необходимость преобразователя логических уровней обусловлена тем, что одноплатные компьютеры Raspberry и контроллер управления D.I.R. Arduino работают на разных уровнях напряжения логического нуля и единицы.

В процессе разработки было разработано приложение[4] реализующие распознавание темных кругов в видеопотоке работающее по следующему алгоритму

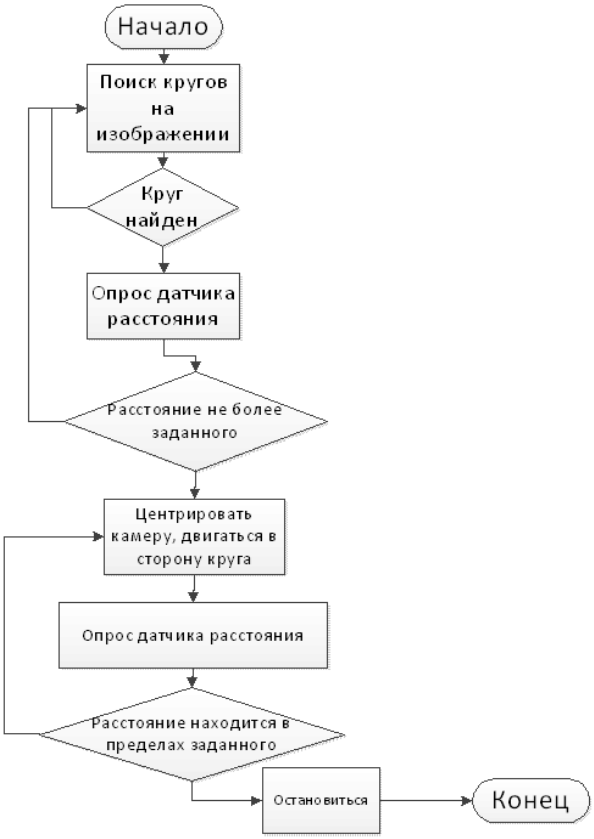

Рисунок 2 – Блок-схема алгоритма по распознаванию объектов.

Работа приложения основывается на захвате видеопотока с веб-камеры и дальнейшей обработки каждого кадра.

При нахождении круга с заданными параметрами выполняется проверка с помощью датчика расстояния, центрируется камера так что бы центр круга совместился с центром камеры и робот выполняет движение к кругу выдерживая заданное расстояние.

Выводы

В результате сравнительного анализа было разработано оптимизированное программное приложение потребляющее минимум аппаратных ресурсов. Данное приложение было развернуто на одноплатном компьютере Raspberry Pi на базе роботизированной платформы D.I.R. С целью повышения быстродействия были исключены алгоритмы, содержащее большое количество вычислений (выделение по цвету, подавление шумов и т.д.), при этом результат распознавания остается на приемлемом уровне, а быстродействие возрастает более чем на 40%. Программно аппаратный комплекс прошел успешное тестирование и полностью работоспособен.

Список использованной литературы

1. Балашов О.Е., Степашкин А.И. Управление приводами видеокомпьютерной системы сопровождения объектов // Проблемы передачи и обработки информации в сетях и системах телекоммуникаций. Тез. докл. 12-й междунар. науч.-техн. конф. Рязань, 2004. - С. 66-67.
2. Платформа Arduino [Електронный ресурс]/ Сайт, посвященный Arduino. – Режим доступа: www. URL: http://arduino.ru/Hardware/Arduinoboarduno 10.02.2014 г.
3. Библиотека компьютерного зрения [Електронный ресурс] / Сайт, посвященный робототехнике. – Режим доступа: www. URL: http://robocraft.ru/page/opencv/ 26.03.2014 г
4. Б. Страуструп, Языки программирования С++ [Текст]: Учебник. – М.:Бином-Пресс,2005.–369 с.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ (НА МАТЕРІАЛІ Т/С «ВІДЧАЙДУШНІ ДОМОГОСПОДАРКИ»)

студентка гр. П-119М АртамонцевойЛ.Є.[*]
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя ул.Кияшко 16-б
LArtamonceva@econom.zp.ua

Вступ

Актуальність даної роботи полягає в тому, що аудіовізуальний текст як один із найпопулярніших видів комунікації потребує якісного та адекватного перекладу. Досягненню адекватності сприяє вивчення специфіки кінематографічного повідомлення, взаємодії його компонентів та виявлення труднощів і проблем перекладу кінофільмів.

Метою дослідження є виявлення перекладацьких проблем в американській комедії«Відчайдушні домогосподарки» (3 сезон, котрий складається з 24 серій) шляхом визначення одиниць перекладу досліджуваного тексту і способів їх рішення російськими та українськими перекладачами.

Задачі дослідження полягають в наступному:

– виявити особливості та складові кінофільму як комунікативної системи і особливості функціонування вербального тексту в кіно як складової його частини;
– проаналізувати способи передачі стилістично зниженого розмовного мовленнята жартів в перекладі т\с « Відчайдушні домогосподарки». Зіставити український переклад з російським і виявити розбіжності;
– розглянути можливі способи передачі змісту інтертекстуальних посилань в телесеріалі;
– визначити головну стратегію перекладача т\с « Відчайдушні домогосподарки».

Методи дослідження: описовий, порівняльний та метод суцільної вибірки.

Виклад основного матеріалу

При виявленні перекладацьких проблем в т\с « Відчайдушні домогосподарки»необхідно брати до уваги, що кінофільм є текстом особого роду деперадача інформаціїздійснюється одночасно по двох каналах – акустичному і візуальному. В кіно одне повідомлення передається за допомогою різних трьох знакових систем і тому є багатоаспектним семантичним кодом, в якому лінгвістичний код перестає грати визначальну роль.

Художній фільм – приклад аудіовізуального художнього тексту. Стильова приналежність визначає включення в перекладознавчий аналіз аудіовізуального художнього тексту – індивідуальних, соціолінгвістичних, регіональнихзасобів [1]. У аудіовізуальному художньому тексті вони, безумовно мають смислову і стилістичну значущістю. Механізми передачі цих особливостей визначаються складною природою аудіовізуального перекладу і обмеженнями, що накладаються на такий переклад [2].

«Відчайдушні домогосподарки» - це комедія, де гумористичний ефект досягається тим, що у звичайних життєвих ситуація весь час порушується звичайний порядок. Тому сам гумористичний ефект (і не лише гумористичний) створюється самою мовою,емоційно-забарвленою лексикою, культуро-специфічною лексикою, використанням гри слів. Ціаспекти і є головним предметом мого розбору. Крім того, оскільки описується життя іншого суспільства, то текст багатий на використання реалій та аллюзій. Проте всі зазначенніпроблеми можуть зустрічатися комплексно, всередині одного висловлювання і кожне з такихвисловлюваньмає індивідуальний спосіб вирішення Детальний аналіз розпочнемо з розгляду приклада з використанням алюзії на американську літературу:

(Англ.): *It's a fabulous location. Just walking distance to all sorts of fun shops. Right, from here I can see a bail bondsman and an adult bookshop. What do you expect in your price range, "Tara"* [3,00:19:30]?»

(Рос.): «Потрясающе расположен. Рукой подать до всяких развлекательных магазинов. Именно, отсюда видно ломбард и книжный магазин для взрослых. А чего вы хотите по такой цене Тадж Махал [4,00:19:30]?»

(Укр.): «Це чудовий район. Поруч різноманітні розважальні заклади. Звідси я вже бачу контору поручителів і книгарню для дорослих. Чого ви чекали за таку ціну, Тару [5,00:19:30]?»

Тара - це алюзія на американську літературу, оскільки є назвою маєтку головної героїні роману американської письменниці Маргарет Мітчелл « Віднесенні вітром».Тарає не просто місцем проживання для сімеї Скарлет Оёхара але і символом, що уособлює розуміння домівки, батьківщини усього за що варто боротися для будь-якого американця. У даній ситуації ця реалія дає зрозуміти глядачу, що покупці претендують не на те, на що в нихвистачає коштів. В цьому випадку перекладач передає тільки частину смислу – що мова йде про дуже дорогу будівлю, при цьому придбання якої неможливе, тому російський перекладач вирішив замінити цю аллюзію на реалію «Тадж Махал» (мавзолей - мечеть, який знаходиться в Агре, Індія. В 1983 році його було названо об'єктом надбання світу). В українському перекладі ця алюзія відтворюється за допомогою транскрипції, як Тара.Розрахунок українського перекладача можна зрозуміти: очевидно, він вважає, що середньо статистична представниця цільової аудиторії фільму або читала « Віднесених вітром», або бачила його як фільм хоча б раз у своєму житті. Образ тари настільки важливий, що в друкованому, що у аудіо медіальному творі, що легко запам'ятовується і читачу, і глядачу. Отже, робимо висновок, що російський перекладач замінюючи реалію на, як йому здається , більш зрозумілу російському глядачеві, вдається до стратегії одомашнення. А український перекладач, зберігши оригінальну алюзію, використовує очуження.

Усього в ході виконання роботи, нами було проаналізовано 4 приклада, в які потрапляють до групи алюзії і реалії. Можна сказати, що частіше за все вони відносяться до американської культури, оскільки серіал присвячено життю середньо - статистичного американського містечка. Що стосується перекладу, для російського перекладу найчастіше характерним є використання модуляції для перекладу одиниць цієї групи, що як правило призводять до заміни американської реалії на реалію іншої культури. Таким чином, перекладач одомашнює текс т. Для українського перекладача навпаки, характерним є використання відповідників, тобто транскрипція чи транслітерація, що призводить до збереження американської реалії в українському тексті і, в наслідок цього, до отчуження перекладу.

Для гумористичного телесеріалу, такого як «Відчайдушні домогосподарки», є характерним використання усілякої гри слів, доказом цьому є наступний приклад:

(Англ.):- *You should hold on to your virginity. If Austin won't wait, then he doesn't deserve you.*

- I just don't wanna lose him.

- It's better than losing yourself respect. Take it from a girl who's known at school as "little miss Van De Tramp» [3, 00:22:01].

(Рос).: « Не слушай его. Если Остин не будет тебя ждать, значит он тебя не заслуживает.

- Просто я не хочу его терять.

- Лучше его, чем самоуважение. Поверь девочке, которую прозвали "Мисс Вам всем дам» [4, 00:22:01].

(Укр.): - «Бережи свою цноту. Якщо Остін не хоче чекати, він тебе не вартий.

- Я не хочу його втратити.

- Це краще ніж втратити самоповагу. Це тобі каже " Міс хвойдочка нашої школи"» [5, 00:22:01].

У цьому прикладі спостерігається гра слів, заснована на співзвуччі між словами *Tramp*(яке єрозмовним і може перекладатися. «повія») і прізвищем головної героїні *Camp* « Камп». В російському варіанті перекладач зберігає гру слів, шляхом створення власної гри слів і перекладає це слово за допомогою модуляції словосполученням*«*Мисс Вам всем дам*»*. Каламбур на співзвучності збережено. В українському варіанті гру слів втрачено, оскільки співзвучності між прізвищем героїні і її прізвиськом у школі не має. Переклад прізвиська відбувається за допомогою дослівного перекладу , при цьому збережено стилістичне забарвлення ключового слова. Перекладач зберігає окраску, а не гру слів.

Усього в ході виконання роботи нами було виявлено п'ять прикладів, які потрапляють до групи гри слів. Можна сказати, що частіше за все російський варіант звучав краще аніж український, бо російський перекладач зберігав співзвучність слів, як і у тексті оригіналу, але підбираючи власні відповідники, і за допомогою цього відтворював каламбур.

Використання стилістично-зниженої лексики є невід'ємною частиною сучасного англомовного гумористичного (і не лише гумористичного) фільму, тому треба приділяти особливу увагу при перекладі елементів розмовної мови, щоб не зіпсувати смисл тексту оригіналу і також мовну специфіку персонажу. Яскравим прикладом тому слугує наступна ситуація.

(Англ.): - *Don't, um, restaurantsmakehalftheirmoneyontheliquor?*
- *Oh. Yeah. We're completely screwed*
[3, 00:23:04].

(Рос.): - *Ведь рестораны зарабатывают в основном на алкоголе.*
- *О да, мы в полном отстое* [4., 00:23:04].

(Укр.): - *Але ж головний прибуток ресторанів з алкоголю, так?*
- *О. так. Ми… це просто сумно*[5., 00:23:04].

Це діалог між власницею піцерії та молодим працівником Ендрю. Простежуючи за мовою головних героїв протягом всього фільму, можна зробити висновок, що у мові Ендрю багато нелітературних слів, слів – розмовних, а також сленгу; що є характерним для хлопця його віку. У даному прикладі у своїй мові він використовує слово *screwed,* воно має багато значень, але у даному випадку використовується у своєму сленговому значенні «потрапити в халепу», «опинитися у скрутній ситуації», « нам гаплик» Проте слід зазначити, що всі ці варіанти є більш м'якими ніж англійський еквівалент, який відноситься до зниженої, а в деяких випадках до табуйованої лексики. В російському варіанті перекладач використовує слово «отстой,» і таким чином зберігає головну думку і ступінь зниженості лексичної одиниці. Український перекладач використовує модуляцію і передає цю фразу більш нейтрально «це просто сумно». Таким чином, перекладач не зберігає розмовну мову, яка притаманна герою і не виконуєзадачу перекладу – показати мовну специфіку персонажа.

Під час виконання роботи нами було проаналізовано чотири приклади, які потрапляють до сленгової групи. Стосовно прикладу, який наведений вище, можна зазначити, що при передачі сленгової лексики російський перекладач знаходить в мові перекладу відносно схоже слово за стилістичною окрасою і таким чином, зберігає мовну специфіку героя. Український перекладач не справляється з поставленою перекладом задачею, а саме передати сленгову одиницю схожим у мові перекладу відповідником. Перекладач української мови передає сленгові слово досить нейтрально. Стосовно інших прикладів, в яких також спостерігається сленг перекладачі часто використовують прийом модуляції.

Висновки

В якості перекладацьких проблем у роботі виділяється сленгова лексика, розмовна лексика, реалії, алюзії а такожрізні види гри слів. Загалом було проаналізовано 110 прикладів.

Перекладач передає модальність сленгової лексики шляхом пошуку функціонально-стилістичних відповідників в російському та українському розмовному мовленні.

Приклади, де є гра слів у російському перекладі, загалом передаються за допомогою створення власної гри слів, а в українському перекладі у більшості випадків така гра слів губиться. Російський перекладач як правило використовує модуляцію, а український перекладач використовує дослівний переклад.

Передача реалій та алюзій на українську мову майже у всіх випадках відбувається за допомогою транскрипції, а у російському перекладі перекладач намагається замінити реалії з тексту оригіналу на такі, які були б зрозумілі російськомовному глядачу, і часто робить це за допомогою модуляції.

Російський переклад, на нашу думку, краще від українськогопередав основне комунікативне завдання фільму - створити гумористичний ефект.

Використані джерела:

1.Лотман Ю.М. Текст в тексте Текст. / Ю.М. Лотман // Уч. зап. Тартуского гос. ун-та. Вып. 567. Текст в тексте (Труды по знаковым системам XIV). — Тарту,145 с., 1981.
2. Слышкин, ГГ., Ефремова, М.А. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) Текст. / Г.Г. Слышкин, М.А. Ефремова. М.: Водолей Publishers, 164 с., 2004.
3. Субтитри «Відчайдушних домогосподарок» англійською мовою [Електронний ресурс] /Режим доступу : www/ URL: http://subtitlesbank.com/ru/

4. Телесеріал «Відчайдушні домогосподарки» російською мовою[Електронний ресурс] /Режим доступу : www/ URL:http://the-cinema.ru/comedy/2761-otchayannye-domoxozyajki-3-sezon.html
5.Телесеріал «Відчайдушні домогосподарки» українською мовою [Електронний ресурс] /Режим доступу : www/ URL:http://http://kinoprostir.com/serial/vidchajdushni-domogospodarky-3-sezon-desperate-housewives-3-season-2006-2007.htm

ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКОГО СТИЛЮ ЕДГАРА ПО (НА ОСНОВІ ЙОГО «ГОТИЧНИХ» НОВЕЛ: «THE MASQUE OF THE RED DEATH», «THE BLA CKCAT», «THE TELL-TALEHEART», «THE FALL OF THE HOUSE OF USHER», «MORELLA»)

Студентка групи П-119М, Константинова Я. О.
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя вул. Кияшко 16-

Вступ

Творчістьамериканськогопоетаі письменникаЕдгараАлана Попредставляє великийінтересдлялітературознавціві перекладачіву всьому світі.Його внесоку світову літературуне підлягає сумніву, його ідеї як і ранішевпливаютьнасвітовукультуруРозпізнатийогоавторськийстильсередінших представниківепохиромантизмуне становить великої проблеми. Дослідник творчостіЕдгара ПоГроссманДжоанДеланівизначає метуоповіданьЕдгараПо неяк спробуустрашатиабозабавляти, алеяк прагнення«змінитиповерхневий поглядчитача надійсність, відкритичитачевіне іншийсвіт, асправжній,прихованийусередінітого якиййому думається, який він знає, допомогтиуявити, що відбувається вглибині»[2]. Тому в даній статті мова піде про виразні засоби, які складають авторський стиль автора.

Метою мого дослідження є виявити приналежність Едгара По до майстрів «готичного» жанру в літературі, проаналізувати та представити його індивідуальний стиль як окрему довершену систему на основі таких оповідань автора, як «TheMasqueOfTheRedDeath», «TheBlackCat», «TheTell-TaleHeart», «TheFallOfTheHouseOfsher», «Morella».

Поставлена мета пов’язана з вирішенням наступних завдань:

1. Розглянути особливості літературних напрямів «готичного» та детективного жанрів та який вони мали вплив на творчість Едгара По;
2. Виявити основну систему образів, наявних в оповіданнях автора;
3. Виділити основні лексико-семантичні особливості «готичних» оповідань Едгара По;
4. Виділити основні синтаксичні особливості новел автора;
5. Провести передперекладацький аналіз п’яти обраних «готичних» новел Едгара По.

Об’єктоммогодослідженняєп’ятьобраних «готичних» оповіданьЕдгараПо, асаме: «The Masque Of The Red Death», «The Black Cat», «The Tell-Tale Heart», «The Fall Of The House Of sher», «Morella».

Предметом є виявлення особливостей авторського стилю Едгара По на основі вищеперерахованих новел.

Актуальність даного дослідження обумовлюється тим, що творчість Едгара По недостатньо вивчена у вітчизняному літературознавстві з точки зору «готичного» аспекту в ньому. В основному, аналізу підлягали такі його твори, які можна визначити як жанр детективу; про інші оповідання Едгара По, як правило, говорилося побіжно.

Виклад основного матеріалу

Авторський стиль або ідіостиль - це індивідуальний авторський стиль письменника або поета; специфіка мови художніх творів; предмет вивчення стилістики. [4]Перші дослідження ідіостилю пов'язані з іменами Ю. Н. Тинянова, Ю. Н. Караулова і В. В. Виноградова, які в середині XX століття займалися вивченням мовної особистості. Зокрема, В. В. Виноградов ввів термін «мовна особистість», а Ю. Н. Караулову належить ідея про її розподілу на рівні: вербально-семантичний, когнітивний, мотиваційний - і надалі в комплексному аналізі ідіостилю на основі аналізу цих окремих рівнів. Поняття ідіостилю тісно пов'язане з поняттям концепту, оскільки, аналізуючи стиль письменника, автор звертає увагу на ключові поняття, які зустрічаються в його текстах. Концепт-цезмістовнасторонамовленнєвогознаку, за якою стоїтьпоняття, що відноситьсядо розумової, духовної чиматеріальноїсферіснування людини, закріплене вгромадськомудосвідінароду, що маєв

його життіісторичні корені, соціальної суб'єктивноосмислюютьсяі- черезступіньтакого осмислення-співвідносне зіншими поняттями, найближчий з нимпов'язанимиабо, в багатьох випадках, які йомупротиставляються. [3] Дослідженнями в даній області займаються багато вчених, у числі яких О. І. Десюкевич, І. І. Бабенко та інші. [4]

Особливим авторський стиль Едгара Алана По можна вважати тому, що він є продовжувачем «готичного» роману, і родоначальником детективного жанру.

«Готичний» роман - це унікальне літературно- мистецьке явище в Англії рубежу XVIII і XIX ст. [1] «Готика» осмислювалася теоретиками літератури вже як елемент естетичного ряду, як особливий спосіб відображення світу. [1]

Готичний роман (анг. The GothicNovel) - роман «жахів і таємниць» - твір, заснований на приємному відчутті жаху читача, романтичний «чорний роман» в прозі з елементами надприродних «жахів», таємничих пригод, фантастики і містики (сімейні прокляття і привиди).Відмінними рисами готичного роману є тематика і філософія «світового зла» і зображення надприродного, загадкового, похмурого. [5] Сюжети, як правило, зводяться до таємничих злочинів, герої відзначені печаткою рока і демонізму. До таких розповідей Едгара По належать: «TheMasqueoftheRedDeath», «TheBlackCat», «The Tell-Tale Heart», «TheFalloftheHouseofUsher», «Morella», які і розглянуті в моєму дипломі як «експонати», що характеризують авторський стиль Едгара По як представника готичного жанру в літературі.

Літературний феномен «готичних» романів , повістей, новел можна пояснити не тільки новою естетикою, що стала реакцією на раціоналізм і прагматизм епохи Просвітництва, і не стільки розважальністю жанру, а отже, популярністю і масовим читацьким охопленням, скільки походженням в цілому «готичної» літературної традиції з фольклорних, а потім середньовічних джерел, пов'язаних з найдавнішими і сильними людськими почуттями - страхом і жахом перед невідомим. [2]

Ключові «готичні» поняття - «страх» і « жах» - виникли в літературі, ледве вона усвідомила себе літературою і явила собою не що інше, як переважання сюжетного початку над описовим і дії над героєм. [1]

Детектив (англ. *detective*, від лат detego - . Розкриваю, викриваю) - переважно літературний і кінематографічний жанр, твори якого описують процес дослідження загадкової події з метою з'ясування його обставин і розкриття загадки. Звичайно як такої події виступає злочин, і детектив описує його розслідування і визначення винних, в такому випадку конфлікт будується на зіткненні справедливості з беззаконням, що завершується перемогою справедливості. Саме Едгар По зробив у детективній літературі установку на розгадку таємниці як атрибуту злочину, а не на розгадку самого злочину, причин його вчинення. Ця установка стала характерною для всього класичного детектива, і лише сучасний детектив став більш соціальним, став орієнтуватися на сам злочин. ЯскравимиприкладамитакихоповіданьПоможутьслужити: «MurdersintheRueMorgue» , « TheMysteryofMarieRoget» , «ThePurloinedLetter» , «TheGoldenBug » іт.д.

СтильЕдгараПовідрізняєтьсяяскравістю, виразністю, багатосторонньоюконтрастністю, чіткістю, великоюкількістюінноваційно-унікальнихприйомівпередачічитачевіавторськоїмоделісвіту.

Одніписьменникивисловлюютьсвоїдумкизібрано, компактноісконцентровано, чітковиділяючинайбільшсуттєвіїглибинністоронипредметазсамоїпершоїзгадкипронього. Іншідаютьсеріюшвидкоплинних, випадковихвражень, кожнезякихвміщуєтьсяводномуреченні, аістотнеуявленняпропредметвиникаєлишеврезультаті інтеграціївсіхцихявищ.

Для Е. По характерне прагнення вмістити навіть в одне речення все багатство, всю складність, всі відтінки думки або переживання, представити думку в її динаміці, розвитку. Для нього важлива не тільки сама думка, а й причини і наслідки, обставини, супутні її появі. [4]

Авторський стиль можна охарактеризувати як особливий спосіб використання автором стилістичних прийомів і виразних засобів мови , опис яких дається в більшості стилістик. [5]Проаналізувавши п’ять «готичних» оповідань, ми приходимо до висновку, що для Едгара По найбільш характерним є використання різного роду метафор, як власне простих і розгорнутих метафор, так і заснованих на них яскравих порівнянь і епітетів. Саме вони створюють поетичну і романтичну

атмосферу його оповідань. Образи, на яких ґрунтуються метафори, пов'язані з темами смерті і руйнуванням. Яскравим прикладом символізму і використання метафор може служити гра кольорів. В оповіданні замок, в якому відбувається дійство, складається з 7 кімнат, кожній з яких відповідає певний колір. Всі вони мають символізують певні етапи життя людини. Барвистість і емоційне навантаження для створення зловісної атмосфери і нагнітання обстановки лежить саме на грі кольорів.

«These windows were of stained glass whose color varied in accordance with the prevailing hue of the decorations of the chamber into which it opened. That at the eastern extremity was hung, for example, in blue -- and vividly blue were its windows. The second chamber was purple in its ornaments and tapestries, and here the panes were purple. The third was green throughout, and so were the casements. The fourth was furnished and lighted with orange -- the fifth with white -- the sixth with violet. The seventh apartment was closely shrouded in black velvet tapestries that hung all over the ceiling and down the walls, falling in heavy folds upon a carpet of the same material and hue.»[6]

Авторвикористовуєтакіепітети, як*blue* and *vividly blue, purple, green, orange, white, violet, black velvet tapestripes, scarlet – a dee p blood color, golden ornaments.*

Однимізприкладівпорівняньможеслужитим омент, колиМаскусмертіавторописуєяк*«corpse-like and hideous».*[6]

Яскраваметафораприведенаприописізалу, депроходитьмаскарад: *«a strong and lofty wall girdled it in»*. [6] Стінитутпорівнюютьсязпоясом, обрамленням, щовсесамопособієцікавоюметафорою, бопаскивикористовувалипихатіігоноровілюди, щобвиглядатиякнайкращеівиділятисяз «сірого» натовпу. Іпринцбувсаметакоюлюдиною.

Використанняепітетівіпорівняньдопомагают ьстворитиуявлення,
щочитачспостерігаєяскравувиставу.

До стилістичних прийомів також відноситься і застаріла лексика, якою так насичені розповіді Едгара По. Застарілі слова – це слова, а також їхні окремі значення та номінативні словосполучення, що на даному етапі розвитку мова вийшли із загального вжитку. Серед застарілих слів виділяють історизми та архаїзми. Історизми – це слова або їх окремі значення (семантичні історизми), що вийшли з ужитку разом з позначуваними ними реаліями і не мають в сучасній мові синонімічних замінників. Це назви понять матеріальної культури (одягу, їжі, знарядь праці та зброї, грошей і т. п.), соціально-політичної сфери, професій, звичаїв та обрядів минулих епох. Архаїзми – це витіснені іншими синонімами назви понять, що існують і в наш час. [4]Отже, найяскравішими прикладами застарілої лексики в новелах Едгара По є:

«But the Prince Prospero was happy and dauntless and sagacious.»[6]

Sagacious– слово архаїзм, яке належить до книжкової лексики і що має значення «проникливий, далекоглядний, розсудливий». Застаріле значення - володіє тонким нюхом, слухом або зором. У повсякденному житті може бути замінено синонімом «wise», «reasonable».[6]

«When his dominions were half depopulated, he summoned to his presence a thousand hale and light-hearted friends from among the knights and dames of his court, and with these retired to the deep seclusion of one of his castellated abbeys.»[6]

Knights and dames - використано в значенні «придворні», є історизмом. Це люди наближені, супроводжуючі, близькі, оточуючі, складові свити високопоставленої особи (монарха , вельможі), що додають відомого блиску іміджу цієї особи. Дане словосполучення є історизмом, так як воно втратило свою актуальність поділу суспільства на чини і звання.

CastellatedAbbeys - належить до історизмів. Дане словосполучення має високу образність і символізм. Абатство є символом ув'язнення, відокремленого місця, що знаходиться там, де його ніхто не знайде. Крім цього замки приварені до дверей зсередини, а це означає, що всі , присутні на балу, знаходяться в пастці: ніхто не може ні увійти, ні вийти. Почуття ув'язнення, великі темні, похмурі замки є одними з головних образів готичної літератури.

Яскравими прикладами алюзій в новелах можна вважати:

«The «Red Death» had long devastated the country.»[6]

Автор використав алюзію на бубонну чуму яка мала місце бути в XIV та XVII ст. Він винайшов свою власну чуму і назвав її «червона смерть» («reddeath»), в той час як другою назвою бубонної чуми була «чорна смерть» («blackdeath»).Так само як і Червона Смерть По, вона спустошувала сільські місцевості середньовічної Європи починаючи з XIV

століття, та іноді змушували людей ізолювати себе, аби хвороба їх не торкнулася. Результатом цих обох захворювань була смерть. А отже, Червона Смерть По є вигаданим образом для підсилювання емоційності твору.

Розглянемодругийприкладалюзій.

«There were much glare and glitter and piquancy and phantasm — much of what has been since seen in "Hernani".»[6]

«Hernani» насправді є п'єсою Віктора Гюго, написаною в 1830-х роках. Саме завдяки її появі у Франції, вона досягла такого театрального ефекту. Вона має величезне значення, тому По посилається на цю п'єсу в розповіді і хоче передати свої думки, пов'язані з Ернані. Крім того, таке яскраве на значуще дійство як маскарад у замку Принца Просперо описується як «glare», «glitter» та «piquancy».

Фраза*«like a thief in the night»*алюзієюнауривокізБіблії.

«And now was acknowledged the presence of the Red Death. He had come like a thief in the night.»[6]

Взагалі це алюзія на концепцію християнського Судного дня. Це словосполучення відноситься до Ісуса Христа, коли він заявляє, що повернеться як «злодій вночі». Це означає, що його повернення буде неминучим і трапиться саме в той момент, коли ніхто цього не очікуватиме. По використав цей уривок для того, щоб показати, що Червона Смерть також прийшла до Просперо зненацька. Принц намагається уникнути її, але смерть неминуча для кожного.

Також використання виразних засобів синтаксису: паралельних конструкцій,наростання і різного роду повторів у вигляді полісиндетону, асиндетону, анафор і епіфор створює ілюзію у читача, що він є одночасно як глядачем, так і учасником цієї вистави. Повтори, які надають творам особової ритмічності, в роботі були класифіковані наступним чином:

1. Лексичні повтори:

«I know not how it was – but, with the first glimpse of the building, a sense of insufferable gloom pervaded my spirit. I say insufferable; for the feeling was unrelieved by any of that half-pleasurable, because poetic, sentiment, with which the mind usually receives even the sternest natural images of the desolate or terrible.»[6]

2. Фразові повтори:

«Hereafter, perhaps, some intellect may be found which will reduce my phantasm to the common-place – some intellect more calm, more logical, and far less excitable than my own, which will perceive, in the circumstances I detail with awe, nothing more than an ordinary succession of very natural causes and effects.»[6]

3. Синтаксичні повтори:

«Yes, he was stone, stone dead. I placed my hand upon the heart and held it there many minutes. There was no pulsation. He was stone dead. His eye would trouble me no more.»[6]

Висновки

Едгар Алана По – письменник, який є продовжувачем «готичного» роману, і родоначальником детективного жанру. Його стиль відрізняється яскравістю, виразністю, багатосторонньою контрастністю, чіткістю, великою кількістю інноваційно-унікальних прийомів передачі читачеві авторської моделі світу. Виразні засоби, серед яких було знайдено 31 алюзію, застаріла лексика (загальна кількість у п'яти новелах її складає 165 елементів: 129 архаїзмів та 36 історизмів), засоби синтаксису (138 повторів та 23 риторичні запитання) складають особливий авторський стиль Едгара По. Тому важливим завданням перекладу є передача всіх основних стилістичних прийомів і створення образів у читача перекладу.

Список використаних джерел:

1. Григорьева Е.В. Готический роман и своеобразие фантастического в прозе английского романтизма.Ростов-на-Дону, 1988. – 153с.

2. Гроссман Д. Д.. Эдгар Аллан По в России / Д. Д. Гроссман. Перевод с англ. М.А. Шерешевской. - СПб.: Академический проект, 1998 - 370с.

3. Ладыгин М.Б. Английский готический роман и проблемы предромантизма. М., 1978 – 197с.

4. *Мороховский А. Н. Стилистика английского языка/ А. Н. Мороховский, О. П. Воробьева, Н. И. Лихошест – К.: Вища школа, 1984 – 284с.*

5. Burke Ed. On Taste. On Sublime and Beautiful. Reflections on the French Revolution. A Letter to Noble Lord. N.Y., 1909, -190p.

6. Edgar Allan Poe.The Complete Tales and Poems,New York, Barnes & Noble Leatherbound Classics. 2010. -1040 p.

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ ФЕНТЕЗІ ТА ВІДТВОРЕННЯ ЇХ У ПЕРЕКЛАДІ (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРУ Н. ШУСТЕРМАНА «КРАЇНА ЗАГУБЛЕНИХ ДУШ»)

студентка гр. П-119М Мироненко Н. В.[*]
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя вул.Кияшко 16-б

Вступ

Роман Н. Шустермана «Країна загублених душ» є одним з найяскравіших романів сучасності, що належить до жанру фентезі. Дана стаття присвячена визначенню особливостей жанру фентезі у романі Н. Шустермана(далі. Англ..), відтворенні авторського стилю у перекладі, який був виконаний російською мовою Д. Александровим. (далі Рос.) та виявленні

Мета даної статті - зіставити оригінальний текст та його переклад, виявити основні складності перекладу та дати оцінку адекватності.

Предметом дослідження можна вважати перекладацькі завдання і проблеми пов'язані з перекладом.

В даний час актуальність досліджень в рамках даної теми пов’язана з необхідністю перекладу саме художніх творів, через те, що ці тексти є найбільш культурно обумовленими та допомагають проникнути у іншу культуру та зрозуміти її схему мислення, і тим самим краще дізнатися про свою особисту. Роман «Країна Загублених Душ» є фентезійним, і є яскравим прикладом. Це роман має всі структури сучасної англо-американської свідомості. Тим не менше, читач не завжди може з ними ознайомитися так, як у перекладі часто бувають невідповідності. У зв’язку з цим, актуальним також стає розбір саме випадків неадекватності, а також розкриття глибокого сенсу структури твору.

Головне завдання роботи полягає у порівнянні тексту оригіналу та тексту перекладу, і зробити висновок про адекватність кожного уривку перекладу.

1.Викладення основного матеріалу

Сучасний етап розвитку лінгвістичної науки характеризується виразною тенденцією до розгляду мовних процесів і явищ у всій сукупності їх взаємозв’язків. Мова сприймається не лише як самостійний унікальний феномен, а значною мірою і як засіб доступу до всіх ментальних процесів, що визначають буття людини та її місце в суспільстві. Тенденцію до антропологізації лінгвістичної думки зумовлено сприйняттям мовної семантики як особливої форми відбиття світу, здатної відобразити спосіб концептуалізації дійсності, притаманний цій мові [2], [3]. Отже, лінгвістичні дослідження стають основою для вивчення культури, національного менталітету та духовно-практичної діяльності людини, реалізацією якої можна вважати зокрема художній текст.

Мова художнього твору як вторинна моделювальна система конструює художню модель світу [4]. Текст, таким чином, є результатом інтерпретації світу автором, відтвореного засобами мови, притаманними автору як представнику певної мовної спільноти. В тексті як продукті мислення та лінгвальної діяльності відображаються основні особливості світобачення письменника, його лінгвоконцептосфера. На відміну від індивідуальної картини світу будь-якої іншої особистості авторська модель світу є зумовленою задумом творця, тобто становить "свідому" лінгвальну інтерпретацію дійсності.

Кожен твір, як плід творчості певного автора відображає його внутрішній світ, мовну свідомість, ідіостиль. Письменник подібний досліднику, він пізнає навколишній світ і передає побачене у своєму творінні. Це пізнання носить індивідуальний характер, отже, кожен пізнаний світ так само унікальний, як і твір, що відображає певну картину світу. Результат пізнання реалізується в художньому тексті за допомогою мови. Будь-який твір є не тільки «продуктом культури», відбиваючи особливості тимчасового періоду створення книги, а й «відображає світовідчуття письменника». Таким чином, всі мовні особливості художнього тексту не є випадковими, а покликані відображати реалії створеного світу.

Тому в якості перекладацьких проблем виділяють наступні мовні засоби тексту, які є ключовими у створенні образності тексту. Це неповні речення, повтори і мовна характеристика персонажа - саме ці проблеми докладно розглядаються в роботі.

1.1.Неповні речення

Однією із лінгвальних складових роману є пропущення логічно необхідних елементів висловлювання, що може приймати різні форми і мати різні стилістичні функції. Явище це досить докладно вивчено і описано стилістикою в числі стилістичних прийомів. Сюди відносяться використання односкладних і неповних речень (еліпс), безсполучникові речення, замовчування. Всі ці синтаксичні явища й складають основну рису стилю даного роману.

Еліпс може бути виражений неповними реченнями. Неповним реченням називається просте двоскладне речення, позиційна модель якого не повністю виражена словесними формами, тобто таке, в якому одна чи обидві головні позиції виражені негативно. Пропущені елементи висловлювання легко відновлюються в даному контексті.

Будучи особливо характерним для розмовної мови, еліпс навіть і поза діалогу надає висловам інтонацію живої мови, динамічність, а іноді і деяку довірчу простоту.

Пропуск сполучень може бути продиктований вимогами ритму. При довгих перерахуваннях він дає стрімку зміну картини або підкреслює насиченість окремими приватними враженнями в межах загальної картини, неможливість перерахувати їх всі. [1]

Використання безсполучникового зв'язку призводить до того , що синтаксична цілісність складної єдності виявляється вираженою співвідношенням основних конструктивних одиниць і ритмомелодійних засобів, що надає мові велику стисліcть, компактність і часто динамічність.

Розглянемо один з найхарактерніших прикладів того, як неповні речення впливають на передачу інформації.

Англ.: This new wreck was bad. Very bad. Very messy. Ambulances. Firetrucks. Towtrucks.

Рос.: Недавно произошедшая авария была страшной. Месиво из машин, огни «скорых», пожарные, тягачи для эвакуации.[5]

Ці слова автор використовує для опису всієї тяжкості аварії, у яку потрапили діти. Використання еліптичних конструкцій та односкладних речень надають вислову інтонацію живої мови та динамічність, виражають деяку експресивність, що можуть викликати емоції переживання у читача. Проте під час перекладу, перекладач хоч і використовує еліптичну конструкцію та безсполучникові речення, його переклад не має такого вираженого емоційного забарвлення. До того ж, він використовує такий перекладацький прийом, як опущення. При цьому втрачається повторення:*This new wreck was bad. Very bad. Verymessy. - Недавно произошедшая авария была страшной*. А замість цього емоційність виражає не синтаксичною структурою, а лексичними засобами, використовуючи прикметники з яскраво вираженою емоційною оцінкою. Проте в перекладі ствердження звучить як звичайне констатування факту і емоційність слабшає.

Звісно через це інформація доходить до читача зовсім не в тому об’ємі, у якому хотів донести автор.

1.2.Повтори у романі

Повтор розглядається, як фігура мови, яка полягає в повторенні звуків, слів, морфем, синонімів чи синтаксичних конструкцій в умовах достатньої тісноти ряду, тобто досить близько один від одного, щоб їх можна було помітити. Повтор як один із засобів експресивного синтаксису сприяє глибшому відтворенню емоційно-почуттєвого світу ліричного героя, допомагає читачеві зрозуміти авторську позицію, авторське ставлення до зображуваного. Існують такі різновиди повторів, як анафора, епіфора, редуплікація, які можуть бути на морфемному, лексичному та синтаксичному рівнях. Анафора - повторення початкових елементів (слів або словосполучень) в декількох реченнях, що утворюють текст. Вона використовується для посилення мови. Така синтаксичне побудова дозволяє акцентувати окремі, найбільш важливі в мові, слова, посилюючи відтіняючи і підкреслюючи головну думку . У повсякденному житті анафори зустрічаються рідко. Вони

характерні для художньої, публіцистичної мови, для поезії, для публічної промови [1].

При анафоричній побудові тексту великі фрагменти мови сприймаються нас слух порівняно легко саме в силу чіткого розподілу їх на шматки, що обмежені повторюваними словами.

Окремі слова або вирази можуть повторюватися і в кінці речення. Цей прийом, так званий епіфора, також підсилює мову. Обидва стилістичних прийоми добре організовують мову особливо в розгорнутих періодах : однакове словесне оформлення фраз мобілізує увагу слухачів.

Всі види повторів зустрічаються в романі Шустермана і всі вони зустрічаються в основну в мовленні автора-розповідача. Розповідь ведеться від третьої особи. Розповідач постійно коментує дії героїв, дає їм оцінку і його тональність його мовлення можна назвати іронічною. Повтори створюють деяке емоційне відношення до подій.

В романі Н. Шустермана більшість повторів відтворюються перекладачем у перекладі шляхом використання прийому модуляції, або повторів, які найчастіше відбуваються на лексичному рівні.

Наступний уривок є прикладом використання повторів:

Англ.: Both Allie and Nick went spinning wildly, crashing out of the blacker-than-black walls of the tunnel, and as they flew off course, the light before them disappeared.

Рос.: Элли и Ник продолжали полет, неистово вращаясь после столкновения и ударяясь о черные, как смоль, стены, и по мере того как они отклонялись все дальше и дальше от курса, свет в конце тоннеля исчез.

Цими словами автор намагається описати те, що бачать діти на шляху до світла, та передати атмосферу в цілому. Одиниця «blacker-than-black walls» є фразовим епітетом, у якому до того ж присутній морфемний повтор. Дослівним перекладом цієї одиниці є «стены чернее черного». Але перекладач вирішив використовувати порівняння, і підібрав такий переклад, як «черные, как смоль, стены ». Дещо змінивши сам вислів, зміст тексту не був втрачений.

Таким чином, можна зробити висновок, що переклад даного уривку тексту є вдалим.

1.3.Передача мовної характеристики персонажів

Всі персонажі роману є дітьми-підлітками, які не завершили свій земний шлях, потрапляють в так званий потойбічний світ, де їм приходиться жити життям дорослих. Тому мовлення персонажів є характерним для сучасних підлітків. В основному їх мовлення близьке до розмовно-нейтральної, з окремими вкрапленнями сленгізмів.

Завдяки наступному прикладу, де вживаються слова зниженої лексики, можна зробити висновок, що Еллі – головна героїня роману, є середньостатистичним підлітком, яка за життя навчалася в звичайній школі. Завдяки її мовленню читач розуміє, що дівчина має власну точку зору, вміє відстоювати її і намагається завжди зробити так, як вона хоче.

Англ.: Well, - said Allie. - This sucks.

Рос.: Да уж, - сказала Элли. - Положение аховое.

Ці слова належать Еллі, що висловлює даним виразом свою думку з приводу того, що Ліф мріяв, щоб діти залишилися з ним. Та Ніка та Еллі така ідея не влаштовувала, тому вони розмірковували, як вийти із цієї ситуації, не образивши Ліфа.

Одиниця «suck»має такий переклад як «1) отстой, тухляк (в значении междометия; выражает презрение); 2) дерьмо» і відноситься до розмовної лексики.

Так як, вважається неприпустимим використання саме такого перекладу у юнацькій літературі, перекладач вирішує застосувати перекладацький прийом такий, як модуляція і використав іншу одиницю розмовної лексики «аховый».

Ці вирази хоча і є сленгізмами, проте несуть більш знижене стилістичне забарвлення, що не. відповідає характеру персонажів в романі. Герої роману – діти, добре виховані із добропорядних родин.

Однак обраний перекладацький відповідник«аховое» більш притаманний мові дорослого, ніж підлітка.

Тому таке перекладацьке перетворення дещо пом’якшило даний уривок оригінального тексту,

без втрати експресивності і зробило його прийнятним для передачі інформації читачам

Висновки

Для аналізу даного твору було вибрано всього 90 прикладів. Із цього для мовної характеристики – 22 приклади, 13 з яких було перекладено за допомогою модуляції, 4 за допомогою - опущення, 3 - додавання і 2 нульовою трансформацією. Для неповних речень було обрано 10, 6 із нихпереклали, використавши прийом модуляції, 4 – об'єднанням речень. Повторів було знайдено 25, 15 із них переклали за допомогою модуляції, 6 додаванням, 4 - опущенням.

Аналіз перекладу прикладів даного роману дозволяє зробити висновки про відтворення особливостей жанру фентезі у перекладі. ДмитроАлександров у своїй роботі не завжди звертав увагу на аудиторію, для якої був написаний даний роман. Хоча він і використовував різні види трансформацій, інколи інформація була донесена до читача не у повному обсязі, або уривок втрачав свою експресивність. До того ж, перекладач використовував незрозумілі визначення, не зробивши при цьому виноски з поясненнями. Та незважаючи на зазначені вище недоліки, в цілому роман передає настрій і задум автора, що змушує читача переживати ті ж емоції і почуття, які переживають самі герої твору. Тому переклад роману **Ніла Шустермана** «Країна загублених душ» можна вважати адекватним.

Перелік використаної літератури

1. **Арнольд И.В**. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 384 с.
2. **Вежбицкая А**. Понимание культур через посредство ключевых слов / АннаВежбицкая. - М.: Языки славянской культуры, 2001. - 288с.
3. **Кубрякова Е.С.**Роль словообразования в (формировании языковой картины мира) / Е.С. Кубрякова // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира.-М., 1988.-С. 143.
4. **Лотман Ю.М**. Статьи по семиотике культуры и искусства (Серия "Мир искусств") - СПб.: Академический проект , 2002. - С.274-293.
5. **Шустерман, Н**. Страна затерянных душ: роман / Нил Шустерман; пер. с англ. Д. Александрова. – М.: Астрель, 2011. – 384с.

Переклад реалій у романі Д. Стіл «Сімейні узи»

студентка гр. П-119М Мороз В.А.[*]
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя вул.Кияшко 16-б

Вступ

Стаття заснована на дипломній роботі натему: «Переклад реалій в романі Д. Стіл «Сімейні узи»».

Актуальність дослідженняособливостей виявлення реалій у художньому тексті та способів їх передачі,
викликанасучаснимипотребамирозширенняміжнаціональнихта міжособистихконтактів інеобхідністю більшглибокого івсебічного вивченняанглійської мови втісному зв'язкуз культуроюїї носіїв.

Метою роботи є виявлення реалій та способів їх передачі в художньому тексті.

Об'єктом дослідження є особливості передачі культурних виразівна російську мову в романі Д. Стіл «Сімейні узи» та культурні реалії, які зустрічаються у цьому романі.

Предметом дослідження виступають реалії на англійській мові та особливості їх перекладу на російську мову.

Матеріалом дослідження є роман Д. Стіл «Сімейні узи», загальним обсягом 395 сторінок та його переклад на російську мову. Методом суцільної вибірки було виявлено 101 приклад слів - реалій англійської мови і всі вони підлягали аналізу.

Були використані наступні *методи дослідження*: метод контекстуального аналізу, метод компонентного аналізу, екстралінгвістична інтерпретація фактів мови.

Наукова новизна результатів роботи полягає у тому що була запропонована власна класифікація реалій, за основу були взяті класифікації В.С. Віноградова та С.Влахова, С. Флоріна [1;2].

Виклад основного матеріалу

Про реалії як про носіїв своєрідного колориту лінгвісти заговорили на початку 50 -х років. З самого початку серед вчених існували значні розбіжності в питанні про визначення поняття реалії. Це обумовлено тим, що в роботах багатьох авторів реалії не займають центрального місця. Аналіз літератури дозволяє відзначити два основних підходи до визначення сутності слів-реалій: перекладацький та країнознавчий. Деякі вчені, зачіпаючи тему реалій, дають неточні, неповні визначення цього поняття, відзначають одні ознаки цих лексичних одиниць і упускають інші, використовують неоднакові терміни для їх позначення [1]. У статті дається визначення реалій, описується класифікація реалій та способи їх перекладу. Також описуються види помилок, які допускаються перекладачами при перекладі реалій. А також наводяться приклади реалій з роману та аналізується їх переклад.

Л.Л. Нелюбін визначає реалії як слова або вирази, що позначають предмети, поняття, ситуації, що не існують в практичному досвіді людей, що говорять на іншій мові. Різноманітні фактори, досліджувані зовнішньою лінгвістикою та перекладознавством, такі, як державний устрій даної країни, історія та культура даного народу, мовні контакти носіїв даної мови і т.п. з точки зору їх відображення в даному мовою [3].

Також А.Д. Швейцер відносить до числа реалій слова - американізми, що теж є національно - забарвленою лексикою [5].

У романі Д.Стіл, який є матеріалом роботи, було знайдено 101 приклад реалій. Усі приклади були проаналізовані. Були визначені чотири типи реалій, способи передачі реалій та помилки при перекладі.

Було знайдено ономастичні реалії, які відносяться до антропонімів, топонімів, імен літературних героїв, назв компаній, музеїв, театрів, магазинів та інше; асоціативні реалії, що позначають анімалістичні символи, колірну символіку, вегетативні символи, фольклорні, історичні та літературно – книжкові алюзії. Також були відмічені етнографічні реалії, до яких відноситься побут, їжа, напої, одяг, життя, транспорт, ігри та інше. Та реалії-американізми – це слова які є поширені тільки в межах США, а для інших країн ця національно - забарвлена лексика є невідомою.

Більшість реалій з роману зіставляють ономастичні реалії (47%). У романі в основному зустрічалося багато власних назв, а саме, назви районів, міст, готелів, ресторанів, кафе. Усі ці власні назви є широко поширеними тільки у США. Такі власні назви готелів або ресторанів, які є у США і у

інших країнах не були сприйняті як реалії, а також не були прокоментовані, тому що вони вже не являються реаліями, якщо є розповсюдженими та знаходяться за межами США. Приклади були проаналізовані, усі власні назви дійсно знаходяться на тій самій вулиці та у тому ж самому місті, як описано в романі, тобто цей факт наближує читача до реальності. Читач може уявити усю ситуацію як вона є.

Також були відзначені приклади, які стосуються імен літературних героїв. Літературні герої були створені у американській мультимедійній компанії «Уолт Дісней Продакшн». У романі можна знайти близько десяти таких прикладів. Але це не пов'язано з тим, що у романі є діти. Автор використовує літературних героїв, щоб описати ставлення людей один до одного, показати їх відношення або просто стиль життя.

Реалії американізми зіставляють 24% у романі. Вони також були прокоментовані та пояснені. Неможливо визначити один єдиний поділ, до якого можна віднести усі реалії американізми, тому що їх можна віднести до різних розділів. Були описані побутові теми (одяг, їжа, напої), окремі дієслова, предмети дому, слова, які відносяться до навчання. Звичайно ці терміни є широко поширеними тільки у США, а в інших країнах є свій еквівалент стосовно цих термінів.

Асоціативні реалії зіставляють 20% з вибраних прикладів. Були описані терміни, які стосуються навчання, назви фільмів, настільні та звичайні ігри. Безумовно усі ці реалії є дуже цікавими, тому що вони описують саме елементи даної країни, окремі традиції, елементи одягу. Завдяки цьому читачі можуть пізнати країну та її самобутність, традиції та обряди, що є немало важливим. Найголовнішим є вірна передача реалій при перекладі.

Етнографічних реалій у романі дуже мало і вони зіставляють лише 10%. Були знайдені такі приклади, які стосуються національної їжі, національних пісень, мір виміру та елементів одягу.

При перекладі перекладач використовував такі перекладацькі трансформації, як транскрибування, заміна, транслітерація, експлікація, дослівний переклад, калькування, конкретизація та вилучення. Найчастіше у романі зустрічаються транскрибування або транслітерація і компенсація. Був лише один приклад, коли перекладач використав вилучення. Тобто він завжди намагається якось передати реалію. Але не в усіх випадках реалія зберігає сенс, ситуацію та художній образ. Якщо перекладач використовує таку перекладацьку трансформацію, як транскрибування, то подальший опис відсутній. Завдяки цьому реалія не розкривається і до читача не доходить той сенс, який хотів передати автор.

У такому випадку трапляється певна зміна модальності. Якщо в оригіналі читач приділяє увагу життю головних героїв, читач стежить за розгортанням їх життєвої ситуація, то у перекладі більшість уваги приділяється екзотичній лексиці, зовсім не зрозумілій для читача. У такому випадку губиться ситуація. Читач не повинен відволікатися на незрозумілу лексику.

Тобто якщо перекладач вирішує використовувати транскрибування або транслітерацію, обов'язково треба робити пояснення даної реалії – робити виноску, або перекладати описово. Також у перекладі є багато прикладів, які були перекладені описово, у такому випадку зберігається художній образ та переклад не спотворюється

Такі перекладацькі трансформації як заміна та компенсація не були використані у перекладі.

Нижче надаються приклади аналізу перекладу реалій у романі Д. Стіл «Сіменйні узи».

Даний приклад відноситься до асоціативної реалії:

They had met at a Fourth of July picnic in the Hamptons.

Молоді люди познайомилися на святі Четвертого липня і зустрічалися вже два місяці.

Мова йдеться про Кейт та її друга, вони дуже багато часу проводили разом. Одиниця *FourthofJuly*має наступні варіанти перекладу «День незалежності США, Четверте липня». Це є свято в США в пам'ять про ухвалення Декларації незалежності 4 липня 1776. День Незалежності зазвичай асоціюється з феєрверками, парадами, барбекю, карнавалами, ярмарками, пікніками, концертами, бейсбольними матчами, сімейним святом та політичними промовами і церемоніями [6].

Перекладач використовує нерідну заміну, дещо змінюючи сенс, а головне - художній образ. Лексичні одиниці передані вірно, але сенс цього речення не розкритий. Перекладачеві треба було зробити виноску, або перекласти описово, пояснюючи, що четверте липня це велике свято у

США, щоб читач мав певне уявлення та поринув повністю у святкову атмосферу. Адже не всім буде відомо, що саме четверте липня являє собою.

Ми пропонуємо свій, на нашу думку, більш адекватний переклад: *Молоді люди познайомилися на святі Четвертого липня, у день Незалежності США, і зустрічалися вже два місяці.*

Завдяки описовому перекладу, ми зберігаємо сенс речення та художній образ.

Інший приклад відноситься до етнографічної реалії: *Liz was tall like her late mother and her aunt, and never wore anything less than six-inch heels*.

А Ліз, як її мати і тітка, була високою, але не носила взуття без, принаймні, шестидюймових підборів.

Мова йдеться про племінницю Енні, Ліз, яка теж пильно стежила за модою. Вона була дуже вродлива і маючи бездоганній смак у моді тільки підкреслювала свою зовнішність. Одиниця *six-inch* має наступні види перекладу «дюйм (= 2,5 см); зростання; п'ядь; острівець; самотній пагорб або гірка; луг на березі річки; дрібниця; мала кількість; малість» [6].

Перекладач використовує перекладацьку трансформацію під назвою калькування. Він в точності передає сенс речення. Але, так як це міра виміру, є невластивою і незрозумілою іншій країні, перекладачеві треба було б зробити виноску з позначенням даної міри в іншій мірі.

Це речення є досить інфомативним, але ми вважаємо, що краще було б перекласти таким чином: *А Ліз, як її мати і тітка, була високою, але не носила взуття без, принаймні, п'ятнадцятисантиметрових підборів (дюйм=2,5 см).* Завдяки поясненню читачеві краще можна уявити міру виміру та у даному перекладі зберігається художній образ.

Наступний приклад ономастичної реалії:

Annie arrived at Whitney and Fred's house in Far Hills at six o'clock.

До будинку Уїтні і Фреда в Фар-Хіллз Енні під'їхала ошостій годині.

Цей приклад є ономастичною реалією, тому що являється власною назвою. Одиниця «*Far Hills»* має наступний варіант перекладу: містечко в окрузі Сомерсет, штат Нью-Джерсі, США [6].

Перекладач використав такий вид перекладу, під назвою транслітерація (прийом перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом відтворення її графічної форми за допомогою літер мови перекладу). Взагалі переклад зроблений вірно, але ж знову власна назва просто транслітерується без пояснення. Обов'язкового треба зробити виноску у даному прикладі, тому що власна назва не розкриває своє значення. При транслітеруванні поняття і без його пояснення, сенс реалії губиться та не є зрозумілим. Більш доречним переклад був би, якщо перекладач зробив б виноску:

До будинку Уїтні і Фреда в Фар-Хіллз Енні під'їхала ошостій годині.

* Фар-Хіллз - : містечко в окрузі Сомерсет, штат Нью-Джерсі, США.

Таким чином, зробивши виноску, сенс реалії зберігається та реалія становиться досить зрозумілою, зберігши свій художній образ.

Наступний приклад реалії-американізму:

She spent the weekends taking Katie to ballet and Ted to soccer games.

У вихідні вона водила Кейті на балет, а Теда на футбольні матчі.

Реалія *soccer*є американізмом, тому що є широковживаною одиницею тільки в США. В Англії слову футбол є інший еквівалент - football. Одиниця *soccer*має такі види перекладу: американський футбол, соккер [10].

Дануреалію можна транскрибувати або просто перекласти. Перекладач у цьому прикладі зробив дослівний переклад. Помилки при передачі реалії не спостерігається, адже перекладач зберіг художній образ та зміст тексту.

При перекладі реалій перекладач іноді допускає помилки, тобто коли не розкриває значення реалії повністю, або не передає реалію зовсім при перекладі.

Згідно з класифікацією Г.Д. Томахіна існує чотири види помилки, але у перекладі реалій було знайдено тільки два види. Це обумовлено тим, що Г.Д. Томіхін створив класифікацію помилок взагалі стосовно перекладу, не відносячи ні до якої теми [4]. Так як у даному випадку вузька тема, відноситься до реалій, то два останні види помилок відсутні. У романі зустрічається другий вид помилки (що призводять до неточної передачі змісту оригіналу, але не спотворюють його повністю, як у попередньому випадку. У результаті в перекладі описується та ж ситуація, що і в оригіналі, але її окремі деталі вказуються недостатньо точно) та третій вид (помилки, що не порушують загального змісту оригіналу, але

знижують якість тексту перекладу внаслідок відхилення від стилістичних норм мови перекладу).

Нижче надається приклад помилку третьої ступені:

Seth Adams left Annie Ferguson's West Villageapartment on a sunny September Sunday afternoon.

У сонячну вересневу неділю Сет Адамс покинув квартиру Ені Фергюсон в Вест - Віллідж.

Ономастичну реалію автор використовує у самому початку історії. Сет Адамс залишає квартиру Ені Фергюсон в Вест-Віллідж. Як правило, зазвичай автор нам допомагає краще уявити ситуацію, описуючи кожну деталь. Але з першого погляду читачеві не зрозуміло що таке Вест-Віллідж. Це може бути місто, чи може село, або взагалі окрема частина передмістя. Перекладач робить помилку третьої ступені у перекладі, а саме помилку, що не порушує загального змісту оригіналу, але знижує якість тексту перекладу внаслідок відхилення від стилістичних норм мови перекладу. Згідно класифікацій реалій С.Влахова і С. Флоріна ця реалія відноситься до національного розподілу, у площині однієї мови [2].

Одиниця *WestVillage*має наступні варіанти перекладу: західна частина міста та населений пункт в західній частині міста; дуже заможний район;місцевість для багатих людей. Але перекладач просто транскрибує це поняттяі не відображає повний сенс цього речення, адже він упускає головну інформацію про те, що Ені Фергюсон була досить заможна людина, яка могла собі дозволити жити у такому престижному районі. Нажаль, перекладач не відображає статус героїні.

В багатьох творах назви населених пунктів, міст, районів, сел зазвичай транскрибуються. Це обумовлено тим, що читач завжди зможе прочитати певну географічну назву вірно, тобто вимовити її так, як вона вимовляється в іншій країні.

Аналізуючи цей приклад, можна зробити висновок, що перекладач робить помилку третьої ступені, коли сенс реалії не змінюється, але не розкривається її значення повністю. Перекладачеві треба було пояснити значення району Вест-Віллідж або зробити виноску, щоб передати повну інформацію читачеві.Наприклад:

У сонячну вересневу неділю Сет Адамс покинув квартиру Ені Фергюсон, яка розташована у багатому, престижному районі Нью-Йорка під назвою Вест – Віллідж.

Приклад помилки другої ступені:

It was a Cessna 414 Chancellor that seated eight.

Теперішній «Цессна-414 Канцлер» був найбільшою його машиною.

Автор описує роботу чоловіка Джейн, він льотчик. Він дуже захоплений тим, чим він займається. Його дружина Джейн завжди з тривогоюпроводила його у рейс, не знаючи чого чекати надалі.

Одиниця *Cessna 414 Chancellor*має наступний вид перекладу – американський двомоторний транспортний літак. Перекладач використовує калькування при перекладі і не розкриває значення цієї реалії [6].

Цей приклад можемо віднести до другої групи перекладацьких помилок, коли зміст оригіналу трохи спотворюється, проте ситуація в цілому залишається незмінною. Перекладачеві треба було зробити виноску або перекласти описово що саме позначає *Cessna 414 Chancellor.* Адже читачеві не розкривається повний переклад, який б забезпечував доскональне розуміння тексту. Випустивши слово «літак» при перекладі, міняється уява, можна тільки здогадуватися що ця одиницяможе позначати.

Висновок:

Аналіз перекладу роману дозволяє зробити такий висновок: основні типи реалій, які зустрічаються у романі – це ономастичні, асоціативні, етнографічні та реалії-американізми. Перекладач в основному, застосовує такі перекладацькі трансформації як дослівний переклад та транскрибування. Завдяки цьому виникає ефект відсторонення, чужа абсолютно культура в зовсім іншому світі. Перекладач не використовує вилучення, весь час намагається передати реалію, створюючи додаткове враження що це абсолютно інший світ. Тут відбувається певна зміна модальності, якщо в оригінальному тексті основна увага приділяється відносинам головних героїв, то у перекладі читачі дивляться на якесь екзотичне життя, повне різних реалій.

На закінченнінеобхідно відзначити, щопроблема перекладу реалій, є актуальною і важливою, ітому дане питаннястанеперспективною іплідноютемою дляподальшихглибшихдосліджень.

Список використаних джерел:

1.*Виноградов В.С.* Лексический вопросы перевода художественной прозы./ В.С. Виноградов.- М. : Изд-во Моск. ун-та, 1978г.- 172с.

2. *Влахов С. Флорин С.* Непереводимое в переводе. – Изд. 3-е, испр. и доп. / С.И. Влахов и С.П. Флорин. - М. : «Р. Валент», 2006. – 448 с.

3. *Нелюбин Л.Л.* Толковый переводоведческий словарь./ Л.Л. Нелюбин. -М.: Изд-во «Флинта», 2003.- 178с.

4. *Томахин Г.Д.* Реалии в языке и культуре/ Г.Д. Томахин.- М.: Изд-во «Высшая школа» – 1998.- 280 с.

5. *Швейцер А.Д.* Перевод и лингвистика./ А.Д. Швейцер.- М.: 1973. – 212 с.

6.*Nord, CH*. Text Analysis in Translation : Theory, Methodology and Didactic Application of a Model for Translation: NY, 2005. -275p.

ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В РАННЕНОВОАНГЛИЙСКИЙ ПЕРИОД (НА МАТЕРИАЛЕ ПИСЕМ КОРОЛЕВЫ ЕЛИЗАВЕТЫ ТЮДОР)

Студентка групи П-119М, Паниотова А.С.
ЗИЭИТ, Украина, г. Запорожье ул. Кияшко 16-Б.
A.Paniotova@econom.zp.ua

Введение

Влитературных, произведениях раннего английского периода было представлено все региональное разнообразие языка. Особенности языка на всех уровнях отличались в зависимости от диалекта, общенациональная норма в это время отсутствовала, она начала складываться на базе лондонского диалекта. В период формирования абсолютной монархии возникла необходимость формирования литературной нормы [1].

Этот период правления Елизаветы I отмечен языковой политикой стандартизации языка, многочисленными публикациями по проблемам орфографии, лексикологии, морфологии и синтаксиса. В XVI вв. в документах манускриптов, орфография не была столь последовательной, как в печатных текстах. Кроме того, орфография XVI-XVII веков различалась также по региональным и классовым диалектам, а также отмечены гендерные различия [1].

Правописание Королевы Елизаветы I отмечено последовательностью и незначительной вариативностью, что является результатом ее образованности и знания латыни. Таким образом, письма Елизаветы I дают определенное представление о языке XVI-XVII вв. [4].

1. Цель и задачи исследования

Определить комплексные языковые особенности языка XVI-XVII вв. на материале писем Королевы Елизаветы I. Задачи исследования заключаются в выявлении особенностей орфографии, морфологии, синтаксиса, стилистики, а также лексико-семантических особенностей.

2. Изложение основного материала

Рассматривая орфографию, можно выделить следующие основные особенности правописания, которые были характерными для языка XVI-XVII вв.

К первым особенностям относятся присутствие конечной *e* в конце слова. Позиция присутствия конечной гласной ев конце слова прослеживается во всех письмах 247 раз.

Например: *requeste - request* «требовать», *feare - fear*«опасаться, бояться»*, thinge - thing*«дело, вещь».

MyLordeIhavearequestetomakeuntoyourGracewicheIfeare hasmademeomittetilthistimefortwocauses.

«Милорд, я хотела бы сделать заявление вашей милости что, как я боюсь, заставило меня пренебрегать до этого времени двумя делами» [2].

Далее следует отметить особенность употребления вместо современной графемы *y -ie*, *i.*Позиция употребления вместо современной конечной графемы – *y -ie*, *i* во всех письмах прослеживается 41 раз.

Например: *mightie – mighty*«могучий, сильный».

Stretch forth, OLordmostmightie, Thyrighthandoverme.

«Протяни свыше, о Господи всесильный, свою правую руку ко мне».

Следующей, не менее важной позицией является удваивание двухсложных слов или слов, оканчивающихся на краткий гласный.Особенность написания такой позиции во всех письмах прослежена 17 раз.

Например: *spiritt – spirit-* «дух»*, quiett – quiet* «тихий, спокойный»*, thankfull – thankful* «благодарный»*, benefitts – benefits*«выгода, польза, прибыль».

That we altogether being thankfull unto Thee for Thy benefitts received, may laud and magnifie Thy Holy Name world without end.

«Якобы мы все вместе благодарили тебя за благосклонность твою, могли возвеличивать имя твое Пресвятое во веки веков»[2].

Далее следует особенность обозначение долгого гласного. В этот период долгий гласный

выражался по-разному. Написание прослеживалось путем прибавления к слову немой гласной *e* или удвоением самой гласной в середине слова.В современном языке наблюдается удвоение гласной, в то время как в раннем английском периоде данная долгота показана конечной *e*. Данная тенденция правописания в письмах насчитывает 16 раз.

Например*: toke "took"* «взял»*, bene "been"* «был»*, beseche "beseech"* «умолять»,se "see" «видеть», *thre* "*three*" «три».

AlsoifImaybesoboldenotoffendingeIbesecheyourGraceandtherestoftheCounseltobegoodtomasterAschiley.

«Еще я осмелюсь сказать, не оскорблять, умоляю ваша Светлость и остальных членов парламента, быть благосклонными к господину Эшли».

Далее следует тенденция, когда современному буквосочетанию*er*в конце слова соответствовало раннеанглийское буквосочетание *ar* . В письмах данная тенденция насчитывается 16 раз.

Например:*sistar "sister"* «сестра», *mastar "master"* «владелец, господин»*, sistar "sister"* «сестра»*, murtherar "murder"* «убийца», *bettar"better"* «лучше»,*rular"ruler",* «правитель».

Your lovinge sistar and cousin if so wel your merites shal require.

«Ваша любящая сестра и кузена, если того желает ваша Светлость» [2].

Следующая позиция заключается в присутствии гласной *i* вместо современной гласной *e* вначале слова. Особенность правописания такой позиции во всех письмах прослежена 13 раз.

Например:*intirely "entirely"* «вполне, всецело, совершенно», *intire"entire"* «полный, целый, весь».

You oblige me for them, for wiche I rendar you a million of most intirethankes.

«Вы оказали мне в этом услугу, за что я вас искренне благодарю» [2].

Далее отмечена важная тенденция правописания графемы *ew* и ue. Первая тенденция является исконно английской, вторая -французской. В письмах выявлена английская тенденция правописания. Частотность такого правописания в письмах прослеживается 8 раз.

Например:*dewtifull"dutiful"* «исполнительный, покорный», *trewe "true"* «верный, правильный»*crewell "cruel"* «жестокий»,*dewe "due"* «налог, пошлина»

Wee accept most thanckfullie at their handes, acknowledge ourselves infinitlie bounde to Almightie God, in that hit hathe pleased him to blesse us with so lovinge and dewtifull Subjectes.

«Мы приняли с большой благодарностью с их рук, подтвердили нашу безграничную связь с Всевышним. В данной непростой ситуации он благословил нас такими любящими и исполнительными поданными».

Стоит заметить, что позже начала преобладать исконно французская тенденция правописания. Французская тенденция правописания данной графемы в письмах прослеживается всего 2 раза.

Например: *Afterdueconsideraconhadofthesame, wemeanetosendaservauntofourownewithouranswer.*

«Мы после внимательного его рассмотрения, решили отправить вам слугу с нашим ответом».

Также в письмах используется следующая вариативность правописания.

Вариативность написания согласного в конце слова. Вариативность такого правописания в письмах отмечена 6 раз.

Например: *And this, with the rest, I trust wyl content you, as one that I wyll take as great care of, for your honor.*

«И таким образом, я обещаю вас удовлетворить, так как я позабочусь о вашей чести» [2].

Также в этом предложении можно заметить вариативность правописания современного суффикса *tion*. В предыдущих письмах этот суффикс имел форму *cion*. В данном письме мы наблюдаем правописания данного суффикса *con*. В письмах вариативность данного правописания отмечена всего 1 раз.

WecommityoutotheprotectionofAlmighieGod.

«Мы полагаемся на защиту Вас Всевышним»

Afterdueconsideraconhadofthesame, wemeanetosendaservauntofourownewithouranswer.

«Мы после внимательного его рассмотрения, решили отправить вам слугу с нашим ответом»

В письмах была выявлена тенденция употребления правописания, которое прослеживается в северофранцузском диалекте. Вариативность данной тенденции в письмах отмечена 2 раз.

Напримеp: Tograunt "*togrant* "«вручать, предоставлять», *daungerous "dangerous"* «опасный».

Whether he knoweth not the price of my bloude, wiche shuld be spild by bloudy hande of a murtherar, wiche some of your nere-a-kin did graunt.

«Узнать цену моей крови, которая должна пролиться с помощью окровавленной руки убийцы,

человека, который относится к приближенным слугам короля» [2].

Diseases there be in showe not dangerous.

«Желаю, чтобы данная болезнь не была опасной»

В письмах были выявлены следующие особенности морфологии. Была выявлена особенность использования грамматических архаизмов таких как наречия *heretofore*«прежде, до этого, раньше», *therbie*«таким образом, посредством этого»*therein* «здесь, там, в этом отношении», местоимение*whatsoever* «какой бы ни, любой»

Например: *Whereas heertofore upon the the advertismentes, made with a full intention to invade this our Realme and other our dominions.*

«Несмотря на то, что до этого разносились время от времени разные извещения из всяческих мест по поводу огромной подготовки вражеских сил с полным намерением вторгнуться в наше королевство и наши владения».

Wecannotbutreceavegreatcontentementetherbie.

«Мы не можем не получить большого удовлетворения в последствии этого»[2].

В письмах прослеживается следующая тенденция употребления глаголов. Наблюдается использование формы правописания лондонского диалекта глагола *hath*вместо *has*.

Например: *Suche as perhaps hath saued often thers!*

«Кровь, которая возможно часто там проливалась!» [2].

Также прослеживается использование устаревшей формы от *show.*Сохраняется старая форма претерита в начале XVII в. «показывать, демонстрировать, проявлять»

Например: *I hope I may stand you in bettar sted than that you wyl shew you uncareful of suche a treason.*

«Надеюсь, что я могу быть Вам полезной, иначе вы проявите неосторожность в данной измене».

Далее была зафиксирована особенность употребления сравнительной степени слова *humble* «скромный, простой, смиренный». В языке XVI в. сравнительная степень употреблялась с помощью прилагательного *most* «самый большой, наибольший» Например: *mosthumble*. В современном британском варианте языка превосходная степень образовывается с помощью артикля *the* и прибавления к окончанию слова *–st*: *Thehumblest*.

Например: *I give your Grace and the rest of the counsel most humble thankes)*

«Я очень благодарна вашей милости и остальным членам совета» [2].

В данной работе представлены синтаксические особенности, которые были выявлены в письмах.

В письмах была выявлена особенность управления глаголами.

Например:*It wolde please your grace and the rest of the Counsel to be goodunto her.*

«Прошу, чтобы ваша светлость и другие члены комиссии были к ней благосклонны».

В современном языке используется союз *to*. *Например*: *to be good tosomebody*. Бытьблагосклоннымккому-либо.

She hathe taken great labor, and paine in brinkinge of me up in lerninge and honestie.

«Она выполняла тяжелый труд и прилаживала усилия в моем воспитании, в моем обучении и чести» [2].

Следующая особенность заключается в использовании порядка слов в предложении. В современном языке в предложении обстоятельство времени принимает либо начальную, либо конечную позицию. В письмах обстоятельство времени принимает позицию после вспомогательного глагола.

Например:*AndIhaveatthistimegonefurthwithit.*

«С этих пор я дальше намерена заниматься этим делом»

Далее следует тенденция употребления синтетического порядка слов, который характеризуется тем, что подлежащее стоит на первом месте, сказуемое на последнем. Между ними стоят второстепенные члены предложения. Такой порядок слов был характерен для периода *OldEnglish*.

Например: *Which you shall fynd to be such as we in honnor maie give.*

«Который вы посчитаете уважительным с нашей стороны» [2].

Далее была отмечена тенденция употребления плеоназма, которая заключается в избыточном употреблении сложных союзов. В данном случае избыточным союзом выступает союз *wiche*.

Например: *For our parents do that wiche is natural for them, that is bringeth us into this Worlde.*

«Ибо наши родители сделали то, что является вполне естественным делом для них- это рождение нас на свет Божий».

В письмах было отмечено отсутствие перифрастического *do*, которое заключалось в отсутствии вспомогательного глагола.

Например: *The one, for that I se not that he told you who bade him talke with Morgan of the price of my bloude.*

«Первое касательно того, что я не вижу, чтобы он назвал человека, который приказал ему поговорить с Морганом насчет цены моей крови».

В письмах была отмечена особенность образования повелительного наклонения. В XVI в. перифрастическое *do*в повелительном наклонении не употреблялось.

Например:*If you suppose that princes causes be vailed so couvertly that no intelligence may bewraye them, deceave not yourselfe.*

«Если вы предполагаете, что деяния принца могут быть скрыты и здравый смысл не сможет их разоблачить, не вводите себя в заблуждение» [2].

Далее можно выделить особенность использования subjunctive в придаточных предложениях.

Особенность раннего английского языка заключается в том, что в придаточных предложениях, которые вводятся союзом if употребляется subjunctive. Данная особенность произошла от древнеанглийского языка. В современном языке используется indikative.

Например:*And if he find any opposite against so good a worke, he wyl obviate it if he may.*

«И если он найдет нечто, что служит против данного дела, он это избежит если сможет» [2].

В ходе работы были выявлены следующие стилистические особенности.

К первой особенности относится использование грамматической эмфазы *do.*

Например: *And that as I do acknowledge to have received the government of this Church and Kingdom at Thy hand.*

«И так, как я действительно признаю, что одержала правительство церковью данной и государством данным благодаря расположению твоему» [2].

Следующая особенность заключается в использовании эмфазы с помощью инверсии.

Например: So find we our sorrowes now doubled in beholding such thinges as are produced to prove yourself the cause of all the same.

«Теперь мы еще больше Вам сочувствуем и более тщательно рассматриваем эти дела, которые Вам доказывают, что причина одна и та же».

Отмечается также употребление повтора в предложении, которое передает авторское воздействие.

Например: And for our part we are heartely sory and dismayed to finde suche matter of your charge, so shall we be as heartely gladde and well content to here of sufficient matter for your discharge.

«И с нашей стороны, мы искренне сожалеем и будем обеспокоены в случае если найдем доказательство Вашей вины. Также мы будем искренне рады, если услышим существенное подтверждение Вашей невиновности» [2].

В письмах выделяется также употребление приема интенсификации, служащим для придания эмоциональности высказыванию. Данный стилистический прием относится к реалии среднеанглийского периода. В данном предложении в роли интенсификатора выступает усилительное наречие *Right*.

Например: *Right trustie and right well beloved cousin, we grete you well.*

«Мы приветствуем тебя, самый надежный и любимый кузен».

Также к стилистическим особенностям относится употребление окказионализма *desist* «прекращение, остановка». Всовременномязыкетакогосуществительногонесуществует.

Например: *I most hartely require you, that, upon paine of treason, the desist from suche action.*

«Сердечно призываю Вас под угрозой наказания измены *воздержаться* от такого поступка» [3].

В письмах были выделены следующие фразеологизмы и высказывания.

Goldenpromeswithleadenperformance- «обещатьзолотыегорыиневыполнять». Досл. «золотыеобещаниеиплохоевыполнение».

Например: *As whosoever may giue you more golden promes with leaden performance.*

«Кто-либо другой мог предоставить Вам золотые обещания и свинцовое выполнение» [3].

Tostand in bettarsted « быть кому- то полезным, оказать услугу»

Например: *I hope I may stand you in bettar sted than that you wyl shew you uncareful of sucheatreason.*

«Надеюсь, что я могу быть Вам полезной, иначе вы проявите неосторожность в данной измене» [3].

To seaketwostringestoonebowe.«Иметь множество способов или ресурсов», «быть двуличным

человеком» (не быть искренним). Досл. «иметьдвеструныдляодноголука».

Например: *I hope that you wyl remember, that who seaketh two stringes to one bowe, the may shute strong, but neuer strait.*

«Кто ищет множество путей про запас, должен помнить, может допустить промах» [3].

Что касается архаизмов, в письмах были выделены следующие семантические и лексические архаизмы. В письмах было выделено 7 семантических архаизмов.

Advertismentes «извещение». В современном языке данное слово утратило это значение и стало восприниматься как «реклама» [2].

Например: *Whereas heertofore upon the advertismentes, from time to time and from sondrie places, of the great preparations of foren forces.*

«Не смотря на то, что до этого разносились время от времени разные извещения из всяческих мест по поводу огромной подготовки вражеских сил» [2].

Furniture «оснастка, сбруя, инструмент». В современном языке данное слово имеет значение «мебель, обстановка, аксессуары».

Например:*A larger proportion of furnitureboth for horsemen and footemen (but especiallie horsemen)*

«Огромное количество оснастки как для всадников так и для лакея (но в большинстве случаев для всадников) гарантировано» [2].

Travel«усилия». В современном языке данное слово имеет значение «путешествие, движение».

Например:*Some ennemis toour good wyl shal loose muche travel, with making frustrate thar baiting stratagemes.*

«Некоторые враги, по благосклонности к нам судьбы, потеряют значительных усилий, при этом их действующая военная стратегия будет разгромлена» [2].

Commodity«возможность, шанс» В современном языке данное слово имеет следующее значение «предмет потребления, товар».

Например: *So use it with best commodity, and let the answer be speded after a thre or foure dayes after his retourne.*

«Используй лучшие возможности и поспеши с ответом через три, четыре дня после его возвращения».

Argument «содержание». В современном языке данное слово имеет следующее значение «доказательство, суждение».

Например:*Theargumentofmyletter, mydearebrother, if it should have the theame that your messengers late embassadedid cheeflye treate of.*

«Содержание моего письма, мой дорогой брат содержит в себе тему, предоставленную мне последним сообщением твоего посланника» [2].

В письмах Елизаветы были выделены следующие лексические архаизмы. Их численность в письмах составляет всего 4 раза.

Lievetennauncies«*В пределах чьих-то полномочий.* »

Например:*Wee gave our direccions unto you for the preparinge of our Subjects within your Lievetennauncies to be in readines for defence.*

«Мы даем вам инструкции в пределах ваших полномочий по подготовке наших подчиненных быть в полной готовности защищать государство от каких-либо попыток вторжения» [2].

Lieu «Местопребывания»

Например: *God euer kepe you from al daungerous attemts, and graunt you many yeres to lieu and raigne.*

«Да храни Вас Господь от всех лихих намерений, да вознаградит от Вас долгими годами жизни и правления».

Estat « состояние, положение»

Например: *I had profe towarde your estat and parson.*

«Я доказала в отношении вашего положения и священнослужителя».

Yea «даже».

Например: *Yea to the present peril of life, wiche was soght sundry wayes.*

«И даже существовавшие угрозы жизни всяческими путями» [2].

Выводы

Таким образом приходим к выводу, что отмеченные существенные комплексные особенности орфографии, синтаксиса, морфологии, стилистики, а также лексико-семантические особенности, отличаются от современных комплексных особенностей. Это связано с тем, что процесс формирования литературной нормы британского варианта английского языка в этот период не был еще завершен.

Список использованной литературы

1.RogerLass. The Cambridge History of the English Language.- 1476-1776.- 668 с.

2. Письма королевы Елизаветыhttp://www.luminarium.org/renlit/elizabib.htm
3. John Bruce. Letters of Queen Elizabeth.- 1849.- 220 с.
4.К. Бруннер. История английского языка. II том.- 1956.- 392 с.

ЗІСТАВЛЕННЯ ДВОХ АНГЛОМОВНИХ ПЕРЕКЛАДІВ РОМАНУ М. БУЛГАКОВА «МАЙСТЕР І МАРГАРИТА»

студентка гр. П-119М Радутна Л.І.[*]
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя вул.Кияшко 16-б

Вступ

М.О. Булгаков писав роман «Майстер і Маргарита» як історично і психологічно достовірний роман про свій час, і тому ця книга стала унікальним документом тієї незвичайної епохи. Дана стаття присвячена зіставленню двох англомовних перекладів роману М.О. Булгакова, які виконані перекладачами Майклом Гленні (далі Англ. 1), а також Річардом Півером і Ларисою Волохонською (далі Англ. 2), виявленню перекладацьких стратегії і бачення декількох іноземних перекладачів.

Мета даної статті - виявити основні перекладацькі проблеми в оригіналі, вивчити особливості вирішення цих проблем в двох варіантах перекладу роману «Майстер і Маргарита», і на підставі їх вирішення виявити стратегію перекладачів.

Предметом дослідження можна вважати перекладацькі завдання і проблеми пов'язані з різною культурною свідомістю.

Актуальність даного дослідження в наданні можливості побачити російський класичний твір очима іншої культури і за допомогою цього зрозуміти глибинний зміст твору осмисливши власну культуру.

Головне завдання роботи це порівняти 2 переклади, і на основі виділених стратегій зробити висновок про адекватність кожного перекладу.

1.Викладення основного матеріалу

Виявлення перекладацьких проблем і засобів їх розв'язання двома перекладачами роману має брати до уваги те, що оригінал являє собою художній текст в якому основною комунікативною функцією є естетичний вплив, який характеризується особливою формою організації інформації – образністю і який також багатий на інтертекстуальні посилання. Тому в якості перекладацьких проблем виділяють наступні мовні засоби тексту, які є ключовими у створенні образності тексту. Це реалій, алюзії, оніми і мовна характеристика персонажа - саме ці проблеми докладно розглядаються в роботі.

1.1.Алюзії в романі

Алюзії - це посилання на історичні, літературні, міфологічні, біблійні та побутові факти.

Алюзія є одним із проявів інтертекстуальності. Феномен алюзії почав активно вивчатися лише наприкінці XX століття, тому рамки цього поняття ще не є чітко визначеними. Спільним для всіх трактувань є інтерпретація алюзії як непрямого посилання на який-небудь факт, особу або подію, які є відомими.

У романі присутні два види алюзій на прецедентні тексти. Перший вид це знайомі твори європейському читачеві, наприклад: «Фауст» Й. Гете, казки Гофмана, твори містиків. Другий вид це алюзії на російську літературу «символічного» напрямку, яка більшою мірою відома російському читачеві: це твори Миколи Гоголя, Федора Сологуба, Андрія Білого. Перекладач Майкл Гленні опускає всі алюзії на російську літературу, а посилання на європейську літературу передає описово. Річард Півер і Лариса Волохонська особливу увагу приділяють всесвітньо відомим текстам, пояснюючи кожну алюзію в поясненнях.

Тема інтертекстуальних посилань досить нова і термінологія в цій області знаходиться ще на стадії становлення. Враховуючи це, різні автори по різному класифікують інтертекстуальні посилання до інших текстів. Якщо І.В. Арнольд ділить ці посилання на ремінісценції, алюзії і цитати, то Г.Г. Слишкін називає їх тільки ремінісценціями, і з них виділяє тільки відтворення слів чужого тексту - цитати. Відсилання до загально сформованих уявленнь про текст Г.Г. Слишкін називає ремінісценцією на концепт [5].

Алюзія як стилістичний прийом є засобом розширеного перенесення властивостей і якостей міфологічних, біблійних, літературних, історичних та ін. персонажів і подій на ті, про які йде мова в даному висловлюванні. Алюзія не відновлює добре відомий образ, а витягує з нього додаткову інформацію [2].

Розглянемо один з найхарактерніших прикладів того, як декілька типів ремінісценції

присутні в одному реченні. Першою алюзією, яка чітко проглядається в абзаці, є тема романтики моря і піратства і безпосередньо сам директор, якого автор порівнює з піратом. Романтика моря і піратства так і відносить читача до відомих творів Р.Л. Стівенсона. Другою алюзією, яка слідує з фрази «с кинжальной бородой» є тема зброї і битви.
Третьою алюзією опис метрдотеля, який замальовується у вигляді демона. Наявність гострої як кинджал бороди за образом нагадує Мефістофеля, такого як його змальовують в ілюстраціях до книг або яким він постає перед глядачами в операх і виставах. Цей уривок так само є алюзією на поему Михайла Лермонтова «Демон».

И было в полночь видение в аду. Вышел на веранду черноглазый красавец с кинжальной бородой, во фраке и царственным взором окинул свои владения. Говорили, говорили мистики, что было время, когда красавец не носил фрака, а был опоясан широким кожаным поясом, из-за которого торчали рукояти пистолетов, а его волосы воронова крыла были повязаны алым шелком, и плыл в Караибском море под его командой бриг подчерным гробовым флагом с адамовой головой.

Англ. 1: At midnight there appeared a vision in this hell. On to the verandah strode a handsome, black-eyed man with a pointed beard and wearing a tail coat. With regal gaze he surveyed his domain. According to some romantics there had once been a time when this noble figure had worn not tails but abroad leather belt round his waist, stuck with pistol-butts, that his raven-black hair had been tied up in a scarlet kerchief and that his brig had sailed the Caribbean under the Jolly Roger.

Англ. 2: And at midnight there came an apparition in hell. A handsome darkeyed man with a dagger-like beard, in a tailcoat, stepped on to the veranda and cast a regal glance over his domain. They used to say, the mystics used to say, that there was a time when the handsome man wore not a tailcoat but a wide leather belt with pistol butts sticking from it, and his raven hair was tied with scarlet silk, and under his command a brig sailed the Caribbean under a black death flag with a skull and crossbones.

Розглянемо перший приклад, фразу «с кинжальной бородой»

У першому варіанті перекладу словосполучення «кинжальной бородой» перекладач передав як «pointed beard ». Звертаючись до словника, знаходимо такі значення слова pointed: загострений, гострий. У цьому випадку словосполучення «pointed beard» в дослівному перекладі буде звучати як «загострена борода». У цьому варіанті перекладу перекладач опускає метафору і перекладає вираз описово. Даний варіант перекладу відповідає змісту оригінала, однак , дещо викривляє суть літературного прийому, і при цьому абсолютно втрачається зв'язок з темою піратства.

У другому варіанті перекладу перекладач передає це ж словосполучення як «dagger - likebeard». Слово dagger з англійської перекладається як «кинджал», а саме словосполучення в дослівному перекладі буде звучати як «подібна кинджалу борода». У цьому варіанті перекладач зберіг метафору і якомога точніше передав її сенс, з чого робимо висновок , що другий варіант є адекватним і більше відповідає змісту оригінала.

Розглянемо другий приклад, фразу «и царственным взором окинул свои владения»

У першому варіанті перекладу це словосполучення перекладач передав як «With regal gaze he surveyed his domain». У даному варіанті перекладач передав фразу дослівно і тим самим зберіг її оригінальний зміст.

У другому варіанті перекладу цей вираз звучить як «cast a regal glance over his domain», що в дослівному перекладі означає «кинув царський погляд на свої володіння». У словнику значення слова glance - це «погляд, побіжний погляд, мигцем поглянути» що не зовсім відповідає оригіналу. У цьому випадку слово gaze, яке перекладається саме як «погляд, пильний погляд» більше підходить за змістом до оригіналу. Даний варіант перекладу подібний оригіналу, але не передає величності моменту.

1.2.Реалії у романі

Переклад реалій – це частина великої і важливої проблеми передачі національної і історичної своєрідності, яка сходить, мабуть, до самого зародження теорії перекладу як самостійної дисципліни. Словом «реалія» позначають (головним чином у філологічних текстах) предмет, річ, матеріально існуючу або яка існувала, нерідко пов'язуючи за змістом з поняттям «життя»; наприклад, «реалії суспільного життя».

Згідно з визначенням С.І. Влахова і С.П. Флоріна, реалія - це «предмет матеріальної культури», « в класичній граматиці різноманітні

фактори, такі як державний устрій даної країни, історія та культура даного народу, мовні контакти носіїв даної мови і т. п. з точки зору їх відображення в даній мові», «предмети матеріальної культури, що служать основою для номінативного значення слова». З іншого боку, в перекладознавстві терміном «реалія» позначають здебільшого слова, які називають згадані предмети і поняття [1].

Як стверджує відомий перекладознавець Р.П. Зорівчак будучи чужими, реалії нерідко можуть представляти складність для перекладача своєю формою, лексичними, фонетичними і морфологічними особливостями, можливостями словотворення і сполучуваністю, а також механізмом запозичення і своєю поведінкою в якості запозичених слів [3].

В романі М.О. Булгакова обидва перекладача вирішили проблему передачі незнайомих реалій, які не мають аналогів, за допомогою транскрибування, транслітерації і описового перекладу на які дають пояснення в посиланнях.

Найбільшою проблемою в даному романі є передача радянських реалій. Тому розглянемо один з характерних прикладів передачі таких реалій, а саме уривки з діалогу М. Берліоза і продавчині в кіоску.

– Дайте нарзану, – попросил Берлиоз.

– Нарзану нету, – ответила женщина в будочке и почему-то обиделась.

– Абрикосовая, только теплая, – сказала женщина.

Англ 1: «A glass of lemonade, please» said Berlioz.

«There isn't any» replied the woman in the kiosk. For some reason the request seemed to offend her.

«Apricot juice, only it's warm» was the answer.

Англ 2: «Give us seltzer» Berlioz asked.

«There is no seltzer,' the woman in the stand said, and for some reason became offended.

«Apricot soda, only warm» said the woman.

Розглянемо фразу «Дайте нарзану»

Одиниця «Нарзан» має наступні варіанти перекладу: seltzer, narzan, Narzan mineral water. У першому варіанті перекладу перекладач використовував слово «lemonade» що є неспорідненою заміною та змінює зміст образу. Якщо в оригіналі М. Берліоз хоче випити саме мінеральної води, то в перекладі його бажання змінилося на користь лимонаду. Цей варіант перекладу не можна назвати адекватним так як текст оригіналу дещо змінюється. Другий варіант перекладу в даній ситуації є більш правильним. Тут перекладач використав один з варіантів перекладу пропонований словником.

Розглянемо фразу «Абрикосовая, только теплая»

«Абрикосова» є сумішшю свіжого абрикосового соку і газованої води. У першому варіанті перекладач використовував словосполучення «Apricot juice» що дещо змінює зміст оригіналу, тому що «Абрикосова» це не просто сік. Це близький до оригіналу еквівалент, але, тим не менш, сенс трохи викривляється. Другий варіант перекладу більш адекватний. Перекладач використовував словосполучення «Apricot soda» що в дослівному перекладі означає «абрикосовий сік, змішаний з газованою водою».

1.3.Оніми в романі

Власне ім'я (онім) - (від грец. Onoma - ім'я , назва) - слово, словосполучення чи речення, яке служить для виділення названого ним об'єкта з ряду подібних, ідентифікуючи даний об'єкт [6]. На відміну від інших слів, оніми не пов'язані безпосередньо з поняттям; основне їх значення укладено в їх зв'язку з денотатом і вони є шаром лексики, що не вимагає перекладу. До складу власних назв можуть входити будь-які частини мови, артиклі, прийменники. У мовному значенні власних назв ознака «індивідуальної значущості» підводиться під категорію предметності, так як в системі мови ім'я власне, як і загальне, співвідноситься з класом предметів, відображаючи індивідуальність кожного елемента цього класу.

Називаючи героя, ім'я власне стає тематичним словом. Необхідність частого вживання забезпечує йому множинність різноманітних контекстів. Завдяки своїй невіддільності від діючої особи, ім'я сприймається в асоціативному комплексі з ним, отримує право не лише вказувати на позначуваний об'єкт, але і служити його характерологічним представником. Іншими словами, ім’я власне входить в текст семантично порожнім, готовим прийняти будь-яке наповнення. Його змістовне насичення відбувається поступово. У нього включаються всі кваліфікації персонажа, що даються йому автором. Якщо літературний персонаж переступає рамки свого літературного твору, ім'я його перестає служити позначенням однієї конкретної особистості і набуває загальності,

починає жити своїм незалежним життям, іменує тип (психологічний, емоційний, соціальний) [4].

У досліджуваному творі знакові імена (оніми) Майкл Гленні передає транскрибуванням без пояснення. Річард Півер і Лариса Волохонська створюють власні перекладацькі відповідники з урахуванням модальності. Розглянемо один з варіантів передачі онімів.

Молодой спутник его – поэт Иван Николаевич Понырев, пишущий под псевдонимом Бездомный.

Англ. 1: His young companion was the poet Ivan NikolayichPoniryov who wrote under the pseudonym of Bezdomny.

Англ. 2: His young companion was the poet Ivan Nikolayevich Ponyrev, who wrote under the pseudonym of Homeless.

Цей уривок є введенням в розповідь нового персонажа І. М. Понирьова - молодого і талановитого поета, якому М. О. Берліоз замовив велику антирелігійну поему. Іван Миколайович пише під псевдонімом «Бездомний». У XX столітті багато письменників брали собі псевдоніми з різних причин. Багато літераторів російського зарубіжжя другої хвилі змушені були брати псевдоніми, щоб уникнути переслідувань сталінського режиму. Дехто брав собі псевдонім тому, що не хотів афішувати своє авторство з ряду причин. Також відомі випадки, коли псевдоніми бралися початківцями письменниками з боязні провалу. Але основною причиною, було бажання бути таким чином ближче до звичайних людей з робочого класу.

У даному коментарі ми розглянемо переклад імені власного.

Справжнє ім'я поета «Иван Николаевич Понырев» у першому варіанті перекладу було передано як «Ivan Nikolayich Poniryov». Розглядаючи даний варіант перекладу, можна стверджувати, що тут була застосована перекладацька транскрипція. Псевдонім «Бездомный» був також перекладений за допомогою транскрибування.

Вивчаючи другий варіант перекладу, бачимо, що перекладач переклав ім'я автора як «Ivan Nikolayevich Ponyrev» використовуючи при цьому прийом транслітерації. У цьому варіанті псевдонім був перекладений як «Homeless». Такий переклад також можливий, тому що прізвиська можуть і перекладатися і транскрибуватися. Обидва переклади є адекватними і відповідають змісту оригіналу.

1.4.Передача мовної характеристики персонажів

Мовленнєва характеристика - підбір особливих для кожної дійової особи літературного твору слів і виразів, як засобів художнього зображення персонажів. В одних випадках для цієї мети використовуються слова та синтаксичні конструкції літературної мови, в інших засобом мовної характеристики є просторічналексика, необроблений синтаксис і т. п., а також улюблені «слівця» і звороти мови, пристрасть до яких характеризує літературний персонаж з різних сторін (загальнокультурної, соціальної, професійної і т. п.).

Образ героя художнього твору складається з великої кількості факторів - це і характер, і зовнішність, і професія, і захоплення, і коло знайомств, і ставлення до себе і оточуючих. Один з головних - мова персонажа, повною мірою розкриває і внутрішній світ, і спосіб життя.

Розглянемо передачу мовної характеристики на прикладі персонажа Бегемота

«Машину зря гоняет казенную!» – наябедничал и кот, жуягриб.

Англ. 1: «Drives around in a free car!» said the cat slanderously, chewing amushroom.

Англ. 2: «Availing hisself of a government car!» the cat snitched, chewing amushroom.

«Каким отделением выдан документ?... Четыреста двенадцатым, ну да, конечно! Мне это отделение известно! Там кому попало выдают паспорта!»

Англ.1:«Whichdepartmentissuedthispassport?» askedthecat. «Department four hundred and twenty. Well, of course! I know that department, they issue passports to anybody who comes along».

Англ. 2: «What office issued this document?»the cat asked. «The 412th,» the cat said to himself. «Ah, yes, of course! I know that office, they issue passports to anybody».

«Не шалю, никого не трогаю, починяю примус, и еще считаю долгом предупредить, что кот древнее и неприкосновенное животное».

Англ.1: «I'm doing no harm-I'm not playing games, I'm mending the Primus,» said the cat with a hostile scowl, «and I'd better warn you that a cat is an ancient and inviolable animal».

Англ.2: «Ain't misbehaving, ain't bothering anybody, just reparing my primus,» said the cat with an unfriendly scowl, «and I also consider it my duty to warn you that the cat is an ancient and inviolable animal».

Бегемот - один з підручних Воланда, який постає в образі величезного чорного кота. Кіт Бегемот в романі М.О. Булгакова комічно поєднує схильність до філософствування і «інтелігентні» звички з шахраюванням і агресивністю. Цей кіт - перевертень і улюблений блазень сатани, мабуть, найбільш кумедний і незабутній персонаж з оточення Воланда.

Виходячи з промови Бегемота, даний персонаж представляється нам якимось дотепним шахраєм, здатним викрутиться з будь-якої ситуації. Персонаж є блазнем у свиті Воланда, і тому його мова насичена різного роду жартами. Кіт Бегемот, безсумнівно, найяскравіший з усієї свити. Однак, в його мові дуже часто простежується лукавість персонажа. Бегемот може бути галантним і інтелігентним і в одну мить перетворитися на досить нахабного і грубого персонажа, який інколи веде себе дуже зухвало. Також розглядаючи мову Бегемота, варто відзначити, що він відчайдушний брехун, причому найцікавіше в брехні кота те, що це брехня від першого до останнього слова. Герой М.О. Булгакова надзвичайно хвастливий і називає свої слова не інакше як міцно зв'язаними силогізмами. Бегемот не зможе змовчати, якщо при ньому в чому-небудь звинувачують іншу людину і обов'язково вставить слово.

На додачу, можна сказати, що цей персонаж - образ збірний і повчальний. Бегемот уособлює собою всі страхи і вади людини. Письменник як би радить нам не чинити так, як чинить кіт і долати в собі ті негативні якості, які без сорому демонструє Бегемот.

Висновки

Для аналізу даного твору було вибрано всього 120 прикладів. Із цього для мовної характеристики – 46 прикладів, 18 з яких були перекладені за допомогою модуляції, 11 за допомогою вилучення, 4 додавання, 5 конкретизацією, 4 генералізацією, 3 калькуванням і 1 нульовою трансформацією. Для власних імен було вибрано 18, 10 із них переклали транслітерацією, 8 транскрибуванням. Алюзій було знайдено 12, 5 переклали за допомогою модуляції, 4 додаванням, 2 вилученням, 1 генералізацією. Реалій вибрано 20, 10 із них перекладено транслітерацією, 4 транскрибуванням, 6 описовим перекладом.

Аналіз перекладів даного роману дозволяє зробити висновок про стратегії перекладачів. Майкл Гленні створив з роману своєрідний фентезі щоб просто розважити читача. Що ж до сенсу, у своєму перекладі він передав лише поверхневий шар, опускаючи всі базові шари, на яких і побудований роман. Майкл Гленні не став вникати в суть самого роману і перетворив безсмертний шедевр М.О. Булгакова в просто захоплюючу історію. Річард Півер і Лариса Волохонська, навпаки, створили багатозначний твір для читачів з різним рівнем культурної підготовки. Вони максимально,передали суть і стиль викладу М.О. Булгакова. Їх основним завданням було передати саму основу твору. І якщо говорити, в даному випадку про адекватність перекладів, то враховуючи те що адекватність - це передача глибини твору, то безперечно саме другий варіант перекладу можна назвати адекватним.

Перелік використаної літератури

6. Влахов С.І., Флорин С.П. Непереводимое в переводе: учебное пособие. - М.: Международные отношения, 1980. - 342 с.
7. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. Изд. 4-е, стереотипное. - М: КомКнига, 2006. — 144 с.
8. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад (На матеріалі англомовних перекладів української прози). – Л.:Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. – 216.
9. Кухаренко В.А. Интерпретация текста. – М.: Просвещение, 1988. – 192 с.
10. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов. – М.: Academia,2000. – 141 с.
11. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. – М.: Наука, 1973. – 366с.

ОСОБЛИВОСТІ АМЕРИКАНСЬКОЇ РОЗМОВНОЇ ЛЕКСИКИ (НА МАТЕРІАЛІ КІНОФІЛЬМУ “ФОРРЕСТ ГАМП”)

Студентка групи П-119М, Романенко Н.В.
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя вул. Кияшко 16-б

Вступ

Дослідження розмовної лексики та її переклад, де є поширеним використання розмовної лексики, залишається актуальним завдяки динамізму мовних змін, що неразривно повязане з проблемами класифікації лексико-семантичних шарів мови, а також визначення питань мовної норми.

Проблеми перекладу розмовної лексики є досить поширеними, особливо при перекладі медіальних текстів, де немає можливостей для застосування ані описового перекладу, ані для смислового розвитку, тому має місце велика кількість перекладацьких втрат, помилок, неадекватного розуміння різних розмовних форм.

У фільмі «Форрест Гамп» представлені різні типи мовлення, тому фільм дає яскраве враження саме про американський варіант англійської мови в її розмовних варіантах – загальнорозмовне мовлення різного ступеня зниженості, військовий сленг та афро-американський соціально-етнічний діалект.

1. Мета і завдання дослідження

Метою роботи є виявлення комплексних характеристик літературних та нелітературних розмовних форм американського варіанту.англійської мови. Завданнямє описати синтаксинчні та лексичні особливості розмовної лексики та розглянути основні перекладацькі проблеми, що виникають при передачі текстів із розмовним мовленням.

2. Виклад основного матеріалу

Питання про те, які мовні форми мають бути віднесеними до літературних та нелітературних форм досі залишається відкритим у зв’язку з постійними динамічними змінами у мові [1]. Проте дослідник М.М. Гухман визначає основні критерії, за якими літературна мова умовно відрізняється від нелітературних мовних форм. Це, перш за все – опрацьованість, брак спонтанності вислову та пов’язана із ним селективність,наддіалектність та поліфункціональність.Останнім часом межі літературного мовлення не є чітко окресленими, оскільки мовні форми одного соціального класу починають широко використовуватися представниками іншого класу, що обумовлює зсув літературних мовленнєвих форм [1].

Сучасна англійська мова, в тому числі її американський варіант, може бути описана за допомогою комплексу як лінгвістичних, так і соціальних ознак. Умовно усі варіанти одної мови можна розподілити на територіальні діалекти, соціальні діалекти, включаючи американський сленг та соціально-етнічний діалект African American Vernacular English.

Найголовнішими дослідникамитериторіальних діалектів вважаються У.Лабов, Г.Курат та Карвер [1].

Головним методом дослідження, який використовувася при вивченні територіальних діалектів, був імплікаційний метод, суттю якого було вивчення мовлення індивідів, але не колективу. Недоліком цього методу, на думку У.Лабова, це ігнорування існування діалектів, що їх використовують відносно гомогенні соціальні групи та недооцінення ролі соціальних факторів. Саме тому У.Лабов склав карту, яка б повної мірою компенсувала ці втрати.

Теорія У.Лабова демонструє у відповідності до різних регіонів США спільні риси, виражені елементами, що об’єднуютьгрупи діалектів. Дані спільні групи були відображені за допомогою ізоглос, що наглядно показували фонологічні, граматичні та лексичні елементи, що є загальними для тієї чи іншої територіальної групи.

Теорія Г.Курата, подібно до теорії У.Лабова, грунтується на дослідженнях спільних рис мовлення у певних регіонах США, що також відображується за допомогою ізоглос. Окрім даних територіальних карт, Г.Курат розробив таблиці стосовно частотності вживання певної лексичної одиниці у тому чи іншому регіоні, що виражалося за допомогою індикаторів трьох ступенів вживаності.

Сучаснішим дослідником діалектів вважається Карвер. Він, подібно до своїх

попередників, застосовував метод ізоглос, проте, вважаючи, що ізоглоси двадцятого сторіччя є дещо застарілими, створив більш сучасні територіальні карти, віднайшовши три головні зразки зміни вимови слів - the Northern Cities Shift, the Southern Shift, and Low Back Merger, що в свою чергу підтверджує той факт, що будь-яка мова світу змінюється, і змінюються установлені межі літературного мовлення [3].

Соціальні діалекти в США представлені професійними діалектами,груповими (корпоративними) жаргонами, а також жаргонами декласованих елементів суспільства. Проте у США існує думка, що соціальний діалект – це, перш за все, просторіччя, яким розмовляють нижчі прошарки населення. [4] Дане судження має певне підґрунтя, оскільки велика кількість діалектних форм є соціально забарвленою. Таким чином, диференціація на основі відносного соціального статусу являє собою найважливішу рису соціальних діалектів США [3].

Виходячи з цього, саме тому дослідження соціальної діалектології певною мірою сфокусовані на соціально-етнічному діалекті African American Vernacular English [1]. African American Vernacular English або Black English – це лінгвістичний варіант, що використовується афроамериканцями США, представлений системою спеціальних правил з комбінації звуків для формування слів, та комбінації слів – для формування фраз та речень.[3] Подібно до територіальних діалектів, Black English має свої синтаксичні, лексичні та фонологічні ознаки. Щодо синтаксису, то тут мають місце такі риси – інверсія слів у реченні, відсутність допоміжного слова у запитаннях, безособове використання дієслова to be, подвійне заперечення, відсутність узгодження часів та використання редукційних форм модальних дієслів. Фонологічні ознаки полягають у певних обмеженнях щодо комбінації всередині слова, що відповідно дещо змінює вимову слова [3].

У практичній частині роботи було розглянуто лексичні та синтаксичні особливості розмовної лексики американського варіанту англійської мови. При вивченні скрипту було віднайдено 121 синтаксичну особливість. Дані синтаксичні риси було вивчено і систематизовано у відповідності до частоти вживання. Найпоширенішою синтаксичною характеристикою розмовного мовлення є використання редукційних форм модальних дієслів, наприклад, gonna замість tobegoingto, wanna замість want, musta замість must та gottaвідповідно замість gotto. В межах редукційних форм модальних дієслів найчастіше використовують форму gonna, в тексті вона зустрічається 31 раз. Окрім вищезазначених форм мають місце такі синтаксичні особливості розмовної лексики, як редукційна форма дієслова arenot у вигляді ain't (вживається 20 разів), стяжіння дієслівних форм, накшталт comin’ замість coming (зустрічається 37 разів), неузгодження числа дієслова tobe з підметом, наприклад, у реченні*Shesaidwewasrelatedtohiminsomeway.* Дана риса вживана 5 разів. Також було виявлено неузгодження часів в межах складного речення, наприклад, *Mommatoldmiracleshappeneveryday,* що має місце 3 рази, відсутність допоміжного дієслова у запитаннях як у репліці *You want a chocolate?*, подвійне заперечення та інверсійний порядок слів у стверджувальному реченні.

Власне лексичні особливості було систематизоване у відповідності до категорій розмовної літературної лексики, нелітературної лексики, вираженої спеціальним військовим сленгом, нелітературними формами та соціально-етнічним афро-американським діалектом. Було виявлено, що найбільш уживаним є загальнорозмовна лексика, наприклад, такі лексичні одниці як *famouser «дуже популярна людина», baby-cake”милий», showdown «розбірка»,freak «дивна людина», sideshow «підтанцьока», godzillionaire «суперміллiонер»* та ін. Спеціальний військовий сленг налічує 10 лексичних одиниць, серед них *helo(вертоліт), LegLima (назва військового підрозділу), Strongarm (назва військової бази) , Roger (позивний «прийом» під час радіоповідомлень),* тощо. Нелітературні форми використовуються 26 разів.

Окрім лінгвістичних особливостей розмовного мовлення було вивчено проблеми перекладу персонажів та класифіковано їх за такими категоріями: повна семантична втрата, часткова семантична втрата, стилістична втрата та неточності, пов’язані з неадекватним перекладом лексичних одиниць соціокультурногофону та реалій США.

Наприклад, у реченні *Jennyandmewaslikepeasandcarrots*має місце повна семантична втрата, оскільки перекладач неправиль но переклав фразеологічну одиницю – *Дженни я были похожи на морковку с горошком.* Адекватним

вважатиметься переклад із застосуванням семантичного аналогу даного фразеологізма – *Дженнии я были не разлей вода.* Часткова семантична втрата відзначена у такому реченні - *Um, nothingatall, thankyou. My legs are just fine and dandy.*

«Мм…ничего, спасибо. У меня отличные ноги.». У даному випадку більш доцільним буде переклад, «*«Мм…ничего, спасибо. С моими ногами все в порядке».* При даному перекладі було застосовано такий перекладацький прийом як генералізація.

Наступнийприкладдемонструєякстилістичну, такісемантичнувтрату. *They wore their robes and their bedsheets and act like a bunch of ghosts or spooks or something. «Они одевались в свои робы и белые простыни и вели себя как кучка привидений или призраков или чего-то еще.» «Они одевались в белые одежды и даже повязывали простыни, действуя как кучка привидений или духов, что-то вроде того.»* У другому варіанті перекладу з метою збереження синтаксичних і стилістичних норм російської мови було застосовано дві перекладацькі трансформації – опущення і додавання.

Щодо проблем перекладу, пов'язаних з неправильним уявленням про реалії США, можна навести такий приклад:

Well, you ain't never caught a rabbit, and you ain't no friend of mine.

You ain't nothing but a hound, hound dog….

НаведенийприкладєуривкомзвідомоїпісніЕлвісаПерслі «Hound Dog». Перекладуцьогоуривкунаданонебуло. Уданійпіснівикористовуєтьсяалегорія, вираженаупідтекстітакихслів, як «*rabbit*» та «*hound dog*», щоокрімсвоїпрямихзначень, вживаютьсяузначенні «дівчина» та « бабій» відповідно.

Результати вивчення перекладацьких помилок показали, що найбільше було допущено повної семантичної втрати та неточностей, пов'язаних з реаліями та соціолінгвістичним фоном. Поряд з виявленими перекладацькими неточностями було запропоновано власний переклад із застосуванням таких перекладацьких трансформацій як компенсація та модуляція.

Висновки

Систематизувавши лексичні та синтаксичні особливості розмовного мовлення американського варіанту англійської мови, можна відзначити, що синтаксичні риси розмовної лексики з однаковою частотою зустрічаються як у загальнорозмовному літературному мовленні, так і у соціально-етнічному діалектіAfricanAmericanVernacularEnglish та спеціальному військовому сленгі. Щодо використання лексичних одиниць розмовного мовлення, то вони також наявні для усіх категорій нелітературної лексики, окрім одниць військового сленгу. При перекладі подібних текстів найпоширеніша помилка полягає у неадекватному розумінні як розмовних форм, так і соціокультурного фону. Перекладаючи тексти, де є поширена розмовна лексика та реалії тієї чи іншої країни найдоцільнішим є застосування прийому компенсації для збереження стилістичних рис тексту.

Список використаних джерел

1. Швейцер А.Д. Социальная дифференциация английского языка в США. – М.: Наука, 1983. – 215 с.
2. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language. – Cambridge University Press, 1995. – 482 p.
3. Finegan E., Rickford J. (eds.) Language in the USA. – Cambridge University Press, 2004. – 502 p.
4. Wolfram W., Schilling-Estes N. American English: Dialects and Variation. – Oxford: Blackwell Publishers, 1998. – 397 p.

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА В РОМАНЕ Ф. С. ФИЦДЖЕРАЛЬДА «ВЕЛИКИЙ ГЭТСБИ»

студентка гр. П-119М Трандафилова М.С.
ЗИЭИТ, Украина, г. Запорожье ул. Кияшко 16-Б.
M. Trandafilova@econom.zp.ua

Введение

Взаимоотношение языка и культуры, которое отражается в художественном тексте, по-прежнему является актуальным в лингвистике текста. Язык не только отражает культуру, и в нем проявляются особенности мышления, но и сам язык влияет на когнитивные категории – то, как мы воспринимаем и классифицируем действительность [1].

В этом плане роман Ф.С.Фицджеральда «Великий Гэтсби» представляет значительный интерес. В романе присутствует разнообразие стилистических приемов, а также богатый лексический материал, отражающий Америку 1920-1930-х годов, период Великой Депрессии, Сухого Закона, «Грохочущих двадцатых», Века Джаза, время значительных социальных потрясений, которые были отражены в языке.

1. Цель и задачи исследования

Цель - определить выражение культуры и стилистических особенностей в романе Ф. С.Фицджеральда «Великий Гэтсби» Задачи исследования заключаются в том, чтобы установить особенности социолингвистического фона романа «Великий Гэтсби», выявить особенности авторского стиля Ф. С. Фицджеральда, определить семантические особенности реалий и стилистических приемов.

2. Изложение основного материала

Язык и культура тесно связаны между собой и обнаруживают взаимное влияние. В разных местностях языки будут иметь свои особенности. Например, в языке эскимосов есть несколько десятков слов для обозначения понятия «снег» в различных проявлениях, в то время как в английском языке эта категория выражена гораздо меньшим количеством лексем, и, соответственно, присутствует меньшее количество понятий. Отличаться будет и лексика, обозначающая цветовую гамму. А что касается времен, у племен хопи, например, наблюдается совершенно другое понятие о времени, и это, соответственно, отражается на их языке. Вывод здесь не простой: основополагающие категории реальности не появляются из ниоткуда, они навязаны нам той или иной культурой [1].

Композиция романа «Великий Гэтсби» является весьма удачной, эту работу Ф. С. Фицджеральда даже называли образцом романа, благодаря его построению. Особенностью романа является и то, что нет счастливого конца, главный положительный герой погибает, а герой, представлен с негативной стороны, становится победителем. Ф. С. Фицджеральд точно подмечает мелкие детали жизни людей, описанных в его романе. Каждый герой особенный, даже второстепенные фигуры описаны до мелких деталей и каждый из образов имеет своеобразие и индивидуальность.

Во второй части работы были исследованы стилистические средства и цветовая гамма, которую использует автор. Среди лексико-стилистических средств самыми распространенными являются следующие средства: повтор, сравнение и метафора, также присутствуют реалии, аллюзии, регионально маркированная лексика – американизмы и британизмы.

Рассматривая цветовую гамму, использованную в романе, можно отметить 37 слов, обозначающих различные оттенки цветов. Наиболее часто встречаются такие цвета: белый (18 раз), желтый (17 раз), голубой (14 раз), красный (12 раз), серый (11 раз),золотой (10 раз), и зеленый (9раз).

Ф. С. Фицджеральд не только пытался точно передать оттенок каждого описываемого им цвета, но и придать второе значение словам, обозначающим цвета. Каждый цвет имеет свою символику, которую автор пытается донести до читателя.

Например, в описании жизни своих героев автор часто прибегает к золотому цвету.

Золото всегда считалось драгоценным металлом и имело свою ценность, во всех культурах этот металл ассоциировали с солнцем. Ацтеки считали золото экскрементами солнечного Бога. Золото всегда считалось символом совершенства, и тот, кто имел его, был морально и материально богат [3].

Поэтому Ф. С. Фицджеральд всегда подчеркивал материальное благополучие своих героев золотыми оттенками, а главную героиню,Дейзи,которую с детства окружает роскошь и вседозволенность, автор часто называет a golden girl «золотая дева»: *"Her voice is full of money," he said suddenly.That was it. I'd never understood before. It was full of money—that was the inexhaustible charm that rose and fell in it, the jingle of it, the cymbals' song of it. ... High in a white palace the king's daughter, the golden girl....*[2]. «В нем звенят деньги, — неожиданно сказал он. Ну конечно же. Как я не понял раньше. Деньги звенели в этом голосе — вот что так пленяло в его бесконечных переливах, звон металла, победная песнь кимвал.…Во дворце высоком, беломраморном, королевна, дева золотая…»

Во многих свидетельствах цвет золота стали называть «желтым», Ф. С.Фицджеральд употребляет такие выражения для его передачи: *yellow* «желтый», *yellowy* «желтоватый», *yellowing* «желтеющий», faint orange «бледно-оранжевый», *autumn-leaf yellow* «цвет осенней листвы», *murky yellow* «тусклый желтый» и т.д.

Однако, в отличии от золотого, символизирующего богатство и могущество, в народной символике желтый часто связывают сревностью, жадностью, завистью [3] .ИменнопоэтомужелтыеоттенкитакчастоприсутствуютвописаниинарядовгостейГэтсби, которыенескрывалисвоегопрезренияпоотношениюкглавномугерою:*She held my hand impersonally, as a promise that she'd take care of me in a minute, and gave ear to two girls in twin yellow dresses, who stopped at the foot of the steps* [2].«Она слегка придержала мою руку в знак того, что займется мною чуть погодя, а сама вопросительно повернулась к двум девицам в совершенно одинаковых желтых платьях, остановившимся у подножия лестницы».

Ф. С. Фицджеральд акцентировал особое внимание на серой гамме.

Этот цвет символизирует грусть, унылость, скуку, старость. Для передачи серого цвета используются такие словосочетания как*ash-gray men* «шлаково-серые человечки»,*leaden* «свинцово-серые», *the cement colour* «цвет цемента», *white ashen dust* «пепельно-белая пыль», *a gray, scrawny Italian child* «тщедушный мальчишка-итальянец с серым лицом», *gray windows* «серые окна» и т.д. Также, не смотря на яркие наряды, автор считал серыми тех гостей, которые посещали вечеринки Гэтсби, более того, даже их имена казались ему однообразными: *the gray names* «серые имена».

Близок к серому цвет серебра, однако серебро – это драгоценный металл, хоть и не настолько значимый, как золото.В большей части культур серебро связывают с Луной и лунными божествами [3]. В своем романе Ф.С.Фицджеральд также употребляет этот цвет при описании луны: *A silver curve of the moon hovered already in the western sky* [2]. «Серебристая дуга луны перебралась уже в сторону запада».

Что касается синего (голубого) цвета, он символизирует сдержанность, воздействует на людей успокаивающе, склоняет их к задумчивости. Синий цвет является глубоким и не материальным, цвет неба словно парит в воздухе, он неуловим [3]. Таковым описывается и главный герой романа, Гэтсби. Его мысли всегда где-то далеко, он постоянно грустит и никто не знает, что за сотни мыслей витают в его голове. Именно поэтому автор так часто окружает главного героя синевато-голубыми оттенками. *In his blue gardens men and girls came and went like moths among the whisperings and the champagne and the stars* [2]. «Мужские и женские силуэты вились, точно мотыльки, в синеве его сада, среди приглушенных голосов, шампанского и звезд».

Известно, что красный всегда ассоциировался с агрессией, он родствен огню и обозначает не только любовь, но и борьбу не на жизнь, а на смерть, он часто бывает навязчивым и отталкивающим [3] . Белый же цвет связывают с невинностью, непорочностью и чистотой [3].

С самого начала романа автор описывает поместье Тома и Дейзи, как снаружи так и внутри дом Бьюкененов описывается в красно-белой гамме: *acheerfulred-and-whiteGeorgianColonialmansion«*веселый красный с белым дом в георгианско-колониальном стиле»;*abrightrosy-coloredspace* «сияющее розовое

пространство»; *gleamingwhitewindows*«окна сверкали белизной»; *thewine-coloredrug*«по винно-красному ковру».

В данном случае красный цвет имеет непосредственное отношение к образу Тома, он жесток, непощаден и импульсивен. А Дейзи в свою очередь стремится окружить себя всем белым, ее наряды всегда светлые, таким способом она поддерживает свой непорочный образ, созданный ею самой.

Одну из самых важных ролей цветовой гаммы романа играет зеленый цвет. Исходя из народных представлений, зеленый всегда отображал символ надежды. Этот цвет ассоциируется с весной, которая со своим приходом вносит в мир зеленые краски свежей листвы, с ростом и расцветанием.Зеленый – это надежда порождения чего-то нового, светлого и ясного [3].В романе Ф.С.Фицджеральда надежда Гэтсби также горит зеленым огоньком по ту сторону залива. *“If it wasn’t for the mist we could see your home across the bay,” said Gatsby. “You always have a green light that burns all night at the end of your dock.” Daisy put her arm through his abruptly, but he seemed absorbed in what he had just said. Possibly it had occurred to him that the colossal significance of that light had now vanished forever. Compared to the great distance that had separated him from Daisy it had seemed very near to her, almost touching her. It had seemed as close as a star to the moon. Now it was again a green light on a dock. His count of enchanted objects had diminished by one* [2]. «Вяснуюпогодуотсюдавиднавашавилланатойсторонебухты, — сказалГэтсби. У вас там на причале всю ночь светится зеленый огонек. Дэзи порывисто взяла его под руку, но он, казалось, был весь поглощен додумыванием сказанного. Может быть, его вдруг поразила мысль, что зеленый огонек теперь навсегда утратил для него свое колоссальное значение. Раньше, когда Дэзи была так невероятно далеко, ему чудилось, что этот огонек горит где-то совсем рядом с ней, чуть ли не касается ее. Он смотрел на него, как на звездочку, мерцающую в соседстве с луной. Теперь это был просто зеленый фонарь на причале. Одним талисманом стало меньше».

В романе «Великий Гэтсби» было выделено 112 реалий. В данной работе был принят принцип исследования реалий согласно классификации С. Влаховаи С.Флорина [4].

Обращаясь к предметному делению реалий, было отмечено 42 географические реалии, среди которых чаще всего встречались ойконимы (названия населенных пунктов, стран, городов, улиц, площадей, достопримечательностей, национальных парков и т.д.).

Например: *Instead of being the warm center of the world, the Middle West now seemed like the ragged edge of the universe—so I decided to go East and learn the bond business* [2]. «Средний Запад казался мне теперь не кипучим центром мироздания, а скорее обтрепанным подолом вселенной; и в конце концов я решил уехать на Восток и заняться изучением кредитного дела.»

One of them I call Montauk Point—The Gulls, and the other I call Montauk Point—The Sea.”[2]. «Один я назвал «Мыс Монток. Чайки», а другой — «Мыс Монток. Море».

Этнографических реалий было выделено 36 штук, среди которых5 реалий, отображающие быт:

She had a bottle of Sauterne in one hand and a letter in the other [2]. «В одной руке у нее бутылка сотерна, а в другой какое-то письмо»;

4 реалии, отражающиеособенноститрудаописываемоговремени: *I knew the other clerks and young bond-salesmen by their first names, and lunched with them in dark, crowded restaurants on little pig sausages and mashed potatoes and coffee* [2]. «Я знал по именам всех прочих молодых клерков и агентов по продаже ценных бумаг»;

25 реалийсвязанныхсискусствомикультурой: *When I came back they had disappeared, so I sat down discreetly in the living-room and read a chapter of Simon Called Peter—either it was terrible stuff or the whiskey distorted things, because it didn’t make any sense to me* [2]. «Когда я вернулся, в гостиной никого не было; я скромно уселся в уголке и прочел целую главу из «Симона, называемого Петром» — но одно из двух: или это страшная чушь, или в голове у меня путалось после выпитого виски, — во всяком случае, я ровно ничего не мог понять».

Среди общественно-политических реалий в данном романе присутствуют преимущественно военные реалии, их было найдено 10 штук.

Например:*I graduated from New Haven in 1915, just a quarter of a century after my father, and a little later I participated in that delayed Teutonic migration known as the Great War* [2]. «Я окончил Йельский университет в 1915 году, ровно через четверть века

после моего отца, а немного спустя я принял участие в Великой мировой войне — название, которое принято давать запоздалой миграции тевтонских племен»

Отдельно были рассмотрены реалии, которые отражают время «Грохочущих двадцатых»Америки (1920-е годы).

Например: *“He’s a bootlegger,” said the young ladies, moving somewhere between his cocktails and his flowers* [2]. «— Он бутлегер, — шептались дамы, попивая его коктейли и нюхая его цветы»

Наибольшее количество среди имеющихся в романе стилистических средств, имеет повтор. Было найдено 218 случаев употребления данного стилистического приема. В связи со сложностью классификации повторов, в данной работе этот стилистический прием исследовался по следующему принципу:все повторы разделены по категориям в связи с тем, какими единицами они выражены в тексте (лексический, фразовый и синтаксический); а также по взаимному положению, которое он занимает в предложении (дистантный, смежный и контактный). К дистантному повтору можно отнести анафору, эпифору и симплоку, а также хиазм. К смежному виду повтора можно отнести анадиплосис.

В романе было найдено 166 лексических повторов, 29 фразовых повторов, 43 синтаксических повторов.

Рассматривая дистантный вид повтора, в романе было обнаружено 50 случаев использования автором эпифоры.Эпифора может быть выражена лексическим, фразовым либо синтаксическим повтором. В данном романе было обнаружено 34 эпифоры, выраженной лексическим повтором, 11 эпифор, выраженных фразовым повтором и 5 эпифор, выраженных синтаксическим повтором.

“It’s about the butler’s nose. Do you want to bear about the butler’s nose?”[2]. « Про нос нашего лакея. Хочешь узнать тайну про нос нашего лакея?»

В этом предложении эпифора выражена фразой.

Анафора в романе была использована 28 раз, среди них можно также обнаружить 9 лексических повторов,12 фразовых повторов и 7 синтаксических.

“I want to get one of those dogs,” she said earnestly. “I want to get one for the apartment [2]. «— Хочу одну из таких собачек, — потребовала она — Пусть у нас в квартирке живет одна такая собачка».

В данном примере анафора выражена синтаксически, повторяется предложение.

Симплока была использована 12 раз.Она была выражена лексическим повтором 6 раз, 2 раза фразовым, и 4 раза синтаксическим повтором.

It understood you just as far as you wanted to be understood, believed in you as you would like to believe in yourself, and assured you that it had precisely the impression of you that, at your best, you hoped to convey [2]. «И вы чувствуете, что вас понимают ровно настолько, насколько вам угодно быть понятым, верят в вас в той мере, в какой вы в себя верите сами, и безусловно видят вас именно таким, каким вы больше всего хотели бы казаться».

В данном случае симплока выражена лексически, повторяется одно слово.

Рассматривая смежный повтор, можно обнаружить 17 случаев использования такого приема, как анадиплосис. Среди них 14 лексических повторов, 2 фразовых, и 6 синтаксических повторов.

“Iwouldn’tasktoomuchofher,” Iventured.“You can’t repeat the past.” “Can’t repeat the past?” he cried incredulously [2]. «Вы слишком многого от нее хотите, — рискнул я заметить — Нельзя вернуть прошлое.— Нельзя вернуть прошлое? — недоверчиво воскликнул он».

В данном случае анадиплосис выражен синтаксически, повторяется целое предложение.

В романе было рассмотрено 93 метафоры. Метафоры были проанализированы по семантике, по сущности образа, и структуре. Метафоры выражаются сложными и простыми предложениями, а также фразами. Метафор, выраженных предложением, в тексте 74 штуки, метафор, выраженных фразами, – 19.

36 из них являются стертыми метафорами, однако они тоже представляют собой интерес, и были рассмотрены как отдельный вид. Данные метафоры уже давно укоренились в языке, и не воспринимаются читателем в виде метафор, как таковых. Существующая ранее образность в той или иной фразе становится чем-то обыденным ипривычным. В романе «Великий Гэтсби» стертые метафоры чаще выражены предложением, 34 случая, остальные 2 выражены фразой.

As we passed over the dark bridge her wan face fell lazily against my coat’s shoulder and the formidable stroke of thirty died away with the reassuring pressure of her hand [2]. «Когда замелькали мимо темные переплеты моста, ее бледное личико лениво

склонилось к моему плечу и ободряющее пожатие ее руки умерило обрушившуюся на меня тяжесть тридцатилетия».

В данном случае метафора выражена предложением. Очевидно, что тридцатилетие это абстрактное понятие и физически оно не может иметь какой-либо вес, а соответственно, и тяжесть. Однако слово тяжесть уже давно обрело в языке второе значение, которое может использоваться с абстрактными понятиями, поэтому эту метафору относим к стертой.

Среди остальных метафор, которые не относятся к стертым, были выделены метафоры, с использованием персонификации, а также метафоры, в которых конкретное понятие переходит в абстрактное либо абстрактное понятие переходит в конкретное, также были найдены случаи, где физические действия сравнивались с понятиями чувственно-умственного восприятия. Еще один немало важный вид – это метафора с использованием синестезии, когда используется прием переноса ощущений.

Метафор с использованием персонификации было найдено 10 штук. 7 из них выражены в форме предложения, остальные три фразой.

I saw the skins of tigers flaming in his palace on the Grand Canal; I saw him opening a chest of rubies to ease, with their crimson-lighted depths, the drawings of his broken heart [2]. «Мне представились тигровые шкуры, пламенеющие в апартаментах его дворца на Большом Канале, представился он сам, склонившийся над ларцом, полным рубинов, чтобы игрой багряных огоньков в их глубине утишить боль своего раненого сердца».

В данном случае мы видим метафору, выраженную фразой: «рисунки его разбитого сердца».К сожалению, она не передана при переводе, однако, рассматривая английский вариант, очевидно, что сердце отожествляется с живым существом, умеющим рисовать.

Также есть случаи, когда метафора не относится ни к одной из выше перечисленных категорий, однако является сложной, наполненной образности и интересной для исследования.

Например: *“You’ve dyed your hair since then,” remarked Jordan, and I started, but the girls had moved casually on and her remark was addressed to the premature moon, produced like the supper, no doubt, out of a caterer’s basket*[2].«— У вас тогда волосы были другого цвета, — возразила Джордан. Я так и подскочил, но девицы уже прошли мимо, и ее замечание могла принять на свой счет только скороспелая луна, доставленная, должно быть, в корзине вместе с закусками».

В данном случае мы видим 2 метафоры, которые выражены в одном сложноподчиненном предложении. Наделяя луну способностью выслушать замечание девушки, автор использует персонификацию, якобы указывая на то, что луна является одушевленным предметом. А далее он дает понять, что луна, как и прекрасный, всеми желанный ужин, была доставлена на вечеринку в корзине для фруктов. Таким образом, мы видим своего рода контраст, изначально луна наделена человеческими способностями, а затем она оказывается просто частью декораций великой вечеринки.

Обратимсякещеодномупримеру: *Out of the corner of his eye Gatsby saw that the blocks of the sidewalks really formed a ladder and mounted to a secret place above the trees—he could climb to it, if he climbed alone, and once there he could suck on the pap of life, gulp down the incomparable milk of wonder* [2].«Краешком глаза Гэтсби увидел, что плиты тротуара вовсе не плиты, а перекладины лестницы, ведущей в тайник над верхушками деревьев, — он может взобраться туда по этой лестнице, если будет взбираться один, и там, приникнув к сосцам самой жизни, глотнуть ее чудотворного молока».

В данном случае мы видим сравнение физического действия, а именно сосание младенцем молоко матери, с прелестями жизни. Автор указывает на то, что питаться молоком матери для ребенка это истинное наслаждение жизнью. В данном случае прослеживается такой образ: жизнь это мать, а мы люди, все ее дети.

Что касается сравнения, этот прием чем-то близок метафоре, однако метафора и сравнение различаются как структурно, так и семантически. С точки зрения семантики, сравнение – это что-то более определенное: сравнение указывает на конкретный признак сходства в отличии от метафоры, которая лишь имплицирует это сходство, а также сравнение выделяет переходящий признак, метафора же указывает на постоянный признак сходства [5].

В романе было найдено 121 предложение с использованием сравнения. Среди них были выделены сравнения, которые выражаются с

помощью предлога *like*либо союза *as,* которые переводятся «как» – 57 случаев.

On week-ends his Rolls-Royce became an omnibus, bearing parties to and from the city between nine in the morning and long past midnight, while his station wagon scampered like a brisk yellow bug to meet all trains [2]. «По субботам и воскресеньям его «роллс-ройс» превращался в рейсовый автобус и с утра до глубокой ночи возил гостей из города или в город, а его многоместный «форд» к приходу каждого поезда торопливо бежал на станцию, точно желтый проворный жук.

А также сравнения, выраженные с помощью союзов *asthough* и *asif*«как будто» «словно» «как если бы» - 63 случая.

If personality is an unbroken series of successful gestures, then there was something gorgeous about him; some heightened sensitivity to the promises of life, as if he were related to one of those intricate machines that register earthquakes ten thousand miles away [2].«Если мерить личность ее умением себя проявлять, то в этом человеке было поистине нечто великолепное, какая-то повышенная чувствительность ко всем посулам жизни, словно он был частью одного из тех сложных приборов, которые регистрируют подземные толчки где-то за десятки тысяч миль».

Заключение

В романе Ф. С. Фицджеральда «Великий Гэтсби» отмечено отражениекультурных особенностей Америки 1920-х годов. Роман имеет богатый лексический материал, состоящий из реалий, а также регионально-маркированной лексики.

Среди стилистических приемов наиболее часто встречается повтор, сравнение и метафора. По структуре среди повторов обнаружены лексический, фразовый и синтаксический повтор, по взаимному положению, которое они занимают в предложении – дистантный, контактный, смежный повтор. К дистантному повтору относится анафора, эпифора и симплока. К смежному виду повтора относится анадиплосис.

Что касается метафоры, они выражены предложениями либо фразами в тексте. В романе были выделены метафоры, с использованием персонификации, а также метафоры, в которых конкретное понятие переходит в абстрактное либо абстрактное понятие переходит в конкретное, также были найдены случаи, где физические действия сравнивались с понятиями чувственно-умственного восприятия. Еще один немало важный вид – это метафора с использованием синестезии.

Список использованной литературы

1.StevenPinker. The Language Instinct. The New Science of Language and Mind. – 483 с.

2.FitzgeraldFrancis Scott. The Great Gatsby. – 1925. – 139 с.

3. Ганс Бидерманн. Энциклопедия символов. - 1996. – 336 с.

4.Сергей Влахов, Сидер Флорин. Непереводимое в переводе. – 1980. -341с.

5. А. Н. Мороховский и др. Стилистика английского языка. – 1984. – 247с.

СИНХРОНИЧЕСКИЕ И ДИАХРОНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КУЛИНАРНЫХ НАИМЕНОВАНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

студентка гр. п-119м Хаметова Р.Э.
ЗИЭИТ, Украина, г.Запорожье ул. Кияшко 16-Б.

Введение

Рассмотрение особенностей кулинарных наименований является актуальным, т.к. кулинарные термины недостаточно исследованы, а кулинария – это часть культуры, истории и национальное достояние страны. Взаимопроникновение культур различных народов влияет и на их кухни, традиции питания.

Современная эпоха характеризуется бурным развитием всех отраслей науки. В связи с этим возникает необходимая потребность улучшения системы передачи и обработки информации. Исследование терминов.

Наиболее популярным образованием терминов является заимствования из других языков. На разных этапах становления общества терминызаимствуются из разных языков, что обусловлено различными историческими условиями.

1.Цель и задачи исследования

Цель - определить синхронические и диахронические особенности кулинарных наименований в английском языке. Задачи исследования заключаются в том чтобы описать связь языка и культуры, актуализировать различные подходы стилистики, определить кулинарные привычки 16 в.,перевод рецептов и выявление трансформаций при переводе, .

2.Изложение основного материала

В данном исследовании был использован словарь whatscookingamerica. Лексемы были рассмотрены по тематике понятий. Например десерты 27 видов: *biscuit, ganache, pandowdy, charlotte,* салаты и закуски 26 видов: *baguette, chapon, focaccio, panzanella, CaesarSalad, coleslaw*, вторые блюда 24 вида: *capellini, aiguillette, bulgogi,entrecote*, технологии приготовления 21 вид: *aerate, aldente,aubleu, blackened,* овощи/фрукты 20 видов: *ababai,asparagus,broccoli,cantaloupe,beans, kohlrabi, plantain, feijoi,*. сыры 19 видов: *Bleucheese, Asiagocheese, Briecheese, Caciocavallocheese,* напитки 18 видов: *absinthe, cappuccino, CabernetSawignon, Chianti*,соусы 10 видов: *condiment, chakalaka, ketchup,beansauce,п*ервые блюда 4 вида: *borsche, gazpacho, minestrone.*

Что касается Словообразование данных лексем, то отмечены– словосложение: *Ratafia-ликер, латинское заимствование, словосложение RataFiat*, *Sake- рисовое вино, японское заимствование, словосложение sah-keh,BakedAlaska-торт-мороженое, словосложение,Panforte- пряник или пирог с миндалем, орехами, сухофруктами и ягодами словосложение: pane» — «хлеб» и «forte» — «сильный»*и заимствования франц, итал. *Absinthe-крепкийалкогольныйнапиток, французскоезаимствование*. Например

Absinthe became a victim of its own popularity when the French wine industry and temperance movement targeted a common scapegoat to promote their respective agendas," Breaux says.

«Абсент стал жертвой своей собственной популярности, когда промышленность французского вина и движение трезвенников использовали абсент, как козла отпущения для продвижения своих повесток дня ", говорит Брокс»

Truffle- трюфель, латинскоезаимствование. Например

Unscrupulous sellers have been accused of slipping Chinese truffles into baskets of black truffles to soak up the pungent smell, or serving them sprayed with truffle scent.

«Недобросовестные продавцы в Китае были обвинены в подделке трюфелей, складывая черные трюфеля в корзины, чтобы впитать резкий запах, или же их опрыскивают трюфельным ароматом.»

Minestrone- легкий суп, итальянское заимствование. Например

Minestrone soups often have an intimidating ingredient list - and this may look fairly lengthy as well - but the difference is that instead of a winter soup with vegetables like potatoes, carrots and hearty greens that need to be cooked down for long periods of time, this one can be finished in about 25 minutes.

«Супы Минестрон часто имеют устрашающий список ингредиентов - и он довольно

длинный, но разница в том, что вместо зимнего супа с овощами, с картофелем, морковью и с сытной зеленью, которые должны быть приготовлены в течение длительного периода времени, так один суп можно приготовить в течение примерно 25 минут.»

Risotto- ризотто, итальянскоезаимствование. Например

ON a recent trip to Italy I learned that risotto is often made with a little cream, as well as butter and olive oil. It depends on the recipe and the region. But risotto also lends itself very well to low-fat cooking: butter is never necessary, and the oil can always be cut back.

«Во время недавней поездки в Италию я узнал, что ризотто часто делается с небольшим количеством сливок, а также со сливочным маслом и с добавлением оливкового масла. Это зависит от рецепта и области приготовления. Но готовится также нежирное ризотто: масло вообще не добавляют, или же добавляют в маленьких количествах.»

В данной работе освещены особенности кулинарных наименований и роли кулинарии вдиахроническом аспектах, в общественной жизни Англии 15-16 в. Рассматривались такие тексты: *Acitizenfamilydinnerwithguests, Someusefulplantstabulated, Doctordoctor, VoluntaryFeasts.* В этих текстах проанализированы наиболее распространенные блюда 16 в.:было установлено большое разнообразие мясных блюд

Например

The nobility of England (whose cooks are for the most part musical-headed Frenchmen and strangers) do most exceed, sith there is no day in manner that passeth over their heads wherein they have not only beef, mutton, veal, lamb, kill, pork, coney |rabbit], capon, pig or so many of these as the season yieldeth, but also some portion of the red or fallow deer, beside great variety of fish and wildfowl.

«Знать Англии, чьи повара были французами и иностранцами они превзошли свои возможности, их блюда были приготовлены не только из говядины, баранины, телятины, ягненка, свинины, кролика, но и многие другие, а также порции из красной лани с огромным разнообразием рыбы и дикой птицы».

Популярностьюпользовалисьтакиевидыдессертов

In such cases alsoof all colours, mixed with a variety of the representation of sundry flowers, herbs, forms of beasts, fish, fowls and fruits, and thereunto marchpane wrought with no curiosity, tarts of divers hues, foreign and home bred, suckets (crystallized fruit), marmalades, marchpane, sugar-bread (confectionery), wildfowl, venison of all sorts.Potatoandsuchvenerous [aphrodisiac] roots.

«Популярностью пользуются желе различных цветов, которые подаются с добавлением цветов, трав, деревьев в форме животных, рыбы, птиц и фруктов, к тому же предпочитают марципан, пироги различных форм, приготовленные по домашнему или иностранному рецепту, кристаллизированные фрукты (сакетсы), кодинаки, мармелады, марципаны, кондитерские изделия, мясные пироги, дикая птица, оленина различных сортов и прочие диковинные кондитерские изделия, которые действительно тяжело запомнить. Из картофеля и подобных афродизиатических овощей».

Что касается алкогольных напитков было отмечено разнообразие вин

Yearly consumed about 20000 or 50000 ton of wine. Neither do I mean this of small wines on claret, white, red, French, etc,, which amount to about fifty-six sorts, according number of regions from whence they come;but also of the thirty kinds of Italian, Spanish, Canarian etc…whereof vernage (strong sweet wine), Alsatian wine, caprike, clary (wine with honey and spices) and malmsey (sweet wine) are not least of all accounted of, because of their strength and valour..

«Ежегодно вино употребляют в пропорциях от 20000 до 30000 тонн и даже больше. Несмотря на ежедневные ограничения, которые накладывается на жителей Англии. Имеется в виду, не простые вина, такие как кларет, белое, красное, французское, которое доходит до 50-60 сортов в соответствии с количеством регионов, где они выращиваются, а также 30 видов итальянского, греческого, испанского, канарского вина Бернаж (сладкое вино), Экумэ (яблочное вино), Бастарди (сладкое испанское вино), Оззи (сладкое эльзасское вино), капрайк, клери (вино с медом и специями) мамзи (сладкое испанское вино) и т.д».

Отмечено из данного материала, что питание зависело от социального статуса

Husbandmen make greatest account of such meat and have it quickliest ready. Their food also consisteth principally in beef, and meat as the butcher selleth, that is to say, mutton, veal, lamb, pork, etc., whereof he can

buy in the store markets adjoining, beside souse (pickled meat), brawn, bacon, fowls of sundry sort, cheese, butter, eggs, etc.;

«Ремесленники и простой народ готовит в основном из говядины, баранины, телятины, ягненка, свинины, которое могут приобрести на рынке, кроме того маринованное мясо, бекон, пирог с фруктами, сыр, яйца, масло и другие продукты, которые приготавливаются своими руками и стоят немного дешевле».

Так жерассмотрены определенные суеверия с употреблением некоторых растений.

Beet looseth the belly, provoketh urine, purgeth the body of evil humours; it helpeth the imelling, the pain of the ears and of the gums, it procureth hair to grow and killeth lice, dandry it healeth whelks [pimples], blisters of scalding and burning, gripings of the belly, stayeth a loose belly, helpeth the obstructions or stoppings of the liver, the corrupted spleen and the shingles.

«Свекла очищает желудок, оказывает мочегонный эффект, очищает кишечник от вредныхсоков, помогает утолить боль в ушах и десен, свекла способствует росту волос и убивает вшей, еще она как целитель прыщей, поможет убрать волдыри от ожогов и жжение, свекла также от коликов в животе, останавливает боль в животе, которые бы посодействовала непроходимости печени, к тому же полезна для поврежденной селезенки».

Borage procureth gladsomeness, it helpeth the giddiness and swimming of the head, the trembling and beating of the heart, it increaseth memory and removeth melancholy, and the king's evil [scrofula] it doth only comfort.

«Огуречная трава поднимает настроение, соответственно головокружение, дрожь и биение сердца, а также улучшение памяти».

Bugloss prevaileth for the roughness of the throat and cough, it procureth gladsomeness, It purgeth red choler, it expelleth the noisome humours of the lungs, it removeth the swellings of the feet; it preserveth a good memory, it comforteth the heart, and engendereth good blood. . .

«Траву синяк обыкновенный применяют от боли в горле и от кашля, очищает кишечник, выводит жидкость из легких, снимает отеки с ног, способствует улучшению памяти и работе сердца».

Blessed thistle causeth urine, helpeth the migraine, restoreth memory and hearing, helpeth the diseases of the lungs, purgeth phlegm of the stomach and the blood, helpeth consumption of the lungs, gripings, provoketh sweat, breaketh the stone, and helpeth the monthly terms. It comforteth the brain and sight, purgeth the blood in the eyes, STOPPETH the bleedling al the nose, purgeth the uvula and ceaseth the spitting of phlegm.

«Татарник колючий является мочегонным средством, помогает избавиться от мигрени, восстановить память и слух, вылечивает заболевания легких, очищает кишечник и кровь. Татарник очень полезен для мозга и зрения».

Были проанализированы кулинарные привычки во времена Шекспира, представлены особенности кулинарных терминов в 16- 17 в. в Англии.

One of the more appetising "lost" Shakespearean dishes is the warden pie. Wardens were a hard type of pear that had to be cooked before eating, and are first thought to have been first cultivated by monks at the Cistercian abbey near the village of Old Warden in Bedfordshire around the 13th century. Because the pears lasted a long time, they were a popular storecupboard staple. The most popular way to serve them was in spiced pies, flavoured with the kind of ingredients: mace, ginger, nutmeg.

«Одним из наиболее вкусным Шекспировским блюдом является верденский пирог. Пирог готовится из груши. Впервые как полагают, груши выращивали монахи в Цистерцианском монастыре в районе села Олд Ворден в Бедфордшир примерно в 13-м веке. Груша выращивалась долго, поэтому она была в запасе. Самым популярным способом сохранить ее было в пряностях пирога, приправленный различными ингредиентами: булава, имбирь, мускатный орех».

In Romeo and Juliet, one of the servants asks his friends to "save me a piece of marchpane" from the ball. As its name suggests, "marchpane" was a forerunner of marzipan, made from ground almonds, sugar and rosewater, but Tudor cooks used it for far more than covering cakes with. As well being turned into sweets, the substance was transformed into amazingly ambitious creations used as centrepieces for banquets, decorated with gold leaf or carefully-mouded sculptures.

«В пьесе Ромео и Джульетта, один из слуг просит своих друзей, "оставьте мне кусочек Марципана". Как следует из названия, "марципан"

(marchpane) был предшественником марципана (marzipan), изготовленного из молотого миндаля, сахара и розовой воды, но повара Тюдоров использовали его не только как украшение торта, но и как самостоятельное кондитерское изделие. Также вещество преобразовывали в удивительно эксклюзивное творение, украшенное золотом или скульптурами»

The drinks cabinet, too, was a different world in Shakespeare's time. Most people's go-to refreshment was ale, as the water was so polluted – Shakespeare's own father was an ale taster in Stratford – while wine was more expensive. One of the most popular wines was sack, a sweet fortified wine imported from Spain.

Another favourite tipple was posset, described by one writer in the 17th century as "hot milk poured on ale or sack, having sugar, grated biskit, [and] eggs, with other ingredients boiled in it, which goes all to a curd".

«Что касается напитков во времена Шекспира, то выбор был разнообразен. Большинства людей употребляло пиво, поскольку вода была сильно загрязнена, - отец Шекспира был дегустатором пива в Стратфорде – так как вино было дорогое. Одно из самых популярных вин было Херес, сладкое крепленое вино импортируется из Испании. Другой любимый напиток был поссет, описывает один писатель в 17-м веке, как "горячее молоко, вылитое в пиво или в Херес, с добавлением сахара, с раскрошенным бискит (печенье), и яйцами, а также с другими ингредиентами"».

В работе был проанализирован текст относящейся к кухниГенриха. Былосуществленпереводрецептовивыявленытрансформации.

The Great Kitchen had six fireplaces with spit-racks, only one of which remains.

In the confectionery delicate sweet dishes were prepared for the more important members of the Court.

«В Большой Кухне было шесть мангалов, только один из них свободен. В кондитерской нежные, сладкие блюда готовятся для более важных членов Суда».

Meat stock and boiled meat were produced in the boiling house in a great boiling-copper.There were three larders in the Tudor kitchens: the flesh larder for meat, the wet larder for fish, and the dry larder for pulses and nuts. Meat was supplied from various sources including the palace's pheasant yard, rabbit warrens, and venison from the deer park. Fish (eaten on Fridays and during Lent) came from the palace's pond gardens.

«Запас мяса и вареное мясо заготовляли в отличном кипении-меди. Были три кладовые на кухни Тюдоров: кладовая для мяса и птицы, кладовая с высокой влажностью для рыбы, а сухая кладовая для бобов и орех. Мясо поставлялось из различных источников, включая фазана во дворе дворца, кролика в охотничьем заповеднике, и оленину из парка оленей. Рыба (ели по пятницам и во время Великого поста) поставлялась из пруда, который находится в саду дворца».

A list from the reign of Elizabeth I reveals the quantity of meat cooked in the royal kitchens in one year; 1,240 oxen, 8,200 sheep, 2,330 deer, 760 calves, 1,870 pigs and a modest 53 wild boar.Upper class cookery in the Tudor period was very pan-European - the same high standard of ingredients and cookery was expected everywhere e.g. if olives were available in Italy, then the King of England would have served them in his court too.

«Список с царствования Елизаветы I показывает количество мяса, приготовленного в королевской кухне в течение одного года ; 1240 волов , 8200 овец, 2330 оленей, 760 телят, 1870 свиней и всего лишь 53 кабана. Высший класс кулинарии в период Тюдоров был общеевропейский - такой же высокий уровень ингредиентов, например если оливки были доступны в Италии, то Король Англии просил подавать их на стол в своем дворце».

Roasted meat graced almost every meal at the Royal Court as it was an expression of wealth for several reasons. Fresh meat all year was only available to the rich (most people would have eaten preserved meat); ordinary folk would have boiled meat whereas the rich could afford to roast it before a fire, a technique that wastes most of the fuel, plus you had to pay the 'spit boy' who sat all day turning the spit. It was truly a dish fit for a King! All the products that came from across the Atlantic took a long time to become popular. Potatoes, tomatoes, capsicum, peppers, maize and chocolate took sometime to appear in Tudor cookery.

«Жареное мясо было украшением почти каждого блюда вПравительственном совете, так как это было выражением богатства по нескольким причинам. Свежее мясо круглый год было доступным только для богатых (большинство людей ели консервированные продукты из мяса); обычный

народ питался вареным мясом, в то время как богатые люди могли позволить себе жарить, т.к. для обжарки нужна техника, для которой нужно топливо, плюс вы должны заплатить "мангальщику", который сидел весь день, проворачивая шампур. Это было блюдо, достойное короля! Для всех продуктов, которые приходили со всех концов Атлантики потребовалось много времени, чтобы стать популярным. Картофель, помидоры, стручковый перец,острый перец, кукуруза и шоколад когда-то появились в кулинарии Тюдоров».

Далее проанализированы некоторые из известных блюд во времена Тюдоров.

The "Ryschewy" is the pasta parcel filled with a spiced fruit and nut paste, to "close and fry" tells you what to do with them. These are most probably a dish that came to England from the Crusades.

«Райшеви- это сладкие пирожки, которые наполнены сухофруктами и ореховой пастой, обжаренное во фритюрнице. Это блюдо, скорее всего, приехало в Англию из крестового похода».

При переводе данного рецепта были использованы такие виды трансформации: транслитерация, название данного блюда *Ryschewy,*т.к. адекватного перевода этого слова нет, то использовали транслитерацию *Райшеви,* следующий прием это добавление в оригинале написано такая фраза *closeandfry*, дословно переводится как *закрытые и обжаренные* я перевела как обжаренные во фритюрнице. Следующий прием опущение, в оригинале текста *tells you what to do with them*, при переводе опустили.

Следующийрецепт это

TarteowteofLent

The name derives from the fact that it contains all the things you're not allowed to eat during lent - cheese, cream and eggs, cooked in a light pastry case! If you like a strong cheese taste, then this is the dish for you.

«Блюдо выхода из постаНазвание происходит от того, что он содержит все, что вам не разрешают, есть во время поста - сыр, сливки и яйца, приготовленные в святой случай! Если вы любите сильный вкус сыра, то это блюдо для вас!»

В данном переводе использована такая переводческая трансформация как генерализация. В оригинале *itcontainsallthethings,* при переводе использовали обобщение*он содержит все.*

Fylettys en Galentyne - roast pork stewed in a rich caramelised onion gravy. The point to this is long slow cooking. We find pork slices good, about 1cm thick, with all the pork scraps shredded and put in as well.

«FylettysenGalentyne - жареная свинина, тушенная в карамелизованном луковом соусе. Блюдо готовится медленно.Это тушеная свинина, которая режется толщиной1 см вместе с обжаренным луком. Подавать «с пылу с жару»!»

При переводе данного рецепта были использованы такие приемы: опущение, в оригинале *stewedinarichcaramelisedoniongravy,* в тексте перевода это звучит так*тушенная в карамелизованном луковом соусе*. Также прием генерализация был использован. В оригинале *Thepointtothisislongslowcooking,* в тексте перевода это так *блюдо готовится медленно*.

Выводы

Кулинарные лексемы былирассмотрены по тематике и по образованию. Наиболее распространенная группа это десерты, что касается словообразования, то наиболее общеустановленное образование это заимствование, а именно итальянское и французское.

Кулинарные термины следует рассматривать под призмой культурного фона времени. Особенности кулинарных привычек связаны с социальным положением.

Что касается перевода рецептов, чаще всего использовались такие виды трансформаций: транслитерация, генерализация и опущение.

Список использованной литературы

1.http://liquor.com/articles/biggest-absinthe-myths/

2.http://articles.economictimes.indiatimes.com/keyword/biscuits/featured/2

3.http://whatscookingamerica.net/Glossary/GlossaryIndex2.htm

4.http://www.telegraph.co.uk/foodanddrink/10779651/Shakespeares-forgotten-foods.html

5. Кияк Т.Р. Основи термінотворення. 2000г.