ТРУДЫ ЗИЭИТ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

2015

ISSN 2308-9261
Научный журнал
Основан в 2012 году
2015 год

Т Р У Д Ы
Запорожского института экономики и информационных технологий

Учредитель:
Частное акционерное общество «Частное высшее учебное заведение «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
Рыбинцев В.А., д.э.н., профессор
Бражко Е.В., д.н.с гос.упр., профессор
Полуэктова Н.Р., к.э.н., профессор
Таланин И.Е., д.ф.-м.н., профессор
Левицкий С.И., д.э.н., профессор
Борисенко Т.Н., к.э.н., доцент
Хромова К.А., к.ф.н., доцент

Почтовый адрес: 69041, н. Запорожье, ул. Кияшко, 16-Б
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

Proceedings of Zaporizhzhya Institute of Economics and Information Technology

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.
Ribentsev V.A., Dr.Sc., Prof.
Brajko E.V., Dr.Sc., Prof.
Poluektova N.R., Dr.Sc., Prof.
Talanin I.E., Dr.Sc., Prof.
Levitsky S.I., Dr.Sc., Prof.
Borisenko T.N., Dr.Sc., ass. Prof.
Khromova K.A., Dr.Sc., ass. Prof.

Address: 69041, Zaporizhzhya, Kiyashko str. 16B
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

Table of contents · Содержание · Зміст

Вертолецька В.С. Формування стратегії управління маркетинговим комплексом на підприємстві, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність 6

Григоренко Ю.Г. Шляхи вдосконалення фінансового стану українських підприємств 9

Додока В.С. Сканирование рельефа трехмерных объектов 11

Дубровський Д.А. Підходи до оцінки інвестиційної привабливості підприємства 14

Зінов'єва Ю.О. Особливості антикризового управління на зовнішньоорієнтованих підприємствах 16

Ісаєва К.Б. Прагматична адаптація перекладу англомовних назв фільмів у діахронічному аспекті 19

Казановський О.О. Формування оптимальної структури капіталу підприємства 21

Клетинська В.С. Розробка стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності 24

Коваленко А.В. Вплив податково-бюджетних важелів на фінансово-економічний розвиток регіонів України 26

Литвиненко А.В. Особенности перевода когнитивных метафор на материале романа К. Панколь «Желтоглазые крокодилы» 30

Логинова Е.Г. Перевод фразеологизмов в романе Т. Драйзера «Трилогия желания» на русский язык 33

Муха А.Н. Способы перевода реалии в романе Маргарет Митчелл «Унесённые ветром» 35

Омельяненко В.В. Доцільність організації ЗЕД підприємства в умовах глобалізації 38

Рабинюк П.В. Підходи до управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю підприємства 40

Северин М.Б. Совершенствование методологических подходов к оценке финансового состояния предприятия 42

Скрипець В.О. Підходи до оцінки фінансового стану комерційного банку 45

Субботіна А.В., к.е.н., доц. Волобоєв В.Д. Кадрове забезпечення як фактор розвитку ІТ-компанії в сучасних умовах 48

Тодосийчук Д.Н. Перевод сленга в фильме Квентина Тарантино «Криминальное чтиво» на русский язык 50

Умніхіна Т.О. Організаційно-інституціональне забезпечення реалізації проекту з утилізації ТПВ в контексті євроінтеграції 53

Шарова А.В., к.е.н., доц. Волобоєв В.Д. Експортна стратегія як інструмент розвитку підприємства в умовах нестабільності 56

Швець А.А. Особливості відображення операцій зі списання безнадійної кредиторської заборгованості 58

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ КОМПЛЕКСОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ, ЩО ЗДІЙСНЮЄ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Студентка гр. М ЗЕД-110 Вертолецька В.С.
МВП ЗІЕІТ, Україна, м. Мелітополь, пр. 50 Років Перемоги, 21

Вступ

Зовнішньоекономічні зв'язки стають все більш помітною складовою частиною господарчої діяльності українських підприємств та організацій. Зростає інтерес до участі в економічному, виробничому та науково-технічному співробітництві з партнерами із зарубіжних країн. В цих умовах все більша кількість робітників виробничої сфери, малих підприємств та державних установ потребує об'єктивної інформації про світовий ринок, його структуру, організацію та техніку здійснення комерційних операцій. Для багатьох підприємств вивчення та застосування методів міжнародного маркетингу, зокрема побудова маркетингової стратегії в контексті маркетингового комплексу є необхідною внаслідок наростаючої відкритості по відношенню до зовнішніх ринків та в цілях вдосконалення їх відношень з цими ринками.

Аспекти стратегії маркетингу досліджували такі вчені, як А. Вайсман, стратегію бізнесу взагалі – В.С. Єфремов, стратегічного планування та стратегічного маркетингу – Е.А. Уткін, Ж.Ж. Ламберн. Більш популярним з точки зору дослідницької роботи є міжнародний маркетинг в контексті вивчення аспектів комплексу маркетингу взагалі. В цій галузі працювали такі фахівці, як Е. Дж. Маккарті, А.Трей, звичайно ж Ф.Котлер, Г.А. Васильєв, Є.М. Азарян, Як бачимо, питання стратегічного маркетингу та маркетингової стратегії досліджуються досить широким колом вчених, але, на жаль, в основному зарубіжних, в тому числі і російських.

1. Мета і завдання дослідження

Обґрунтування теоретичних основ дослідження формування стратегії управління маркетинговим комплексом зовнішньо орієнтованих підприємств.

2. Виклад основного матеріалу

В залежності від поставлених цілей та засобів їх досягнення можна виділити декілька типів маркетингових стратегій, які виділяє Е.М. Азарян [1].

Стратегія завоювання долі ринку. Ця стратегія може передбачати розширення долі ринку до визначених меж. Вона може реалізовуватися наступними шляхами: випуск та впровадження нової продукції, формування нових запитів у споживачів, проникнення в нові сфери застосування продукції.

Стратегія інноваційної імітації полягає у можливості копіювання новин, що були розроблені конкурентами, і перш за все принципово нових ідей, що закладені в новітній продукції. Таку стратегію проводить підприємство, що володіє значними ресурсами для швидкого освоєння та масового випуску скопійованого виробу та збуту його на тих ринках, які ще не завойовані «піонерною» компанією.

Стратегія диференціації продукції передбачає модифікацію та удосконалення традиційних виробів, що випускаються підприємством за рахунок реалізації в продукції нових технологічних принципів, внесення у вироби таких змін, які можуть викликати нові потреби або створити нові сфери використання товару. Це досягається за рахунок впровадження автоматизованих ліній, нового дизайну, вдосконалення форм обслуговування споживачів, кращої організації дилерської мережі.

Стратегія зниження витрат виробництва вимагає масового впровадження економічного обладнання та технологій, встановлення контролю над прямими та непрямими витратами; зниження витрат на НДДКР; рекламу, обслуговування; контролю над відносно високою долею ринку або в кращому випадку забезпечення лідерства на ринку; створення сприяючих умов доступу до сировинних ресурсів; орієнтації системи збуту на широкі групи споживачів на багатьох національних ринках.

Стратегія чекання використовується, коли тенденції ринку кон'юнктури та споживчого попиту невизначені. В таких випадках крупна фірма вважає за необхідне не виводити продукт на ринок та вивчити дії конкурентів.

Стратегія індивідуалізації споживача особливо широко застосовується виробниками устаткування виробничого призначення, орієнтованими на індивідуальні замовлення покупців та розроблені унікальні проекти або специфікації. В цьому випадку постачальник виступає в ролі виконавця замовлення, а при

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Єфіменко Л.М.

виконанні складних та унікальних проектів частка їх фінансування здійснюється замовником.

Ефективність стратегії маркетингу залежить від інформації, на основі якої ця стратегія розвивається. Тому необхідно мати таку систему інформації, яка відповідним чином надає оперативні та перевірені відомості, що мають принципове значення для прийняття рішення.

В рамках міжнародного маркетингу зростає число інформаційних проблем. Необхідні збір та обробка інформації про різноманітні ринки, що в значній мірі пов'язане з технологічними труднощами. Часто визначені дані ускладнюють пошук рішення, і тому необхідне отримання додаткової інформації. Система інформації не повинна бути застарілою, вона повинна реагувати на всі зміни, що відбуваються. Але перш за все необхідний облік дій на ринку та їх аналіз, а самі ці дії не повинні здійснюватися без ґрунтування на попередній інформації. Система інформації, що є слабкою ланкою міжнародного маркетингу, потребує старанного планування та контролю.

Ціллю міжнародної маркетингової діяльності є орієнтація виробництва на випуск конкретних товарів для всіх, багатьох або окремих ринків. Обґрунтування цього міститься у програмі маркетингу, яка є основою планування виробництва по кожному продукту в кожному виробничому відділенні компанії, що виступає як центр прибутку. Таким чином, маркетинг задає ціль плануванню, яке здійснюється по всім товарам окремо та відображається у плані виробничого відділу.

Ключовим моментом при розробці стратегії маркетингу є визначення того, які цілі переслідує підприємство і як воно само оцінює свою діяльність. Виходячи з потреб, що присутні на ринку чи окремих ринкових сегментів або тільки виникають, фірма повинна вирішити, чи бажає вона одна, або у сполученні з іншими, комплексно вдовольнити інтереси клієнтів або вона буде виступати в ролі одного з об'єднаних постачальників. Цим положенням повинні керуватися фірми в сфері сировини, матеріалів, енергії та енергоносіїв.

На перший план тут виступає старанний та об'єктивний аналіз сильних та слабких сторін своєї діяльності. При цьому самооцінка грає навіть меншу роль, ніж оцінка клієнтів з урахуванням ситуації в конкурентній боротьбі.

Розробка програми маркетингу по продукту складає ядро маркетингової діяльності міжнародної фірми. Для кожного виду продукції розробляється своя програма, в якій передбачені всі виробничо – господарчі заходи, що необхідні для забезпечення конкурентноздатності продукції, що випускається, та її успішної реалізації.

При використанні будь-якої з вказаних нижче у форм організації зовнішньоторговельної діяльності підприємства (табл.1) розробляють план маркетингу своєї продукції, який в залежності від його змісту може бути стабільним, нестабільним та комбінованим [31].

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Єфіменко Л.М.

Таблиця 1. Фактори впливу на форми організації зовнішньоторговельної діяльності

Фактори	Експорт	Спільні підприємства	Пряме володіння
Вкладені кошти	Незначні	Середні	Великі
Причетність до процесу	Низька	Середня	Висока
Рівень контролю	Низький	Середній	Високий
Ступінь комерційного ризику	Низькам	Середня	Висока
Рівень гнучкості при зміні ринкової кон'юнктури	Середній	Високий	Низький

Стабільний план передбачає єдиний підхід до збуту продукції в усіх країнах, з якими підприємство підтримує зовнішньоекономічні зв'язки. Це дозволяє знизити витрати на виробництво та збут продукції. Для всіх покупців пропонується єдиний зразок виробу, управління збутом є централізованим. Даний підхід краще всього спрацьовує в умовах обмеженої кількості іноземних ринків та їх схожості з внутрішнім ринком країни-виробника, проте він недостатньо враховує національні вимоги окремих ринків.

Нестабільний план маркетингу передбачає, що кожний іноземний ринок має свої особливості, і як наслідок, - диференціацію дій підприємства, а також участь в цих діях іноземних менеджерів. Такий підхід є раціональним також при реалізації підприємством різноманітних асортиментних груп продукції, однак пов'язаний із значним збільшенням на створення особливостей виробів та їх просуванням по каналах збуту.

В останній час все більше фірм використовують комбінований план маркетингу, комбінуючи елементи стабільного та нестабільного плану, що дозволяє максимізувати ефективність виробництва, підтримувати імідж підприємства та його продукції в різних країнах, здійснювати контроль та одночасно враховувати місцеві вимоги, національні особливості країни-імпортера. Більш розгорнуту класифікацію зовнішньоекономічних стратегій ми можемо спостерігати у Жан-Жака Ламбена [2].

При виборі стратегії планування безпосередньо продукції підприємство може обрати одну з наступних стратегій [3]:

- Стратегія простого розширення. Підприємство постачає на зовнішній ринок той же самий виріб, що й на внутрішній – без змін та доробок.

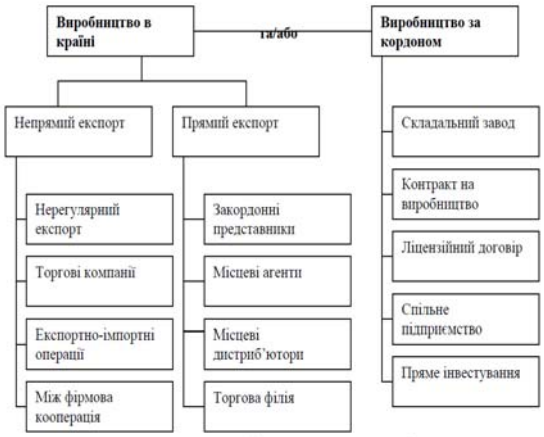

Рис. 1. Стратегії виходу на закордонні ринки

- Стратегія адаптації продукції. Вироби модифікуються з урахуванням умов експлуатації за кордоном, відмінностей у енергопостачанні, водопостачанні, а також в правових нормах.

- Стратегія «зворотного винаходу». Доцільна для підприємств, що орієнтуються на ринки країн, що розвиваються.

- Стратегія нового виробу. Підприємство розробляє для зовнішнього ринку принципово новий виріб, що пов'язане з деякою долею ризику і вимагає великих витрат часу та ресурсів.

Висновки

Стратегічне планування взагалі та зокрема планування маркетингу та маркетингові стратегії грають значну роль у зовнішньоекономічній діяльності підприємства, тим більше, що використання різноманітних інструментів маркетингу та різновидів стратегій виходу на закордонні ринки дозволяє підприємствам досягти необхідної гнучкості у свої товарній та ціновій політиках, в аспектах розповсюдження товарів та стимулювання їх збуту. Володіючи необхідною гнучкістю та універсальністю стратегічного планування, підприємства набувають необхідного їм оперативного простору в рамках побудови стратегії, отримують неабиякі шанси на перемогу у конкурентній боротьбі. Беззаперечним є той факт, що при плануванні підприємством своєї діяльності обов'язково необхідно включати до своїх стратегічних планів також і стратегію маркетингу, яка займає у стратегічному плануванні не останнє місце, а вдосконалення такої стратегії – першочергова задача відділу маркетингу на промисловому підприємстві.

Список використаних джерел

1. Азарян Е. М. Международный маркетинг. Киев: ИСМО МО Украины, НВФ «Студцентр», 1998. – 200с.

2. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с фр. – СПб.: Наука, 1996. – 589с.

3. Черенков В. Международный маркетинг: Учебное пособие: Навчальне видання: – СПб.: Знание, 1998, – 400 с.

4. Горячек І. Стратегічне планування як функція менеджменту // Економіка. Фінанси. Право (укр.). – 2000. – № 2. – С.16-21

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Єфіменко Л.М.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Студент гр. М ФК-110 Григоренко Ю.Г.
МВП ЗІЕІТ, Україна м. Мелітополь пр. 50 років Перемоги, 21

Вступ

Фінансова стійкість підприємства є однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства. Вона відображає, наскільки підприємство стабільне, незалежне від зовнішніх кредиторів, наскільки власники фінансують своє підприємство, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності.

Дослідженню природи і методів проведення фінансово-економічного аналізу, ґрунтовному викладенню їх змісту присвячено роботи таких відомих економістів, як Васіної А.О., Подольської В.О., Яріш О.В., Мниха Є.В., Барабаш Н.С., Бутко А.Д., Кравченко Г.О., Трусової Н.В., Коробова М.Я., Кононенко О., Савицької Г.В., Швиданенка Г.О., Олексюка О.І.

Враховуючи цінність досліджень зазначених авторів, необхідно відзначити, що в їх роботах визначено в основному загальні теоретичні і методичні підходи до проведення фінансово-економічного аналізу діяльності підприємства. Це підтверджує актуальність обраної теми дослідження й обумовлює постановку її мети і завдань.

1. Мета і завдання дослідження

Обґрунтування теоретичних засад дослідження фінансово-економічного стану підприємства.

2. Виклад основного матеріалу

У ринковій економіці незалежні самостійні виробники товарів і послуг не зможуть успішно діяти на ринку, не забезпечивши економічну стійкість своїх підприємств. Протягом останнього п’ятиріччя на більшості підприємств України відбувалися позитивні кількісні зміни, досягнуті переважно завдяки екстенсивним чинникам розвитку. Однак, тепер ці чинники вже вичерпали свої можливості впливу і не забезпечують прибутковості підприємствам. Сучасний ринок постійно змінюється. Швидкість змін така велика, що саме пристосування до них стає істотною перевагою підприємств у конкурентній боротьбі. У цих умовах підприємства, які прагнуть зміцнити свої конкурентні позиції, повинні орієнтуватися на нові підходи, принципи і методи організації і ведення бізнес процесів, заснованих на удосконаленні саме внутрішнього механізму управління підприємств. Саме тому першочерговою проблемою на сьогоднішньому етапі розвитку всіх українських підприємств, що виробляють товари чи надають послуги, є пошук альтернативних шляхів покращання їх фінансового стану [1].

Першочерговим етапом у вдосконаленні фінансового стану українських підприємств є пошук оптимального співвідношення власного і позикового капіталу, яке б забезпечило мінімальний фінансовий ризик за максимальної рентабельності власного капіталу. Оптимізація ліквідності підприємства реалізується за допомогою механізму фінансової стабілізації – системи заходів, спрямованих, з одного боку, на зменшення фінансових зобов’язань, а з іншого, на збільшення грошових активів, що забезпечують ці зобов’язання. Фінансові зобов’язання підприємство може зменшити за рахунок: зменшення суми постійних витрат(зокрема витрат на утримання управлінського персоналу); зменшення рівня умовно-змінних витрат; продовження строків кредиторської заборгованості за товарними операціями; відтермінування виплат дивідендів та відсотків. Збільшити суму грошових активів можна за рахунок: рефінансування дебіторської заборгованості(шляхом факторингу, врахування та дисконтування векселів, форфейтингу, примусового стягнення); прискорення оборотності дебіторської заборгованості (шляхом скорочення термінів надання комерційного кредиту); оптимізація запасів товарно-матеріальних цінностей(шляхом встановлення нормативів товарних запасів методом техніко-економічних розрахунків); скорочення розмірів страхових, гарантійних та сезонних запасів на період перебування підприємства у фінансовій кризі.

В умовах конкурентного середовища актуальності набуває збутова політики підприємства. Підприємству необхідно активізувати політику в галузі маркетингу з метою просування своєї продукції, яка фактично за рахунок високої якості та ціни, нижчої від середньогалузевої є конкурентоспроможною. Важливими для вирішення є питання реклами, упаковки, випуску високоякісної сувенірної продукції, фірмова торгівля, стимулювання збуту різними шляхами.

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Застрожнікова І.В.

Доцільно також звернути увагу на те, що для покращення свого фінансового становища виробники товарів та послуг повинні реалізовувати всю продукцію, що застоюється на складах. Для розширення ринків збуту підприємство може створити пункти роздрібної торгівлі. Це призведе до збільшення прибутку та збільшення оборотності капіталу. Впровадження цього проекту звичайно ж не вирішує існуючих фінансових проблем, але дозволить скоротити термін реалізації товару та прискорити розрахунки з кредиторами.

Конкурентоспроможність на ринку збуту можна досягти шляхом зниження собівартості продукції, за рахунок впровадження нової техніки, технологій, раціональнішого використання як матеріальних, так і трудових ресурсів, зменшення питомої ваги постійних витрат в собівартості продукції, адже зниження собівартості продукції прямо пропорційно впливає на збільшення прибутку підприємства. Варто також звернути увагу на зростання ввізного мита в Україні. Тому вітчизняним виробникам доцільніше буде закуповувати сировину і матеріали в межах нашої країни, аніж ввозити з-за кордону.

Наступним напрямком вдосконалення фінансового стану підприємства може стати виробництво і розробка нових видів продукції, яка зацікавить споживачів, а також отримання ліцензій на виробництво «ходових» товарів, що дасть змогу стабілізувати і покращити фінансовий стан підприємства.

Інформація про фінансовий стан підприємства надзвичайно важлива як для керівництва підприємства, так і для інвесторів. Тому заслуговує на увагу проблема щодо інформаційного забезпечення підприємства. Достовірність даних про фінансовий стан підприємства є важливою умовою для прийняття правильних управлінських рішень [2].

Економічну стійкість підприємства необхідно розуміти як сукупність її взаємопов'язаних складових, які за будь-яких умов забезпечують здатність до ведення діяльності підприємств, запас ресурсів (ресурсного потенціалу) та збалансований процес функціонування. Збалансованість досягається шляхом забезпечення оптимальних кількісних співвідношень між елементами загальної системи, які дозволяють їй гармонійно розвиватися [3].

Система заходів для підтримки економічної стійкості підприємства повинна передбачати:

- постійний моніторинг зовнішнього і внутрішнього станів підприємства;
- розробку заходів із зниження зовнішньої вразливості підприємства;
- розробку підготовчих планів при виникненні проблемних ситуацій, здійсненні попередніх заходів для їхнього забезпечення;
- впровадження планів практичних заходів при виникненні кризової ситуації, прийняття ризикових і нестандартних рішень у випадку відхилення розвитку ситуації;
- координацію дій всіх учасників і контроль за виконанням заходів та їхніми результатами.

Саме за таких умов можна забезпечити систему моніторингу кожної із складових економічної стійкості підприємств, яка змогла б надати можливість пристосувати її відповідно до перспектив розвитку.

Всі вищезгадані шляхи вдосконалення дозволили зробити певні висновки щодо основних напрямків покращання фінансового стану підприємства та формування його фінансової стратегії. Фінансовий стан підприємства – це реальна і потенційна фінансова спроможність підприємства забезпечити певний рівень фінансування певної діяльності, саморозвитку та погашення зобов'язань перед підприємствами й державою.

Висновки

Для вдосконалення фінансового стану підприємства необхідно застосовувати наступні заходи: вивчення попиту на продукцію, що випускається, з метою розширення ринку; аналіз складових собівартості продукції і визначення шляхів її зниження; переорієнтацію на випуск іншої продукції; вивчення руху дебіторської заборгованості з метою її зменшення; вивчення можливості одержання довгострокових кредитів; контроль за фінансовим станом підприємства і дотриманням виробленої фінансової стратегії.

Список використаних джерел

1. Обущак Т.А. Сутність фінансового стану підприємства [Текст] // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 9. – С. 92–98.

2. Ільченко О.С., Низьков О.П., Хаустов В.В. Математична модель фінансового стану на основі системи балансових рівнянь [Текст] // Економіст. – 2009. – № 1. – С. 38–41.

3. Колодізєв О., Нужний К. Теоретичні аспекти управління економічною стійкістю підприємства [Текст] // Галицький економічний вісник. – 2013. – № 1(16). – С. 53–59.

4. Бугай В.З., Омельченко В.М. Аналіз та оцінка фінансової стійкості підприємства [Текст] // Держава та регіони. – 2011. – № 1. – С. 34–39.

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Застрожнікова І.В.

СКАНИРОВАНИЕ РЕЛЬЕФА ТРЕХМЕРНЫХ ОБЪЕКТОВ

студент гр. ОКСиС-111К Додока В.С.
ЗИЭИТ, Украина, г. Запорожье, ул. Кияшко, 16-Б
vdodoka@yandex.ru

Введение

В последнее время получили широкое распространение автоматические фрезерные станки с числовым программным управлением (ЧПУ), которые изготавливают деталь с минимальным участием человека в процессе. В результате развития данных станков изготовление детали стало более быстрым, безопасным и точным – человек не способен совершать те ювелирные манипуляции, на которые можно запрограммировать автоматическое устройство [1].

Следующей ступенью в развитии устройств подобного рода, можно считать 3D-принтеры. В общем случае они состоят из поверхности, на которой происходит создание детали (консоль), сопла с нагревательным элементом из которого подается расплавленное сырье и компьютера, контролирующего весь процесс. В отличии от станков ЧПУ, существуют 3D-принтеры, предназначенные для домашнего использования, которые имею меньшие габариты и более просты в обслуживании.

Таким образом, процесс создания различных предметов быта становится все проще и ближе к конечному потребителю. Однако, все еще ощущается острая нехватка простых и дешевых технологий реализации трехмерных моделей, необходимых для изготовления конечных изделий. Именно поэтому вопрос разработки устройства, которое способно упростить создание трехмерной модели является актуальным.

1.Цели и задачи

Целью работы стало исследование методов и инструментальных средств проектирования и создания устройств, облегчающих создание 3D моделей.

2.Изложение основного материала

3D модели представляют собой 3D объект, использующий совокупность точек в 3D пространстве, которое соединены различными геометрическими объектами, такими как треугольники, прямые, изогнутые поверхности и т.п. Являясь совокупностью данных (адресов и другой информации), 3D модели могут быть созданы вручную, алгоритмически (процедурное моделирование), или с помощью сканера.

Существует несколько принципиально отличающихся друг от друга категорий технологий трехмерного сканирования.

Первая категория – контактный метод сканирования. В данном методе применяется манипулятор, имеющий несколько степеней свободы, на конце которого расположен щуп, который двигается по контуру устройства, считывая координаты каждой точки. Очевидный минус в том, что необходим контакт с объектом сканирования, то есть в процессе сканирования объект может быть поврежден сканирующим щупом [1]. Этот факт имеет большое значение при сканировании деликатных и ценных предметов, таких как исторические артефакты

Вторая категория – бесконтактные активные технологии сканирования. Существует множество различных подтипов устройств, которые объединены этим общим названием технологии, но у всех у них есть общая черта – в них применяется один или несколько компонентов, которые излучают некие волны и компоненты, которые принимают их после отражения от объекта. При этом замеряются различные параметры вроде угла отражения световой волны (триангуляция), время отражения волны (time-of-flight) [1].

И последняя категория – бесконтактные пассивные технологии. Устройства основанные на пассивных технологиях 3D сканирования не излучают каких-либо волн самостоятельно, но вместо этого полагаются на обнаружение отраженного от объекта внешнего излучения. Большинство решений этого типа обнаруживает видимый свет, так как устройства, которые способны на это легкодоступны и не требуют сложных настроек и приготовления [2].

В большинстве устройств, которые используются целей трехмерного сканирования используется один из двух (либо, для большей точности, два сразу) типов датчиков – ультразвуковой или инфракрасный датчик расстояния.

УЗ датчики основаны на замере времени полета звуковой волны от датчика и возврата отраженной от исследуемого объекта волны. Зачастую состоят из двух пьезоэлектрических преобразователей, один из которых является источником звукового импульса, а другой, соответственно, – его приемником [2]. Из особенностей стоит упомянуть возможность

Руководитель – ст. преп. Безкровный М.М.

измерять большие расстояния, при этом сохраняя небольшие размеры самого датчика, плохую точность работы с пеной и другими материалами, сильно поглощающими ультразвуковые колебания и плохую точность работы с изогнутыми поверхностями, которые сильно рассеивают ультразвуковые колебания.

ИК датчики в подавляющем большинстве случаев, основаны на методе триангуляции. Всегда состоят из двух линз, за которыми находятся лазер-излучатель и светочувствительный элемент (фотодиод) [2], данные элементы хорошо видны на рисунке 1. Лазер посылает световой импульс, который отражается от сканируемого объекта и принимается светочувствительным элементом. От угла принятого фотодиодами импульса зависит напряжение, которое датчик подает на аналоговый выход. После чего это напряжение анализирует микроконтроллер согласно амплитудно-частотной характеристике для этого датчика (указывается в виде графика в мануале от производителя). Любое изменение расстояния до объекта вызывает изменение угла отраженного луча и, следовательно, позиции, которую отраженный луч занимает на линейке фотодиодов. Важной особенностью данного типа датчиков является сочетание высокой точность измерения и относительно больших измеряемых расстояний. Большинство производителей предлагают датчики с разрешением от 1 мкм до 1 мм.

В результате исследования и анализа существующих технологических решений был разработан собственный программно-аппаратный комплекс для трехмерного сканирования объектов.

Аппаратная часть проекта представляет собой 3D сканер, реализованный как стол-основа, на которой крепится вращающаяся круглая консоль на которой размещается сканируемый предмет и крепления для датчика, который двигается вдоль вертикальной оси. Схема подключения всех элементов устройства приведена на рисунке 1.

Сканер реализован на базе платы Arduino Uno Rev 3 на базе микроконтроллера ATmega328, которая управляет взаимодействием всех периферийных элементов, описанных ниже и обменивается данными с компьютером через USB кабель и виртуальный com порт. Из-за нехватки напряжения питания, которое получает плата через USB и после этого раздает на другие элементы, была изготовлена коммутационная плата, которая запитывает периферийные элементы от внешнего источника питания 5В.

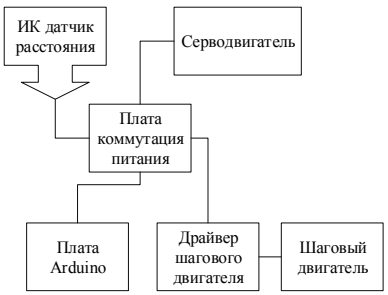

Рисунок 1 – Схема подключения элементов устройства

Инфракрасный датчик расстояния Sharp состоит из позиционно-чувствительного датчика (PSD), инфракрасного излучающего диода (IRED) и обработчика сигналов [3]. Имеет три контакта, два из которых обеспечивают его питанием, а третий посылает аналоговые сигналы на контакт A0 платы Arduino в диапазоне значений, которые однозначно определяют расстояние до препятствия перед ним.

Серводвигатель необходим для подъема ИК датчика на необходимую высоту.

Шаговый двигатель и контроллер к нему необходимы для аккуратного и плавного поворота консоли.

Микроконтроллер управляется прошивкой (программой с С-подобным синтаксисом, созданной, скомпилированной и загруженной в микроконтроллер с помощью среды Arduino IDE) которая позволяет выполнять необходимый программный функционал устройства:

1. запуск микроконтроллера, инициализация переменных;
2. установка скорости вращения шагового двигателя, инициализация обмена по последовательному порту, установка серводвигателя в стартовое положение.
3. организация поворота консоли;
4. считывание и обработка расстояний до объекта.

Таким образом, после завершения работы программы на микроконтроллере на компьютере будет массив расстояний до каждой точки объекта – цилиндрическая развертка или карта вершин. Эти данные позволяют построить приближенную трехмерную модель объекта для дальнейшей доработки либо изготовить реплику объекта.

Выводы

В результате проделанной работы были исследованы методы трехмерного сканирования объектов. Был разработан программно-аппаратный комплекс максимально простого в сборке 3D сканер, в том числе прошивка на микроконтроллер Arduino (в среде Arduino IDE) и приложение для персонального компьютера (на языке программирования C# в среде разработки Visual Studio 2013).

Руководитель – ст. преп. Безкровный М.М.

Список использованных источников

1. Ловыгин А. А., Васильев А. В. Современный станок с ЧПУ и CAD/CAM система. [Текст] //Изд. Эльф ИПР, 2006 г.
2. Brian Duva, Аналоговые датчики расстояния [Электронный ресурс] Режим доступа: www. URL: http://www.sensor.ru/articles/299/element_300.html – 01.06.2015 г.
3. Sharp GP2Y0A41SK0F Datasheet [Электронный ресурс] / Спецификация устройства Режим доступа: www. URL: http://acroname.com/sites/default/files/assets/gp2y0a41sk_e.pdf 03.06.2015

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Студент гр. М ФК-110 Дубровський Д.А.
МВП ЗІЕІТ, Україна м. Мелітополь пр. 50 років Перемоги, 21

Вступ

Розвиток фінансових інститутів та інтеграція України у світове економічне співтовариство істотно підвищують увагу до інвестиційної привабливості підприємств. Інвестиційна привабливість є однією з ключових характеристик, яка обумовлює залучення підприємством інвестицій. Рівень інвестиційної привабливості підприємства визначається на підставі значень показників, які з різних сторін характеризують перспективи його розвитку, фінансово-господарську діяльність, систему маркетингу, систему менеджменту та інше.

Теоретичні питання визначення і дослідження інвестиційної привабливості підприємств розглядаються у роботах таких вчених-економістів: І. Бланк, І. Клименко, Ю. Кравченко, В. Ляшенко, Л. Михальська, О. Мозговий, М. Стирський, С. Супрун, О. Шерстюк, С. Юхимчук, А. Яковлєв, Ю. Брігхем, Л. Гапенськи, Ченг Ф. Лі, Джозеф І. Фіннерті, Ф. Фабоцці та ін. Практичні аспекти цієї проблеми розглядаються у роботах В. Едельмана, О. Басса, С. Суверова, М. Крейніної, Т. Лепейко, В. Піддубного, В. Савчука, У. Шарпа та ін.

1. Мета і завдання дослідження

Теоретичне дослідження, розробка інструментарію та удосконалення методичних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства з погляду банку.

2. Виклад основного матеріалу

Інвестиційна привабливість розглядається на рівні країни, галузі, регіону, підприємства. Причому підприємство в цій системі є кінцевою точкою вкладення коштів, де реалізуються конкретні проекти, а привабливість кожного інвестиційного проекту визначається привабливістю всіх складових – країни, галузі, регіону, підприємства. Іншими словами, для стратегічного інвестора не будуть достатньо переконливими аргументи інвестування коштів, наприклад, у машинобудівне підприємство, якщо розвиток цієї галузі в масштабі міжнародної економіки перебуває в кризовому стані. Так само, незважаючи на усю фінансову вигідність проекту, ризик політичної й економічної нестабільності в країні зведе нанівець будь-які зусилля із залучення інвестора.

Існують два основні підходи до фінансової оцінки інвестиційних проектів, які створюють теоретичний фундамент аналізу капітальних інвестицій: бухгалтерський та економічний (або фінансовий).

Бухгалтерський підхід до фінансової оцінки інвестиційних проектів передбачає, що довгостроковий фінансовий успіх визначається дохідністю проекту, тоді як при оцінці короткострокового успіху більшу увагу приділяють ліквідності проекту.

Ці два поняття – дохідність та ліквідність – широко застосовуються у методах оцінки капітальних інвестицій. Поняття ліквідності стосується питання швидкості окупності капітальних інвестицій, а з допомогою методів аналізу капітальних інвестицій оцінюють швидкість, з якою проект відшкодує первісні витрати. Поняття доходності стосується питання отримання прибутку від капітальних інвестицій. Поняття «прибуток» та «середні інвестиції», які є втіленням бухгалтерського підходу, є інструментами інвестиційного аналізу. Інструменти інвестиційного аналізу, що ґрунтуються на бухгалтерському обліку, популярні на практиці, особливо на малих та середніх підприємствах. Їх часто відносять до традиційних методів [1].

Економічна та фінансова теорія дають нове розуміння фінансового успіху реалізації проектів. Такий теоретичний погляд меншою мірою стосується ліквідності та дохідності і більшою – максимізації добробуту підприємства в цілому або акціонерів (якщо підприємство діє в організаційно-правовій формі акціонерного товариства) та розгляду ризику. Цей підхід передбачає, що вдалими є інвестиційні проекти, які приносять дохід підприємству, акціонерам, оскільки капітальні інвестиції пов'язані з ефективним розподілом ресурсів.

Економічний та фінансовий підходи до фінансової оцінки інвестиційних проектів передбачають, що вартість проектів капітальних інвестицій визначається як перевищення майбутніми доходами поточних та майбутніх витрат. Тут аналіз капітальних інвестицій передбачає часовий аспект грошової вартості як

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Застрожнікова І.В.

спосіб визначення вартості майбутніх надходжень. Зважаючи на це, інвестиційний проект вважають прийнятним, якщо очікуваний прибуток перевищує очікувані витрати. Тому ліквідність проекту (часовий аспект надходжень коштів) та дохідність (фінансовий аспект надходжень коштів) є менш важливими чинниками.

В економічній теорії також досліджуються ризики інвестиційних проектів. Інвестиційні проекти є різними за ступенем ризику. Тому в рамках економічної теорії вважають, що вимоги інвесторів до доходів залежать від ступеня ризику: що вищий інвестиційний ризик, то більший прибуток необхідний інвестору для компенсації ймовірності, що відхилення в можливих надходженнях зведуть нанівець фінансові вигоди проекту. Поєднання прагнень максимізувати добробут (головним чином на підставі грошових коштів, а не прибутку) та знизити інвестиційний ризик зумовило появу методів фінансового аналізу, які відрізняються від традиційних методів, що ґрунтуються на бухгалтерському обліку.

Розглянемо кожний з перелічених методів оцінки інвестиційних проектів (капітальних інвестицій), а на прикладах їх застосування виявимо їх переваги та недоліки.

Традиційний бухгалтерський підхід до фінансової оцінки інвестиційного проекту передбачає використання двох методів:

- метод визначення терміну окупності інвестицій;
- метод визначення розрахункової норми прибутку [2].

Метод розрахунку терміну окупності інвестиційного проекту орієнтований на короткострокову оцінку і за його допомогою визначають, наскільки швидко інвестиційний проект окупиться. Термін окупності інвестицій (РР) пов'язаний з ліквідністю. Що швидше інвестиційний проект окупить первісні витрати, то краще. У цьому методі увага зосереджується як на надходженнях від здійснення інвестиційного проекту (зворотні грошові потоки), так і на швидкості цих надходжень. Проте рівень дохідності або загальний прибуток від здійснення інвестиційного проекту у цьому методі не враховується. Отже, за методом визначення терміну окупності інвестицій мірою оцінки капітальних інвестицій є прийнятний термін окупності. Що вища ліквідність коштів потрібна інвестору, то коротшим має бути термін окупності.

Метод розрахунку терміну окупності інвестиційного проекту є найбільш простим та дуже поширеним у практиці оцінки інвестиційних проектів і має переваги тоді, коли інвестиційному проекту властивий високий ступень ризику. Тому що коротший термін окупності проекту, то менш ризикованим є проект. Така ситуація властива для підприємств, на діяльність яких суттєво впливають технологічні зміни. Крім переваг цей метод має багато недоліків, які найбільш яскраво виявляються тоді, коли йдеться про альтернативні інвестиційні проекти, тобто проекти, з яких тільки один може бути вибраний для подальшого впровадження [3].

Ці недоліки зводяться до такого. Показник РР не враховує надходжень, які одержує власник інвестиційного проекту після завершення терміну окупності. Цей недолік відображає короткострокову орієнтацію методу розрахунку терміну окупності інвестиційного проекту, тому з використанням показника РР відкидаються інвестиційні проекти, які розраховані на значний термін окупності, і приймаються ті інвестиційні проекти, що забезпечують швидке повернення вкладених коштів, навіть якщо такі проекти будуть незначними та недовгочасними.

Метод визначення розрахункової норми прибутку (прибуток на капітал) передбачає порівняння величини прибутку від проекту та величини вкладеного капіталу. Визначення розрахункової норми прибутку або середньої ставки доходу – це простий бухгалтерський спосіб, який показує прибутковість проекту. Цей метод оцінки інвестиційних проектів, напевно, найдавніший. Проте водночас він є найбільш спірним, оскільки величина показника розрахункової норми прибутку залежить від того, що розуміють під доходом та вкладеним капіталом [4].

Висновки

В різних джерелах описано різні підходи до визначення доходу, який передбачається отримати внаслідок експлуатації інвестиційного проекту. Найчастіше під доходом розуміють прибуток, отриманий від експлуатації інвестиційного проекту. Наявні підходи відрізняються, по-перше, видом прибутку (це може бути балансовий прибуток або чистий прибуток), по-друге, врахуванням фінансових витрат – відсотків за користування позиковими коштами (в одних випадках їх додають до чистого прибутку, в інших – не враховують). Отже, при застосуванні оцінки інвестиційного проекту за допомогою розрахункової норми прибутку насамперед необхідно встановити, що становитиме собою прибуток від проекту.

Список використаних джерел

1. Лайко Г. П. Формування інвестиційної привабливості підприємств АПК. – К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2010. – 202 с.

2. Бутко А.Д., Шерстюк О.Л. Вплив нормативно-правового забезпечення на інвестиційну привабливість підприємств // Фінанси України.– 2013.– № 4.– С.76–87.

3. Гончаров В.М., Непочатов С.І., Пчелинська Г. В. Фінанси підприємств. – Донецьк: ТОВ «Альматео», 2006. – 185 с.

4. Мних М. В. Планування діяльності підприємства в сучасних економічних умовах. – К.: Знання України, 2011. – 92 с.

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Застрожнікова І.В.

ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ЗОВНІШНЬООРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Студентка гр. М ЗЕД-110 Зінов'єва Ю.О.
МВП ЗІЕІТ, Україна м. Мелітополь пр. 50 років Перемоги 21

Вступ

Нестабільність та кризовий стан економіки негативно впливає на всі сфери суспільного та економічного життя країни. В даний час проблема банкрутств, які відбуваються в останні роки все частіше та частіше, є актуальною, тому що від ліквідації великого числа підприємств потерпають люди, які втратили робочі місця, терпить збитки бюджет, куди не надходять податки, і економіка України в цілому. У результаті різкого загострення проблем неплатежів, боргів, неспроможності підприємств, хронічної збитковості їхньої виробничо-торговельної діяльності в умовах ринку закріпився термін «Антикризове управління». В останні роки він ввійшов високими темпами у науковий і практичний оборот, але разом з тим не здобув чіткого трактування. Антикризове управління актуалізує функціональні аспекти з виявлення та подолання причин, що перешкоджають оздоровленню підприємства, та радикалізації заходів, які відновлюють його платоспроможність.

Теоретичні аспекти присвячені проблемам диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності підприємства були розроблені в працях таких іноземних та вітчизняних авторів, як: І.Т.Балабанова, В.А. Забродського, М.П. Іванова, Т.С. Клебанова, В.Г. Кошкіна, Л.О. Лігоненка, Є.С. Мінаєва, Д. Морріса, В.С. Пономаренка, О.І. Пушкара, Б.А. Райзенберга, М.В. Слабікова, О.С. Соколіцина, Є.А. Уткіна, І. А. Бланка та інших.

Дослідження проблеми антикризового управління на зовнішньоорієнтованих підприємствах є актуальним, так як це пов'язано з тим, що в сучасних умовах дані ситуації частішають, а їх наслідки набувають все більших масштабів. Нині в умовах глобалізації економіки зростає необхідність здійснення спеціалізованого антикризового управління, яке спрямовано на передбачення небезпеки кризи при здійсненні організації зовнішньоекономічної діяльності, аналізу її симптомів і усунення загроз прояву, а у разі їх виникнення - прийняття швидких заходів ліквідаційного характеру з найменшими втратами та негативними наслідками.

1. Мета і завдання дослідження

Обгрунтування теоретичних засад дослідження антикризового управління на підприємствах, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю.

2. Виклад основного матеріалу

Актуальність теми дослідження визначається необхідністю розробки підходів і механізмів антикризового управління для підприємств, головна мета яких не ліквідація в процесі конкурсного виробництва, а попередження банкрутства і вихід з неплатоспроможного стану.

Сучасне ділове життя України – це та сфера, в якій діяльність по антикризовому управлінню набула особливої актуальності. Світова фінансова криза застала більшість українських підприємств зненацька і вони виявилися до неї не підготовленими. Якщо підприємство не має можливостей і здатності боротися з кризовою ситуацією, воно зникає, в іншому випадку підприємство може використовувати всі свої сильні сторони і пережити кризу. Важливою складовою частиною стабілізації господарської діяльності підприємств є зовнішньоекономічна діяльність – одна із сфер господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою та науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом товарів, послуг, виходом підприємств на зовнішні ринки. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності – це суттєвий фактор підвищення ефективності господарської діяльності як на рівні окремих підприємницьких структур, так і в масштабах усієї країни.

На сучасному етапі зовнішньоекономічна діяльність українських підприємств потребує вдосконалення. Цьому, насамперед, повинна сприяти виважена державна політика у зовнішньоекономічній сфері.

Вона має бути націленою на:

- перепрофілювання підприємств, які в основному працюють на сировині і комплектуючих, що ввозяться із-за кордону, поставки яких є ненадійними й економічно невиправданими;

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Єфіменко Л.М.

- випуск нової конкурентоспроможної продукції шляхом надання певних знижок при її експорті;

- зменшення ввезення низькоякісної, шкідливої продукції з закордону шляхом встановлення високого імпортного мита, та застосуванням інших нетарифних бар'єрів [1, с. 59].

Головною задачею антикризового управління на зовнішньоорієнтованих підприємствах є забезпечення такого положення на ринку, коли про банкрутство мови йти не повинно, а наголос робиться на подолання тимчасових проблем, в тому числі і фінансових за рахунок використання методів, але з обмеженням дій які можуть вплинути на ЗЕД.

Особливістю таких підприємств являється поява зовнішніх загроз з країн, в які постачається товар (чи ввозиться). В цьому випадку антикризове управління повинно звертати особливу увагу на можливі канали появ загроз для діяльності підприємств, адже зовнішньоекономічні ризики являють собою особливу категорію ризиків, які зустрічаються тільки при здійсненні фірмою зовнішньоекономічних операцій.

Зовнішньоекономічні ризики мають свою специфіку, тому у світовій практиці лише деякі види таких ризиків страхуються. До того ж у різних видах ЗЕД ми стикаємося з різними видами ризиків. Виділяють наступні види загроз:

1) Ризики країни, який характеризує залежність діяльності контрагентів від соціально-економічного і політичного становища їхніх країн. У зв'язку з цим їх можна розділити на макроекономічні та макрополітичних. До макроекономічних ризиків можна віднести, наприклад, несподіване для іноземних контрагентів введення заборони на конвертацію валюти, що може призвести до невиконання зобов'язань одним з цих контрагентів і виникнення збитків у іншого. До макрополітичних ризиків відноситься, головним чином, зміна законодавства в державі одного з контрагентів, що може завдати шкоди іншому. Ризик неможливо передбачити з допомогою теорії ймовірності, тому він не страхується. Однак існує можливість до певної міри спрогнозувати цей вид зовнішньоекономічного ризику використовуючи, наприклад, метод історичного порівняння.

2) Митний ризик, пов'язаний з виникненням проблем при здійсненні процедури митного оформлення. У рамках цього ризику можливі труднощі зі своєчасним і повним наданням правильно заповнених документів митному брокеру, з отриманням дозволу на експорт товару за кордон, а також труднощі після отримання цього дозволу (наприклад, несподіваний заборону на вивезення товару з причини неправильного оформлення одного з наданих митниці документів). Цей ризик, як правило, не страхується, але його також можна спрогнозувати в певній мірі за допомогою методу історичного порівняння.

3) Валютний ризик, зазвичай пов'язаний з істотною зміною валютний курсів між датою укладення контракту і датою здійснення платежу за контрактом імпортером, а також з можливим зростанням інфляції, що веде до зниження курсу національної валюти в порівнянні з валютою контракту. Для запобігання несприятливих наслідків настання подібної ризикової ситуації контрагенти з різних країн зазвичай вдаються до такої стратегії мінімізації ризиків, як хеджування.

4) Ризики міжнародного маркетингу, які виникають внаслідок не ефекти вноїдіяльності фахівця з маркетингу суб'єкта ЗЕД. До таких ризиків належать:

- невірне виділення цільового сегмента;

- розробка неефективних заходів щодо просування продукції фірми на світовий ринок;

- невірний розрахунок цін на продукцію підприємства і т.д.

5) Ризики міжнародних перевезень, пов'язані з виникненням різного роду проблем при транспортуванні вантажів. До цього виду ризиків відносяться:

- ризик, пов'язаний із форс-мажорними обставинами;

- ризик, пов'язаний з частковим пошкодженням або повною втратою товару при його транспортуванні;

- ризик, пов'язаний з експедиторською компанією і т.д.

6) Ризики міжнародного контракту, які пов'язані з виникненням збитків унаслідок неналежного складання контракту, наявності в ньому помилкових або невигідних даній фірмі пунктів і т.д. До таких ризиків відносять:

- втрати через невідповідність кількості та якості товару умовам контракту;

- втрати через порушення строків поставки товару;

- втрати через неповної перепису документів, які продавець повинен відправити покупцеві після відвантаження товару;

- неправильні умови упаковки і маркування товару, зафіксовані в контракті;

- недостатній перелік обставин непереборної сили і т.д.

7) Ризики, пов'язані з іноземним контрагентом, до яких зазвичай відносять:

- зіткнення з фірмою-одноденкою;

- зіткнення з шахрайськими організаціями;

- виникнення проблем і збитків у зв'язку з несумлінністю іноземного контрагента і т.д.

8) Ризики міжнародного конкурентного середовища, тобто функціонування на світовому ринку певного товару великих конкуруючих корпорацій, що зазвичай серйозно утруднює вихід на даний ринок підприємств малого та середнього бізнесу[3, с. 74].

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Єфіменко Л.М.

Висновки

Кількість загроз на підприємстві, що займається зовнішньоекономічною діяльністю дуже велика, але жоден з існуючих інструментів прогнозування кризової ситуації не використовує інформацію, що стосується ЗЕД. Це дуже великий недолік, адже дані групи ризиків можуть прямо впливати на загальну діяльність підприємства і бути причинами знаходження підприємства в кризовому становищі та в подальшому привести підприємство до банкрутства.

Список використаних джерел

1. Бурий, С. А. Антикризове управління та управлінські рішення – проблеми ідприємств малого бізнесу [Текст] : онографія / С. А. Бурий, Д.С. Мацеха. – Хмельницький : Тріада-М, 2006. – 93 с. – ISBN 966-95805-2-8.

2. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством: [навчальний посібник] / В. О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 504 с.

3. Бычкова, М. Комплексный подход к превентивному управлению кризисом : Антикризисное управление и нтикризисный PR [Текст] / М. Бычкова, Я. Веберова // вестник ТГУ. – 2008. – № 3(4). – С. 153-161.

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Єфіменко Л.М.

ПРАГМАТИЧНА АДАПТАЦІЯ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ НАЗВ ФІЛЬМІВ У ДІАХРОНІЧНОМУ АСПЕКТІ

студентка гр. П-110М Ісаєва К.Б.*
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко, 16-Б
isaeva_kb@center.zieit

Вступ

У зв'язку з постійним зростанням популярності іноземної кіноіндустрії, виникає необхідність перекладу кінострічок на українську мову. Одним з найскладніших завдань є передача заголовку фільму, так як він повинен надати загальну інформацію про фільм, а найголовніше, привернути увагу глядача. – культурологічному впливу, під час перекладу з однієї мови на іншу, використовується, прагматичний підхід, тобто орієнтація на культурну свідомість носіїв мови перекладу. Актуальність даної роботи полягає в вивченні змін підходу прагматичної адаптації при перекладі назв американських фільмів на українську мову під культурологічним впливом у діахронічному аспекті.

Українські, російські та іноземні дослідники приділяли значну увагу дослідженню:

- поняття прагматичної адаптації (В. Коміссаров, Р. Міньяр-Бєлоручев, Ю. Лотман, Л. Латишев, А. Швейцер, І. Арнольд, Є. Бальжимаєва, Р. Навігді, Д. МакКарті);
- перекладу заголовків (Є. Книш, С. Неретіна, С. Флорін, В. Кухаренко, І. Мілевич, Л. Бархударов, Л. Ноздрєва);
- впливу заголовків на свідомість глядача (Н. Морозова, Т. Серегіна, Г. Андрійченко) та ін..

1. Мета і завдання дослідження

Виявлення відмінностей у підходах до перекладу назв англомовних фільмів на українську мову, за допомогою їх діахронічному аналізу перекладів заголовків протягом 60-ти років, та розроблення рекомендацій для перекладачів щодо вживання прагматичної адаптації під час перекладу назв фільмів.

2. Виклад основного матеріалу

Назва фільму є текстовим знаком, який є невід'ємною частиною тексту, та займає в ньому певне зафіксоване положення [1, с. 35]. "Назва" – це рамковий знак, за допомогою якого текст відкривається, та до якого глядач ретроспективно повертається після перегляду кінофільму. Назва фільму несе собою певну інформацію, що містить у собі сигнальну, інформаційну, змістовну та тематизуючу функцію, яка має вплив на свідомість глядача[2, с. 92]. У практиці перекладу існують різноманітні думки стосовно адекватності перекладу, тому що текст створюється в межах однієї культури, а його передача повинна відбуватися враховуючи зовсім інші особливості [3, с. 185].

Таким чином, необхідності набуває такий феномен, як прагматична адаптація при перекладі, яка і вважається одним із головних чинників адекватності передачі тексту з однієї мову на іншу, тому що враховує національну, соціальну та культурологічну поведінку певної аудиторії [4, с. 89]. Але, з кожним роком, у зв'язку з модернізацією суспільства та зміною принципів та поглядів, до підходу прагматичної адаптації вносяться зміни. Саме ця проблема і висвітлюється у нашому дослідженні.

Доречним буде розглядання декількох прикладів. У 1988 році з'явився фільм під назвою «*Dirty Rotten Scoundrels»*, 1988 р., який в українському прокаті отримав назву «*Несусвітні шахраї»,* який дослівно перекладався б як *dirty − брудний; rotten − бридкий; scoundrels − негідники, мерзотники.* Отже, дослівно − брудні гидкі мерзотники. Звичайно, такий переклад був би неприйнятним у часи СРСР, і тому перекладачі вдалися до прагматичної адаптації, орієнтуючись на цензуру та правила суспільства.

Теж саме спостерігаємо у фільмі «*Some like it hot»***,** 1960 р., дослівно − «*А дехто любить і гарячіше»*. Фільм переклали як «*В джазі тільки дівчата»*, що не тільки було обумовлено національно-культурними нормами, і більш того, висвітлювало головні події фільму.

Проте, слід зазначити, аналіз та порівняння перекладів заголовків показав, що у наш час існує певний відхід від підходу орієнтації на культуру та цензуру, який використовувався у 60-90 рр., та відбувається приближення до маркетингово-рекламного підходу сучасності (90 рр., і по наш час), який може виходити за рамки

* Керівник: к.п.н., доц. Кокнова Т. А.

вищезазначеної культури та цензури. Наприклад, «*Silver Linings Playbook*», 2012 року випуску, (дослівно «*Збірник променів надії*»), був перекладений на українську мову, як «*Мій хлопець – псих*», за для привернення уваги більш молодої аудиторії, таким чином відвертаючись від цензурних та культурних принципів, задля отримання більшого прибутку та популярності. Таку ж тенденцію спостерігаємо при перекладі фільму «*Someone like you*», 2001 р., що дослівно звучить як «*Хтось схожий на тебе*». Але в українському прокаті дана стрічка набула назви «*Флірт зі звіром*». Знову ж таки, така назва збільшує увагу молодої аудиторії, адже не виражає ніяких заборон, та привертає увагу своєю незвичністю і сміливістю.

Висновки

Проведений аналіз вказує, що заголовок здійснює певний вплив на людину, при цьому змушує користувача знайти інформацію про фільм, та провокує емоційну реакцію людини, спонукаючи переглянути кінострічку. Аналіз мовного матеріалу підкреслив, що у наш час кінематографічний твір є комерційним продуктом, схильним до комерційних цілей, а назва несе рекламну функцію. Було визначено, що у наш час існує певний відхід від підходу орієнтації на культуру та цензуру, який використовувався у 60-90 рр., та відбувається приближення до маркетингово-рекламного підходу сучасності (90 рр., і по наш час), який може виходити за рамки вищезазначеної культури та цензури. Після порівняльного аналізу, ми дійшли до висновку, що задля успішних перекладів кінострічок, необхідно створити новий, третій підхід прагматичної адаптації, який зможе поєднати у собі орієнтацію на культурно-цензурну свідомість разом із маркетингово-модерністичною стратегією. Саме тоді буде змога привертати увагу глядачів різного віку, зберегти естетичність української мови у назві фільму, не спотворити зміст низькою лексикою.

Список використаних джерел

1. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода . / В. Н. Комиссаров − М. : ЧеРо, 1999. – 136 с.
2. Кухаренко В. А. Интерпретация текста /Кухаренко В.А. − М. : Просвещение, 1988. – 192 с.
3. Лотман Ю. М. Структура художественного текста. Об искусстве / Ю. М. Лотман – СПб. : “Искусство – СПБ”, 1998 – 285 с.
4. Швейцер А. Д. Теория перевода : Статус, проблемы, аспекты./ А. Д. Швейцер − М. : Наука, 1988. – 216 с.

ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Студент гр. М ЕП-110 Казановський О.О.
МВП ЗІЕІТ, Україна, м. Мелітополь, пр. 50 Років Перемоги, 21

Вступ

В ринкових умовах однією з найважливіших проблем підприємства є проблема залучення ресурсів під фінансування нових чи підтримку інвестиційних проектів, що вже впроваджені в дію.

Закони ринкової економіки не змінюються з роками: бізнес починається з грошей, постійно їх потребує і існує заради примноження грошей. Тому однією з найголовніших проблем фінансового менеджменту є формування раціональної структури джерел фінансування необхідних обсягів витрат та забезпечення бажаного рівня доходів.

Питання фінансування підприємства в першу чергу стосуються розподілу прибутку (дивідендної політики) та формування структури капіталу. Саме ці рішення визначають довгострокову життєздатність підприємства і, як правило, належать до компетенції його вищих керівників.

1. Мета і завдання дослідження

Проаналізувати організацію і ефективність управління структурою капіталу підприємства.

2. Виклад основного матеріалу

Запорукою стійкого економічного зростання підприємства, а також виживання підприємств в умовах нестійкої економіки виступає фінансова стабільність. Фінансова стабільність являє вагому характеристику фінансового стану підприємства і визначає рівень його залежності від кредиторів та інвесторів. Стабільний фінансовий стан підприємства значною мірою залежить від раціонального формування джерел фінансування тобто від оптимального співвідношення коштів, за джерелами їх формування, що має підприємство у своєму розпорядженні. Як наслідок, важливим питанням в аналізі фінансового стану підприємства постає проблема оптимізації управління капіталом підприємства в розрізі формування його фінансових ресурсів. Характеристика співвідношень між власним та позиковим капіталом дає можливість оцінити фінансовий стан підприємства, а дотримуючись оптимальної пропорційності в структурі капіталу можна досягти бажаного рівня фінансової незалежності, зміцнити фінансову стабільність, а також підвищити ринкову вартість підприємства.

Проблемними аспектами для підприємства на сучасному етапі виступають недостатня кількість коштів для формування власного капіталу і, як наслідок, залучення великої кількості позикового капіталу, що загрожує посиленням фінансової нестійкості та підвищує ступінь фінансових ризиків підприємства.

Тож, у процесі своєї діяльності перед підприємством постає задача вибору оптимальних варіантів збільшення капіталу – за рахунок зовнішніх чи внутрішніх фінансових ресурсів. З погляду фінансового управління капітал визначається як частина фінансових ресурсів, що задіяна у виробничо-господарській діяльності підприємства. Відповідно капітал підприємства з погляду фінансового управління прирівнюється до фінансових ресурсів підприємства, що використовуються у процесі виробничо-фінансової діяльності з метою отримання доходу, прибутку.

Створення та подальше функціонування підприємства не можливе без формування власного капіталу, що визначається як вартість чистих активів підприємства, яка «розраховується як різниця між вартістю майна підприємства та його зобов’язаннями» [1]. На сьогодні не стійке фінансове становище в країні, постійне зростання цін збільшує видатки підприємств, що призводять до виникнення зобов’язань.

Такі витрати спричиняють нестачу власного капіталу та призводить до залучення позикових коштів у якості фінансової підтримки з метою стабілізації фінансового середовища підприємства. Таким чином, позиковий капітал виступає частиною вартості майна підприємства, що формується за рахунок зобов’язань, які мають бути погашені в майбутньому [2].

Для успішної, рентабельної роботи підприємства, для забезпечення високого рівня його конкурентоспроможності, а також для забезпечення фінансової стійкості на підприємстві більшу частку фінансових ресурсів повинен становити власний капітал. Для кредиторів така ситуація є більш прийнятною, оскільки вона характеризує надійність підприємства, тобто знижує ризик неповернення боргів. Проте рівень доходності за даної стратегії зазвичай не є високим. Така ситуація викликана тим, що зазвичай, на практиці, ефективність використання позикових коштів вища ніж власних. Якщо ж на підприємстві значну частину фінансових ресурсів складають залучені засоби, така ситуація може значно ускладнювати його фінансову діяльність, оскільки потребує додаткових витрат на сплату кредиторської заборгованості та, як

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Застрожнікова І.В.

результат, зменшує ліквідність балансу підприємства. Також у такому випадку може відбутися різке зменшення джерел фінансування в майбутньому періоді. Загроза зменшення стосується як позикових коштів, що може бути обумовлено високим ризиком вкладання, так і власних коштів – в результаті їх «проїдання». Тож, збільшення частки позикових коштів в структурі капіталу підприємства підвищує ступінь його фінансових ризиків.

Для більш чіткого уявлення ролі власного та позикового капіталу на підприємстві розглянемо їх порівняльну характеристику у таблиці 1 за критеріями, що відображають сутність кожного з цих понять.

Таблиця 1. Порівняльна характеристика використання власного і позикового капіталу підприємства

Критерії	Власний капітал	Позиковий капітал
1. Ступінь складності залучення	Простота залучення пов'язана з рішеннями власників даного підприємства	Складність залучення пов'язана з залежністю від рішення кредиторів
2. Право участі в управлінні підприємством	Дає повне або обмежене право в залежності від змісту документів	Як правило, участь в управлінні підприємством виключена
3. Право на прибуток	Дає право участі у розподілі прибутків.	Участь у розподілі прибутків обмежена сплатою відсотків по кредитному договору.
4. Строк використання	Необмежений.	Обмеження згідно з договором.
5. Кредитне забезпечення	Відсутнє.	Як правило, необхідне. Сплата відсотків за позиковий капітал
6. Податковий тягар або механізм нарахування виплат	Сплачуються нараховані податки або виплати власникам капіталу у формі відсотків чи дивідендів.	Здійснюється за рахунок витрат (собівартості) і, як наслідок, до оподатковуваної бази не входить, що призводить до податкової економії.
7. Першочерговість повернення у випадку банкрутства	В останню чергу.	Першочергово, залежно від способу забезпечення зобов'язань.
8. Характер зворотних виплат	Включає виплати відсотків та дивідендів власникам.	Включає платежі по обслуговуванню капіталу, а також повернення сум основного боргу.
9.Ступень визначеності отримання грошової суми	Величина дивідендів визначається сумою отриманого чистого прибутку, дивідендною політикою, наявністю грошових коштів тощо.	Сума, що сплачується кредитору фіксується у кредитному договорі і визначається конкретною грошовою сумою основного боргу та відсотками за користування.
10.Ступінь незалежності	Зміцнення фінансової стабільності та підвищення фінансової незалежності.	Загрожує посиленням фінансової нестійкості, підвищує ступінь фінансових ризиків підприємства.

Така порівняльна характеристика ще раз доводить думку, що власний капітал є основою фінансової стійкості підприємства. Проте, використовуючи лише власний капітал підприємство буде обмеженим у розвитку через обмеженість у темпах свого розвитку, так як не має можливості забезпечити формування необхідного додаткового обсягу активів у періоди сприятливої кон'юнктури ринку.

При залученні позикових коштів, підприємство збільшує свої фінансові витрати на суму відсотків, пов'язаних з використанням кредитних ресурсів. Це спричиняє зміщення точки беззбитковості. Для того, щоб її досягнути підприємству необхідно збільшити обсяги продажу. Тому підприємство з великою часткою позикового капіталу має низьку маневреність на випадок непередбачуваних обставин (зниження попиту на продукцію, зростання витрат, сезонні коливання тощо). В умовах нестійкої фінансово-економічної ситуації це може бути однією з причин втрати підприємством платоспроможності.

Наявність зобов'язань у підприємства можуть супроводжуватись певними умовами, що обмежують свободу підприємства в розпорядженні та управлінні активами (наприклад, застава).

Позитивним моментом використання позикових коштів на підприємстві виступає та обставина, що кредитор не пред'являє прямих претензій стосовно доходів підприємства (кредитор претендує лише на виплату суми боргу та відсотків за ним). Плата за користування позиковими коштами зменшує податкові витрати позичальника.

Якщо позиковий капітал залучається під відсоток менший ніж рентабельність підприємства, це дає змогу підвищити прибутковість власного капіталу, а також розширити масштаби діяльності.

Позитивною стороною залучення позикових коштів також виступає визначеність у величині зобов'язань і у строках їх погашення, що дає змогу більш точно здійснювати фінансове планування грошових потоків. Усі перераховані вище аспекти необхідно враховувати при проведенні фінансового аналізу, а також при оцінці раціональності структури пасивів.

Не існує єдиного підходу до встановлення співвідношення власного і позикового капіталу на підприємстві. Кожне підприємство повинно намагатися оптимізувати структуру власних джерел фінансування. Для цього у сучасній теорії існує декілька методів оптимізації структури капіталу, найбільш розповсюджені з яких наведені у табл. 2.

Але слід зауважити, що дані методи оптимізації структури капіталу мають деякі недоліки такі як:

- розглядається здебільшого одна група витрат – плата за використання позикових коштів. Інші витрати, пов'язані із залученням і використанням коштів, при аналізі не враховуються, незважаючи на те, що їхній розмір також може бути досить вагомим;

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Застрожнікова І.В.

- при виборі способів фінансування не враховується фактор часу;
- у процедурі вибору оптимального варіанту не використовуються методи оптимізації вартості фінансування.

Таблиця 2. Характеристика методів оптимізації капіталу [3]

Метод оптимізації	Характеристика методу
Оптимізація структури капіталу шляхом управління величиною ефекту фінансового левериджу.	Ефект фінансового левериджу визначає відсоток збільшення прибутковості власного капіталу за рахунок залучення позикових коштів в обіг. Такий метод визначає, що найбільш ефективним буде таке співвідношення власного та позикового капіталу, за якого приріст чистої рентабельності власного капіталу та ефект фінансового левериджу буде мати найбільше значення.
Оптимізація структури капіталу з метою мінімізації рівня фінансового ризику та термінів залучення капіталу	Дана модель пов'язана з вибором більш дешевих варіантів фінансування різних груп активів підприємства за допомогою консервативного, агресивного, компромісного підходу.
Оптимізація структури капіталу за критерієм мінімальної його вартості.	Метод передбачає оцінку власного та позикового капіталу за окремими його елементами, а також оцінку капіталу за його середньозваженою вартістю.

Визначення оптимальної структури капіталу для кожного підприємства означає здійснення компромісного вибору між ризиками та дохідністю. Кожне підприємство повинно обирати найбільш прийнятну для нього політику оптимізації структури капіталу з урахуванням числа факторів, що обумовлені внутрішніми умовами функціонування підприємства, зокрема розміщенням джерел коштів в активах підприємства, швидкістю обороту коштів, структурою витрат підприємства та інше.

Висновки

Підсумовуючи вищезазначене, хотілося б відмітити, що обсяги та склад фінансових ресурсів залежить від роду діяльності підприємства, від його розміру, а також від обсягів його виробництва. Наявність фінансових ресурсів у необхідному обсязі, їх ефективне використання визначають платоспроможність, фінансову стійкість, ліквідність підприємства. Проблемними питаннями для підприємств виступають ті, що пов'язані з формуванням власного капіталу, залученням позичкового капіталу, що вимагає оцінки раціональності їх співвідношення. Тому перед підприємством постає завдання ефективності формування та використання ресурсів, пошуку резервів збільшення власних фінансових ресурсів для забезпечення роботи підприємства в цілому.

Список використаних джерел

1. Білик М.Д. Фінансовий аналіз: навчальний посібник [Текст] / М.Д. Білик – 2-ге вид., без змін. – К:КНЕУ, 2010. – 592 с. – ISBN 966-574-799-1.
2. 2. Бутинець Ю.Ф. Економічна сутність капіталу: історичний вимір/ Ю.Ф. Бутинець [Електр. ресурс] / Режим доступу: http://www.ztu.edu.ua/uascience/publishing/visnik/econom/1_51/7.pdf.
3. 3. Шморгун Н.П. Фінансовий аналіз: навчальний посібник [Текст] / Н.П. Шморгун; Мін-во освіти і науки України, Київський нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К.: ЦНЛ, 2014- 528 с. – ISBN 966-364-333-1.
4. 4. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства: навчальний посібник [Текст] / М.Я. Коробов; Мін-во освіти і науки України, Харківський ун-т внутрішні з справ. – К.: Т-во «Знання» КОО, 2013. – 294 с. - ISBN 966-620-115-1.

*Керівник: к.держ.упр.,доц. Застрожнікова І.В.

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

студентка гр. МОА-110М Клетинська В.С.*
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка, 16-Б
bianka-ua@mail.ru

Вступ

Стан економіки України у період економічної кризи є дуже нестабільним та супроводжується постійними занепадами та проблемами, які підлягають вирішенню. Для більшості українських підприємств до таких проблем відноситься проблема щодо досягнення та збереження високого рівня конкурентоспроможності на ринку. Даний термін є відносним, адже одна і та сама фірма у рамках регіонального галузевого ринку може бути конкурентоспроможною, а в рамках галузей світового ринку, або його сегменту – ні.

Найкраще вирішення цієї проблеми полягає у розробці та поступової реалізації ефективної конкурентної стратегії, яка має змогу покращити діяльність підприємства, використовуючи його конкурентні переваги.

Дослідженню проблеми щодо розробки стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства гостинності приділяли такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Азаєв Г.Л., Василенко В.О., Дмитренко Н.М., Должанський І.З., Дойль П., Кулешова А.Б., Нечаюк Л.І., Рингланд Д., Соколюк Г. О., Тарнавска Н.П. та ін.

1. Мета і завдання дослідження

Метою дослідження є розкриття змісту процесу розробки стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, визначення основних теоретичних понять щодо стратегії та конкурентоспроможності, а також виявлення недоліків в розробці стратегії.

2. Виклад основного матеріалу

Особливості сучасних ринкових відносин сприяють тому, що підприємствам необхідно постійно шукати нові напрямки розвитку бізнесу, які б могли забезпечити перевагу серед конкурентів. Одним з цих напрямків є розробка стратегії конкурентоспроможності підприємства, адже постійна діяльність підприємства у ринковій економіці визначається конкурентоспроможністю продукту та загальною конкурентоспроможністю суб'єкта господарської діяльності. Актуальність цієї проблеми полягає також і у тому, що на конкурентні відносини впливають певні фактори світової економіки.

Для початку необхідно розібратися, що ж є стратегією. У наш час існує безліч визначень стратегії, але всіх їх об'єднує поняття стратегії як усвідомленої сукупності норм і правил, які лежать в основі прийняття стратегічних рішень, які неодмінно вплинуть на майбутній стан підприємства гостинності.

Загалом стратегія - це генеральна програма дій, що виявляє пріоритети проблем і ресурси для досягнення основної мети. Вона формулює головні цілі і основні шляхи їх досягнення таким чином, що підприємство отримує єдиний напрям руху [1, с. 12]. Керівники розробляють стратегії, щоб визначити, в якому напрямку буде розвиватися кампанія, і приймати обґрунтовані рішення при виборі способу дії.

Існує багато тлумачень поняттю «стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства», але найкраще тлумачення надав О.Г. Янковий: «це комплексна стратегія підприємства, яка включає довгострокові програми дій по всіх функціональних напрямах його діяльності, а також спрямована на формування належного рівня конкурентного потенціалу та конкурентоспроможності» [5].

Складовими стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства є:

- товарно–ринкова стратегія, яка включає в себе рішення по таких аспектах, як номенклатура й асортимент продукції та ступінь їхнього оновлення, масштаби виробництва, якість продукції, реклама, обслуговування споживача, ціноутворення;
- ресурсно–ринкова стратегія, яка включає в себе рішення з таких питань, як обсяг ресурсних запасів і частота їх поповнення, якість ресурсів, поведінка на ринку ресурсів;
- технологічна стратегія, яка включає в себе такі рішення, як характер технології, ступінь стабільності технології, НДДКР та оновлення технології, технологічні розриви;
- інтеграційна стратегія, яка включає в себе вертикальну інтеграцію, горизонтальну інтеграцію, діагональну інтеграцію;
- інвестиційно-фінансова стратегія, яка включає в себе такі аспекти, як залучення зовнішніх фінансових ресурсів, повернення залучених коштів, інвестування власних коштів;
- соціальна стратегія, яка включає в себе такі рішення, як чисельність робітників, взаємозамінність робітників, диференціація

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

робітників, ступінь патерналізму, соціальний тип колективу;

- управлінська стратегія, яка вивчає тип управління, організаційна структура, управлінські комунікації тощо.

Наведені різновиди конкурентних стратегій не виключають, а взаємодоповнюють одна одну. Найбільш логічною являється наступна послідовність розробки та реалізації системи конкурентних стратегій.

1. Визначення прийнятної стратегії формування конкурентних переваг.

2. Розробка стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, в якій конкретизуються довгострокові програми дій за всіма функціональними напрямками його діяльності. Реалізація зазначених програм дій повинна забезпечувати формування відповідних конкурентних переваг.

3. Використання різних різновидів стратегій конкурентної поведінки, залежно від ситуації на ринку та з врахуванням визначених на попередніх етапах стратегії формування конкурентних переваг і стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

4. Реалізація системи конкурентних стратегій, яка повинна супроводжуватись систематичною оцінкою й аналізом результатів, визначенням відхилень від цільових орієнтирів і швидкою реакцією на не прогнозовані зовнішні й внутрішні зміни [2, с. 112].

Просвєтов Г.І. зазначає, що розробка стратегії конкуренції значною мірою визначається чітким формулюванням того, яким саме буде бізнес, цілі, стратегія розвитку [3]. Наприклад, основною метою підприємств готельного бізнесу є отримання найбільшого прибутку та стійка конкурентна позиція на ринку. В Запорізькій області працюють 69 підприємств та приватних підприємців туристичного бізнесу. Серед підприємств можна виділити готелі, кількість яких нараховується до 40 одиниць: «Інтурист», «Україна», «Хортиця», «Дніпро», «Reikartz», «Four Points By Sheraton» та ін.

Також для вибору та розробки стратегії підприємствам готельного типу необхідно звернути увагу на конкурентні переваги, які належать підприємству.

Конкурентні переваги організації — це ті характеристики, властивості товару або марки, які утворюють для організації певні переваги над прямими конкурентами. Ці характеристики можуть стосуватися як основного товару (послуги), так і додаткових товарів (послуг), форми виробництва, збуту, продажу, інших аспектів діяльності, що є специфічними для організації. Зазвичай конкурентні переваги визначаються в порівнянні з конкурентом, який посідає найкращу позицію на ринку [4].

Конкурентні переваги організації можуть бути "зовнішніми" і "внутрішніми".

"Зовнішні" конкурентні переваги засновуються на таких характеристиках товарів, які утворюють цінність витрат, або за рахунок підвищення ефективності. Такі конкурентні переваги збільшують ринкову силу організації. Стратегія, що базується на зовнішніх конкурентних перевагах - це стратегія диференціації. В цьому разі організація орієнтується на з'ясування та задоволення споживачів, яких не влаштовує наявні товари та послуги.

"Внутрішні" конкурентні переваги ґрунтуються на перевагах організації щодо витрат виробництва, управління організацією або товаром, створюють умови для досягнення меншої собівартості ніж у конкурента й забезпечують більшу рентабельність і стійкість до зниження ціни реалізації товару (послуг), що нав'язується ринком або конкурентами. Стратегія, заснована на внутрішніх конкурентних перевагах, - це стратегія лідерства у витратах [5].

Висновки

У сучасних умовах функціонування будь-якого підприємства дуже важливо підтримувати конкурентоспроможну позицію, яка буде основана на конкурентних перевагах підприємства готельного типу. Для отримання найбільшої конкурентоспроможні підприємство має детально розглянути свої найкращі сторони та досягнення і вміло оперувати ними.

Для отримання конкурентоспроможної позиції перш за все необхідно розробити стратегію конкурентоспроможності підприємства, до якої будуть входити взаємопов’язані складові та логічні послідовності.

Список використаних джерел

1. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. [учебник для вузов] / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – [пер. с англ.] М.: Юнити-Дана, 2012. – 577 с.

2. Портер М. Э. Конкуренция. [учебник] / М. Э. Портер – М.: Вильямс, 2001.– 496 с.

3. Просветов Г. И. Стратегия предприятия : задачи и решения. [учебник] / Г. И. Просветов. – М. : Альфа-Пресс, 2010. – 184 с.

4. Азаев Г. Л. Конкуреция : анализ стратегия и практика. [учебное пособие] / Г. Л. Азаев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2009. - 235 с.

5. Янковий О.Г. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 417 с.

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

ВПЛИВ ПОДАТКОВО-БЮДЖЕТНИХ ВАЖЕЛІВ НА ФІНАНСОВИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Студент гр. ФК-110м Коваленко А.В.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка, 16-б
art.kovalenko.95@gmail.com

Вступ

Серед вирішальних завдань економічного розвитку регіонів України є зміцнення фінансів, що мають вплив на всі сфери життєдіяльності суспільства і значною мірою залежать від податково-бюджетних важелів країни, а саме: бюджетних видатків, бюджетного дефіциту, податкових ставок, податкових пільг, альтернативних режимів оподаткування, змін строків сплати податків, податкових санкцій та їх впливу на рівень фінансового забезпечення розвитку території.

Проблеми функціонування та методи дослідження особливостей фінансової політики регіонального розвитку в Україні на сучасному етапі були висвітлені у працях таких вітчизняних вчених як Н. Богомолова, А. Даниленко, В. Дем'янишин, А. Дем'янюк, Т. Єфименко, В. Зятковський, О. Кириленко, Л. Лисяк, А. Максюта, М. Мироненко, П. Мороз, Н. Овчарова, В. Осецький, І. Плужников, О. Росоляк, Л. Тарангул, М. Тарасюк, І. Усков, С. Фролов, І. Чугунов, С. Юрій та ін.

Мета і завдання дослідження

Порядок формування регіональних бюджетів, з прийняттям Податкової та Бюджетної реформ наприкінці 2014 року, зазнав суттєвих змін. Він націлений на зміцнення бюджетів саме регіонального розвитку і повинен стати запорукою подолання депресивності територій 2015 та наступних років.

Обрана тема дослідження достатньо актуальна, оскільки її метою є окреслення основних проблем фінансової регіональної політики в Україні та аналіз пошуку суб'єктами законодавчої ініціативи можливих шляхів покращення економічного стану регіонів України засобами фінансового регулювання.

З огляду на стратегічний вибір нашою державою курсу на євроінтеграцію, завданням дослідження є показати деякі аспекти основних моментів реформування фінансової регіональної політики в Україні та їх відповідності європейським нормам та стандартам на законодавчому рівні.

Виклад основного матеріалу

Фінансова політика України регулюється податково-бюджетними важелями. Розглянемо їх дію.

1. Видатки бюджету

Відповідно до Бюджетного кодексу України видатки бюджету - це кошти, що спрямовуються на здійснення програм та заходів, передбачених відповідним бюджетом.

Видатки Зведеного бюджету України у 2014 році становили 523,1 млрд. грн., що на 3,4 відсотка більше за аналогічний показники 2013 року та на 6,2 відсотка 2012 року і відповідає 88,9 відсотків річного плану (зі змінами).

Темп зростання видатків зведеного бюджету дещо нижче темпів зростання номінального ВВП. Частка видатків зведеного бюджету у ВВП знизилася до 33,4 %, у минулому році вона складала 34,8%, і залишається нижчою, ніж була у кризовому 2008 році (38,4 %).

Найвищі показники виконання річного плану демонструють видатки на загальнодержавні функції і видатки на оборону (по 96,1 %) та видатки на громадський порядок, безпеку та судову владу (95,5 %),

Видатки соціального спрямування зведеного бюджету у 2014 році становили 309,0 млрд. грн., що менше за аналогічний показник попереднього року на 5%. Їх частка становила 59,1%, що на 5,5 в.п. нижче ніж у 2013 році, і є найнижчою за останні п'ять років.

Частки видатків зведеного бюджету на освіту, охорону здоров'я, соціальний захист та соціальне забезпечення й духовний та фізичний розвиток зменшилися, відповідно, на 1,7 в.п., 1,3 в.п., 2,3 в.п. та на 0,1 в.п.

Місцеві бюджети спрямовують у соціально-культурну сферу значно більшу частку видатків, ніж державний бюджет (так передбачає Бюджетний кодекс України) [1].

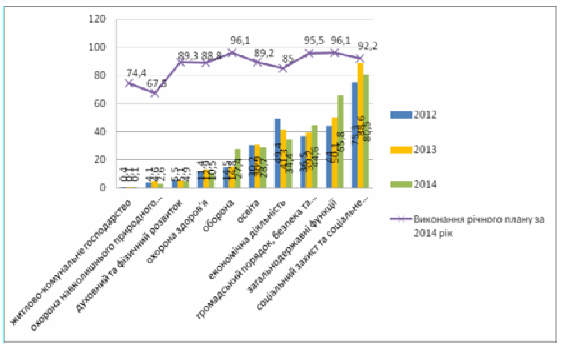

Рисунок 1 – Динаміка видатків державного бюджету за 2011-2014 роки у розрізі функціональної класифікації

За даними Державного казначейства України, у 2014 рік із Державного бюджету України до місцевих бюджетів фактично надано трансфертів на загальну суму 132,5 млрд. грн., що на 13,1 відсотка більше ніж у 2013 році, і на 5,3 відсотка проти 2012 року [8].

Аналіз економічної структури видатків місцевих бюджетів, що враховувались при визначенні обсягу міжбюджетних трансфертів у 2012-2014 роках, показує, що соціальні виплати в загальному обсязі видатків становлять 80,0%, з них 72,9% – заробітна плата з нарахуваннями.

Міжбюджетні трансферти (переважно дотації вирівнювання) спрямовувались в основному на покриття дефіциту доходів для виконання власних і делегованих функцій місцевих органів влади та місцевого самоврядування. Трансферти на реалізацію інвестиційних проектів були несуттєвими за обсягами, що не мало позитивного впливу на соціально-економічний розвиток регіонів [5].

2. Бюджетний дефіцит

Має наявність оберненого зв’язку у вигляді такої залежності:

– зі збільшенням розміру бюджетного дефіциту скорочуються витрати на капітальні вкладення та фінансування бюджетоутримуючих галузей, що призводить до зменшення фінансового потенціалу держави;

– скорочення розміру бюджетного дефіциту приводить до збільшення фінансування реального сектору економіки (інноваційної сфери), що позитивно впливає на формування фінансового потенціалу [6].

Фактичний дефіцит держбюджету за 2014 рік, включаючи випуск ОВДП для компенсації різниці в тарифах місцевим бюджетам на оформлення відшкодування ПДВ, склав 78070 млн. грн, що знаходиться в межах річного планового показника зі змінами, але на 20,7% більше від показника за 2013 рік.

Дефіцит державного бюджету, у співставних із 2013 роком умовах дорівнював 60060,0 млн. грн., що на 7,2 відсотка, менше дефіциту державного бюджету за 2013 рік (64706,7 млн. грн).

Чинний держбюджет України на 2015 рік передбачає доходи на рівні 502,260 млрд. грн, витрати - 566,870 млрд. грн, граничний обсяг дефіциту у розмірі 75,820 млрд. грн, або 4,1% ВВП, поріг держборгу на рівні 1394 млрд. грн.

Вперше, за багато років, Державний бюджет України за підсумками 1 кварталу поточного року зведений з профіцитом у 3,6 млрд. грн [7].

3. Податкові ставки

Американський економіст Артур Лаффер графічно відобразив залежність між податковими надходженнями та динамікою податкових ставок. Концепція його кривої полягає у оптимальному рівні оподаткування, коли податкові надходження досягають максимуму.

В Україні в загальних податкових надходженнях найбільшу питому вагу займають чотири бюджетоутворюючі податки: податок на додатну вартість (ПДВ), податок на прибуток підприємств, акцизний податок та податок із доходів фізичних осіб, - саме вони забезпечують найбільш вагомий вплив на фінансовий потенціал.

Ставка податку на прибуток підприємств в Україні поступово зменшувалася з 25 % до 23 % з II кв. 2011 р.; до 21 % у 2012 р.; до 19 % у 2013 р. та до 18 % з 2014 р. Означене у сукупності теоретично має сприяти залученню іноземних інвестицій в Україну.

В структурі податкових надходжень зведеного бюджету України з 2008 р. переважають непрямі податки (ПДВ та акциз) на рівні 50,4-54,3 % загального обсягу податкових надходжень. Відбувається перенесення податкового навантаження з виробництва на споживання. Гармонізація непрямого оподаткування відповідно до європейських стандартів передбачена Угодою про асоціацію між Україною та ЄС (Глава 4, Додаток XXVIII) [9].

4. Податкові пільги

Важливою проблемою бюджетно-податкової політики є формування обґрунтованого підходу до надання пільг. З точки зору наповнення бюджету пільги є прямими втратами, що призводить до розбалансування бюджетної системи та збільшення бюджетного дефіциту. З точки зору регулювання соціально-економічних процесів пільги необхідні для стимулювання інноваційного розвитку, інвестицій та структурної перебудови вітчизняної економіки.

Станом на 01.01.2015 р. в Україні діє 251 податкова пільга, в тому числі 54 мають цільове спрямування та 74 призводять до втрат бюджету[10].

Майже 99 відсотків законопроектів, які знаходяться на розгляді у Комітеті з питань податкової та митної політики Верховної Ради України, стосуються пільгового оподаткування. При тому, що у Податковому кодексі України

відсутній загальний розділ з умовами надання пільг. У ВРУ VII скликання було зареєстровано проект закону, яким передбачалось ряд змін до Податкового кодексу України з цього питання. Пропонувалось запровадити критерії фіскальної ефективності пільг: термін дії; обмеження в часі; розрахунки критеріїв успіху/поразки (невдачі); умови, при яких ресурси (фінансові, людські) не будуть протягом тривалого часу затримуватися у збиткових проектах; можливість призупинення контролюючими органами надання пільг. При цьому певний період пільги мають бути гарантовані. Законопроект не був розглянутий у минулому скликанні, є надія на його перереєстрацію, оскільки на сьогодні він вкрай необхідний з огляду на ту кількість законодавчих ініціатив з цього питання [9].

5. Альтернативні режими оподаткування

Пов'язані із територіальною ознакою, мають великий спектр дії і покликані стимулювати окремі галузі, забезпечувати зайнятість населення та ефективність використання ресурсів, що свою чергу скоротить прямі бюджетні витрати, отож є альтернативою до засобів бюджетної політики.

До спеціальних податкових режимів відносять: вільні економічні зони, території пріоритетного розвитку, технологічні парки, технополіси, спільні проекти та підприємства, концесії. Всі ці важелі використовуються в нашій державі.

Бюджетно-податкова реформа 2014 року змінила систему регулювання та функціонування місцевих бюджетів, і націлена на надання місцевому самоврядуванню більшого фінансового змісту. Запроваджена нова трансфертна політика, новий механізм регулювання та вирівнювання, децентралізація видаткових повноважень та чіткий розподіл компетенцій, сформований за принципом субсидіарності. Проводиться фіскальна децентралізаці***я*** шляхом розширення джерел наповнення місцевих бюджетів за рахунок передачі з державного бюджету доходів, введення акцизного податку з реалізації суб'єктами господарювання роздрібної торгівлі підакцизних товарів, за рахунок розширенням бази податку на майно щодо комерційної (нежитлової) нерухомості та легкових автомобілів з великим об'ємом двигуна, збільшення відсотка зарахування екологічного податку та плати за надра. Запроваджено новий механізм розмежування податку на доходи фізичних осіб між державним та місцевими бюджетами. Все це дозволить акумулювати у загальному фонді місцевих бюджетів до 25 млрд. грн додаткового ресурсу. Враховуючи нову систему міжбюджетних трансфертів, в цілому додатковий ресурс місцевих бюджетів в поточному році очікується на рівні близько 45 млрд. грн. [7].

В процесі податкової реформи наміри зменшити кількість податків та зборів з 22 до 9 були нереалістичними, а відтак залишилися нереалізованими. Головним чином внаслідок трансформації їх кількість зменшилася до 11, причому їх сплата виявилась більшою, ніж раніше сплата двадцяти двох [9].

Висновки

Постійне реформування бюджетно-податкової сфери вирішальним чином впливає на стабільний регіональний розвиток. Основною проблемою е тіньова економіка, яка не враховується офіційною статистикою, та наявність податкового боргу, що є великим резервом збільшення податкових надходжень. На нашу думку, Податковий кодекс має дуже багато ймовірних трактувань -"якщо", "у разі", а це запрошення до корупційної складової. Податковий кодекс повинен бути конкретизованим. Природні ресурси належать народу: так трактує Конституція. Дуже важливо дослідити вплив на фінансову ефективність розвитку регіонів, зарахування до місцевих бюджетів 100% рентних платежів з видобутку газу, нафти та інших корисних копалин, як це практикується у інших країнах світу. Дослідити розмір «маржі» НАКу і розмір рентної плати та цільової надбавки в структурі «середньозваженої» роздрібної ціни на газ.

Внесення змін до Податкового кодексу України по гармонізації надання пільг сприятиме здійсненню обґрунтованих заявок на надання податкових пільг з детальним, виваженим та стратегічно обдуманим обґрунтуванням необхідності пільг з позиції соціальної, екологічної та економічної ефективності та висновків щодо надання переваги тим чи іншим інструментам стимулювання економіки в існуючих умовах, що послужить запорукою недопущення втрат бюджету. [2].

Ефективна організація відносин між бюджетом центрального уряду і бюджетами органів місцевого самоврядування, проведення перерозподілу бюджетних ресурсів повинні стати запорукою забезпечення конституційних гарантій населенню незалежно від місця його проживання.

Список використаних джерел

1.Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI із змінами та доповненнями (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2010, № 50-51, ст.572).

2.Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI із змінами та доповненнями (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112).

3. Закон України «Про Державний бюджет України на 2015 рік» режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/main/.

4.Проект Постанови про звіт про виконання Закону України "Про Державний бюджет України на 2014 рік" (реєстр. № 2514 від 01.04.2015 р.).

5.Реформування державного управління регіональним розвитком: стан, проблеми, перспективи. Національний інститут стратегічних досліджень (аналітична доповідь), К.: НІСД.
6. Рубан, Н. І. Джерела ефективності бюджетно-податкових важелів в умовах кризи фінансових відносин / Н. І. Рубан, І. І. Чуницька // Науковий вісник Національного університету ДПС України. – 2010. – № 1 (48). – С. 42–48.
7. Міністерство фінансів України, режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/
8. Державне казначейство України режим доступу: http://treasury.gov.ua/main/uk/index
9. Верховна Рада України, режим доступу: http://www.rada.gov.ua/

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА КОГНИТИВНЫХ МЕТАФОР НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА К. ПАНКОЛЬ «ЖЕЛТОГЛАЗЫЕ КРОКОДИЛЫ»

Ст. гр. П-110м Литвиненко А.В.
ЗИЭИТ, г. Запорожье, ул. Кияшко, 16-б
li.anna.vld@gmail.com

Введение

Статья основана на материале дипломной работы на тему «Особенности перевода когнитивных метафор на материале романа К. Панколь «Желтоглазые крокодилы». В статье будут изучены русско- и украинскоязычные версии переводов романа. Следовательно, в данной работе речь пойдет о сравнении в восприятии метафорических переносов и образности среди читателей разных культур.

Объектами исследования являются три художественных текста: роман «Желтоглазые крокодилы», русскоязычный перевод романа, выполненный переводчицей Е. Брагинской, а также украиноязычный перевод, выполненный переводчиком Я. Кравець.

Предметом исследования выступают метафоры на французском языке и особенности их перевода на русский и украинские языки

Актуальность работы обусловлена необходимостью изучения особенностей перевода метафоры с позиций современной научной парадигмы.

1. Цель и задачи исследования.

Целью нашего исследования - выявить метафоры в романе К.Панколь «Желтоглазые крокодилы», а также в переводах данного романа, проанализировать их когнитивные свойства.

Поставленная цель подводит нас к решению следующих задач:

1. Выявить метафоры во французском художественном тексте;
2. Сопоставить их переводы в русском и украинском тексте;
3. Проанализировать ментальные операции, необходимые переводчику для адекватной интерпретации метафорических образов и рассмотреть основные способы перевода, которые использовались переводчиками;
4. Проследить на когнитивном уровне совпадения и расхождения восприятия языковых картин мира среди представителей разных культур;
5.

2. Изложение основного материала

Метафора, как языковое явление, встречается не только в устной речи, но также и в письменной. С помощью когнитивной метафоры читатель может осмыслить одни концепты, опираясь на другие, служащие основой образности. Аналогии и ассоциации, которые базируются на когнитивной метафоре, предоставляют читателю возможность понять какое-либо явление или предмет, обращаясь к образу другого предмета или явления.[1]

Огромное значение метафоры состоит в использовании ее в художественных произведениях. Нет ни одного автора, который не воспользовался бы метафорическим переносом для того, чтобы в ярких красках описать героев, различные явления и действия. Не исключение и роман Катрин Панколь «Желтоглазые крокодилы». Художественный текст, как известно, может быть рассмотрен с двух сторон – со стороны автора и со стороны читателя. Основная задача переводчика – как можно точнее передать на язык перевода идейно-художественное содержание текста, которое хотел донести автор своему читателю.[2]

Таким образом, наличие или же, наоборот, отсутствие эквивалентных соответствий в тексте перевода может быть обусловлено рядом причин, среди которых наиболее весомое значение имеют расхождение в понимании самой метафоры читателями, а также квалификации переводчика.[3] Переводчику, как посреднику необходимо учитывать особенности восприятия окружающего мира у читателей той или иной культуры. Ведь культурные особенности того или иного народа сопоставляются особенностям его языка.

В ходе исследования был проанализирован ряд метафорических образов и конструкций в романе Катрин Панколь на материале их русско- и украиноязычных соответствий. Анализ показал, что, среди переводов исследуемых метафор встречаются как полностью эквивалентные соответствия, так и сужение, а также полная утрата образа, переход образа в сравнение, или же объяснение образа нейтральной лексикой.

Проанализировав метафоры в тексте оригинала и их переводов, можно сделать вывод, что переводчики руководствовались определенными способами их перевода, выделеные и классифицированые П. Ньюмарком.[4]

Вследствие изучения данных способов, можно прийти к заключению, что в текстах перевода наиболее часто удается сохранить

*Руководитель: к.фил.н. доц. Чуча П.О.

исходный образ в языке перевода. Это говорит нам о том, что в разных языках присутствуют общезначимые структурные эквиваленты, понятные для трех картин мира: русской украинской и французской. В основном это касается кондициональной оценки человека, т.е. оценка его эмоционально-психического состояния. Главным образом можно выделить сходное восприятие страха, горя, гнева, сомнения, задумчивости.

Elle disait que moudre le grain à la main revenait à moudre ses pensées.

-Она говорила, что когда перемалываешь кофейные зерна, мысли тоже перемалываются и ложатся так, как надо.

-Казала, що молоти зерна вручну – те саме, що перемелювати собі думки.

Данная цитата из исследуемого нами художественного текста иллюстрирует сходное эмоциональное состояние в трех различных картинах мира. В данном примере мы можем выделить базовую метафору мысли – это зерна, а мышление – это их измельчение. Глядя на оригинал метафорической конструкции, мы наблюдаем противопоставление двух действий – *moudre le grain à la main (молоть зерна на ручной кофемолке)* и *moudre ses pensées(перемалывать свои мысли)*. Значение данной метафоры мы можем объяснить с точки зрения психологии, где подобное рутинное занятие, проделаное человеком много раз до этого и в последующие разы выполняется автоматически, позволяя абстрагироваться от внешних факторов и полностью углубиться в размышления. Таким образом, можно пронаблюдать, независимо от картины мира, в которой существует метафора, реакции человека в определенной ситуации абсолютно одинаковы, что позволяет переводчику выполнять несложные переводческие операции, не требующие при этом особых усилий.

Упущение метафорического переноса французской оригинальной метафоры говорит о специфике мышления французских читателей. Это мы можем проследить на следующем примере:

Cette peste! Tu la vois encore?

-Та стервоза? Ты с ней до сих пор общаешься?

-Та негідниця?! Ти ще досі бачишся з нею?

Оригинальный метафорический перенос содержит в себе образ человека, которого оскорбительно сравнивают с чумой. Во французской языковой картине мира данный образ общеупотребительный в разговорном языке и распространяется исключительно на женщин. В словарях данное слово переводится, как чертовка, дрянь, несносная девчонка. В общем понимании, образ чумы является универсальной метафорой зла, которая символизировала не только болезнь, но также и образ фашизма, берущего свое начала из всемирно известного романа Альберта Камю «Чума». Поэтому данная оскорбительная форма обозначения неприятного, подлого человека дошла и до славянских языков, в частности русского и украинского, где этот образ также присутствует, хотя и не с такой интенсивностью. В случае наших переводов исследуемой метафоры, мы видим, что в русском языке оригинальная метафора передана нейтральным переводческим соответствием *«стервоза»*, в украинском языке - *«негідниця»*, вследствие чего, полностью утратила всю свою образность.

Также переводчиками допускается сужение метафорического образа, в частности:

Je dois appartenir à un autre monde, pensait Joséphine en écoutant le bavardage mitraillette de sa soeur qui abordait maintenant le sujet de leur mère.

-Видно, я на другой планете живу, думала Жозефина, слушая болтовню сестры, которая на этот раз завела речь об их матери.

-«Я, певно, належу до іншого світу», - думала Жозефіна, слухаючи тріскотню своєї сестри.

В следующем примере рассмотрим метафору *bavardage mitraillette*, образ которой в исследуемых нами переводах сохранился частично. Данная метафора является авторской, поэтому переводчикам пришлось ее адаптировать под своих читателей, чтобы не упустить ее основную суть. Мы знаем, что слово bavardage в нашем понимании обозначает «очень много говорить», «говорить не по сути».

Русским соответствием, является слово *«болтовня»*, которое было удачно применено русским переводчиком. В данном случае, французское прилагательное *mitraillette* буквально обозначает автомат, пистолет-пулемет, что сразу ассоциируется в нашем сознании с автоматной очередью и с быстротой выстрелов. Соответственно, автор таким образом придает слову *bavardage* свойства скорости, сравнимой со скоростью выстрелов автомата. В переводе на русский язык переводчик передал весь метафорический образ словом «болтовня», утратив при этом образ пулемета.

Украинский перевод, на наш взгляд выполнен более удачно, передав образ словом в переносном значении *«тріскотня»*. Данное переводческое соответствие воспринимается читателями ближе к оригиналу, в силу того, что оно может вызывать звуковые ассоциации в сознании читателей.

Следующим распространенным способом перевода метафор является замена метафорического образа сравнением.

Elle a un goût de fer barbelé, pensa-t-elle après l'avoir embrassée.

-Она будто отгородилась колючей проволокой!

-Вона вся наче колючий дріт, подумала Жозефіна, поцілувавши доньку.

Приведенный пример еще раз подтверждает, что французская языковая картина мира несколько различна со славянскими языками и имеет свои особенности в плане восприятия и вербальной передачи окружающего мира. Это ярко проиллюстрировано на примере метафоры «elle a un goût de fer barbelé». Само понятие *fer barbelé* переводится на русский язык, как *колючая проволока*. Буквально, исследуемая нами

метафорическая конструкция означает, что героиня произведения имеет вкус колючей проволоки. С помощью данного выражения автор хотел передать эмоционально-психологическое состояние своего героя. Как известно, колючая проволока является средством защиты своей территории. Именно с этим образом и отождествляется состояние нашей героини: она приобретает свойства колючей проволоки, становится агрессивной и недоступной. Данное понятие достаточно распространено, поэтому одинаково понятно среди представителей разных народов. Но само выражение, «avoir un gout de fer barbelé», не может быть воспринято в равной степени читателями славянских народов, как ее воспринимают франкоговорящие читатели. По этой причине переводчикам, чтобы передать мысль и идею автора, пришлось передать данный метафорический перенос с помощью сравнения.

Вывод

Анализ перевода романа К. Панколь «Желтоглазые крокодилы» позволяет сделать следующие выводы: переводчик является ключевым звеном в цепочке автор-интенция автор-читатель. В переводах романа на русский и украинский языки оригинальные метафоры были переданы переводчиками с помощью эквивалентных соответствий, сужения метафор, передачи образов сравнениями или полностью нейтральной лексикой. В процессе интерпретации текста переводчик, образно говоря, должен войти в картину мира исходного языка и на когнитивном уровне вжиться в культуру носителей этого языка, чтобы в сознании интерпретатора возникли сходные ассоциации с оригинальными образами.

Материал исследования трех языков позволяет нам проследить соответствия и несоответствия при переводе метафор. Совпадение образных соответствий в языке перевода указывает на большое количество универсалий, а расхождение, в свою очередь, на когнитивном уровне указывает на специфику национальной картины мира той или иной культуры.

Список использованных источников:

1. Чудинов А.П. Теория метафорического моделирования на современном этапе развития // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2000.
2. Сосновская, В.Б. Интерпретация художественного текста как учебная дисциплина / В.Б. Сосновская //Иностранные языки в высшей школе. – 1987, №19.
3. Вошина О.Е. Особенности перевода индивидуально-авторской метафоры С.Моэма. – ВЕСТНИК ВГУ, Серия лингвистика и межкультурная коммуникация, 2003, No 2. – С. 60-65
4. Newmark, Peter. Approaches to Translation. – Oxford – New York – Toronto – Sydney – Paris – Frankfurt: Pergamon Press, 1988 (first edition 1981). – 200 p

ПЕРЕВОД ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В РОМАНЕ Т.ДРАЙЗЕРА «ТРИЛОГИЯ ЖЕЛАНИЯ» НА РУССКИЙ ЯЗЫК

студентка гр. П-110М Логинова Е.Г.*
ЗИЭИТ, Украина, г. Запорожье, ул. Кияшко, 16-Б
kathrin14-2008@rambler.ru

Введение

В романе большую роль играют единицы, состоящие из двух или нескольких самостоятельных слов и оформленные грамматически. Их называют свободные и несвободные. Свободные сочетания создаются говорящими в процессе речи. Несвободные сочетания слов (фразеологизмы) - входят наряду со словами в лексический фонд языка. Их также называют фразеологическими единицами, фразеологическими оборотами, фраземами.

Фразеологизм имеет ряд существенных признаков: устойчивость, воспроизводимость, целостность значения, раздельнооформленность. Они являются важным средством создания речевой характеристики героев, и поэтому широко используются в романе Т. Драйзера «Трилогия желания».

Объектом данного исследования являются фразеологизмы как единицы и средства создания образности и речевой характеристики героев.

Предмет исследования: фразеологизмы с морской тематикой как переводческая проблема и ее решение.

Актуальность: данное исследование дает возможность узнать и понять культуру и мышление американцев; любое решение переводческих проблем дает широкую практическую базу для теоретических обобщений.

Цели и задачи исследования

Целью работы является выделить фразеологические единицы в романе как ведущий стилистический прием создания образности и как одну из основных переводческих проблем романа, а также, показать решение этой проблемы русскими переводчиками М.Волосовым, В.Куреллой, Т.Озерской, М.Богословской и Т.Кудрявцевой.

Главной задачей работы является исследование фразеологических единиц с точки зрения их структуры, семантики и способов перевода, а также стилистические особенности функционирования фразеологизмов в художественной литературе.

Изложение основного материала

Ключевыми понятиями, на которые опирается исследование, являются художественный текст и фразеологизм как явлении языка и речи.

Под фразеологизмом в данной работе мы будем понимать устойчивые сочетания, обладающие целым рядом свойств. Они возникают из словосочетаний, но не следствии регулярного взаимодействия слов, а вопреки ему [1]. В функциональном плане они не имеют той универсальности, которую должны иметь единицы самостоятельного уровня языка. Фразеологизмы не соответствуют критериям уровневых единиц; разнообразны по своей структуре. Им характерна образность и экспрессивность [1, 2].

В целом фразеологическое значение - феномен исключительно сложный и, разумеется, его нельзя рассматривать как механическую сумму составляющих его компонентов [3]. Семантическую структуру фразеологических единиц можно представить как микросистему, все элементы которой находятся в тесной связи и взаимодействуют между собой. Фразеологизмы несут экспрессивный и эмоциональный компоненты значения, что и определяет их место в текстах художественной литературы.

Художественный текст – это особый вид языковой деятельности, главная функция которого коммуникативно-эстетическая[2].

Для художественного текста характерны: эстетическая функция как ведущая; возникновение добавочной образной информации надстроенной над узуальной. Образность – это имплицитная информация, которая создается особой организацией контекста, специальным использованием языковых средств и создание им специального окружения. Одним из таких средств создания образности являются фразеологизмы, но их рассмотрение необходимо в более широком контексте [2, 4].

Перевод фразеологизмов опирается на понимание их как единиц языка и как средства создания системы образов в романе.

Определение стилистической роли фразеологизмов в романе Т.Драйзера принимает во внимание особенности художественного текста – эстетическая функция, образная информация и многоплановость содержания. Фразеологизмы выделяются как одно из средств создания образности и имплицитной информации, подтекста.

В романе фразеологизмы представлены в речи автора-рассказчика, выполняя функции создания модальности текста, а также в речи персонажей, являясь средством создания их индивидуальной речевой характеристики. Использование фразеологизмов в каждом из этих случаев имеет свои собственные особенности.

*Руководитель: к.ф.н., доц. Хромова К.А.

Кроме того фразеологизмы используются как в своей полной так и в модифицированной форме. В зависимости от формы и указанных функций фразеологизмов, переводчики применяют разные переводческие приемы.

Перевод фразеологизмов в художественном тексте связан с решение двух переводческих задач. Первая связана с выбором соответствия фразеологизму в языке перевода. Трансформации фразеологизмов связаны с разными изменениями образной основы, с отсутствием фразеологизма в языке перевода или с его национальной окраской. Вторая проблема – фразеологизм используется или в своей узуальной, или в измененной форме. Если фразеологизм изменен, то переводчик имеет дело с другим явлением – игрой слов, где при переводе применяется компенсация.

В романе преобладают фразеологизмы с образной основой, связанной с мореплаваньем. Эти образы помогают раскрыть основную тему романа – мир финансов как мир борьбы, риска, авантюризма.

Далее предоставлены самые яркие примеры фразеологизмов:

1. *“Financially you are on the rocks then?”*
“...I think I’ve never been off the rocks, really. ”
- Так значит, ты совсем на мели?
- Да уж, мне кажется, так было всегда.

Фразеологизм включен в игру слов. Происходит обыгрывание буквального и переносного значения фразеологизма.

Используется фразеологизм *“on the rock”* имеет словарное значение “*на мели”* или *“оказаться в тяжелом положении”*. Двойная актуализация значения повышает выразительность этого диалога, делает его более эмоциональным.

Переводчики передают это значение тоже фразеологизмом, но несколько с иной образной основой, сохраняя при этом основную тематику, связанную с морским делом. Однако игра слов оригинала не воспроизводится в переводе и не компенсируется в другом месте текста. Тем самым разговор теряет всю ироничность и эмоциональность.

2. *He reproached himself bitterly for his behavior that evening. He had burnt his ship behind him. (Th.Dreiser, “The Financier")*

Он горько упрекал себя за то, как вел себя тем вечером. Он сам себе отрезал все пути к отступлению.

Здесь используется выражение “ *to burn one's ship* ” - *“ отрезать путь к отступлению”.*

Хотя в русском языке есть фразеологизм, описывающий эту ситуацию *«сжигать мосты»*, но он имеет другую образную основу, поэтому не был использован переводчиками. И в данном случае можно было использовать буквальный перевод, тем самым создать в языке новый фразеологизм *«жечь корабли»*, который сохранил бы ассоциацию как с указанным фразеологизмом *«сжигать мосты»*, так и с системой образов романа.

Те же переводческие приемы используются при передаче фразеологизмов в авторской речи.

3. *He realized that ... he was sailing rather close to the wind financially.*

Он осознал, что находится в шаге от нарушения закона и может понести финансовые потери.

Автор использует фразеологизм *“sail close to the wind”* - *“быть на шаг от нарушения закона; зарваться”, “идти круто к ветру”* - для повышения выразительности высказывания. Хоть это и авторская речь, но она передает внутреннюю речь самого героя. Поэтому сохранение морской тематики при переводе могло бы воспроизвести характерные особенности речи героя.

Здесь также переводчики дают описательный перевод. В языке перевода есть фразеологизм, описывающий данную ситуацию - *«ходить по лезвию ножа»* или *«ходить по краю»*. Однако они имеют иную образную основу и могут нарушить единство образа героя.

Итак, переводчики в большинстве случаев передают значения фразеологизмов путем подбора соответствий с другой образной основой или путем описательного перевода. В результате изменяется модальность текста перевода в сравнении с оригиналом. У переводчиков прослеживается тенденция все время изменять образность высказывания, не передавая связь с темой моря и мореплавания. Это изменяет всю систему образов, определенную автором, меняет само представление об этом романе. Большая часть важной образной информации оригинала при переводе теряется. В некоторых фразеологических оборотах есть момент обыгрывания фразеологизмов. Но автор дает описательный перевод, поэтому сам юмористический эффект, игра слов теряются и нигде не компенсируются.

Выводы

Результаты сопоставительного анализа позволяют сделать заключения о выбранной переводчиками стратегии. Во многом переводчики опираются на традицию русской литературы XIX века и стремятся сохранить стилистический контраст между авторской речью и речью персонажей. Но создали текст с совершенно измененной модальностью, совершенно изменили образную основу, текст-перевод лишился немаловажной части своего содержания.

Список использованных источников

1. Кочерган М.П. Основи зіставного мовознавства / М. П. Кочерган. - К.: Видавничий центр «Академія», 2006. – 386 с.

2. Казакова, Т. А. Художественный перевод / Т. А. Казакова. – СПб - 2002. - 320 с.

3. Мороховский, А. Н. Стилистика английского языка / А. Н. Мороховский. - К.: Высшая школа, 1984 -248с.

4. Баран, Я. А., Зимомря, М. І. Фразеологія: знакові величини. Навчальний посібник для студентів факультетів іноземних мов. / Я. А. Баран, М. І. Зимомря. – Вінниця: Нова книга, 2008. – 256с.

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА РЕАЛИИ В РОМАНЕ МАРГАРЕТ МИТЧЕЛЛ «УНЕСЕННЫЕ ВЕТРОМ»

студентка гр. П-110М Муха А.Н.*
ЗИЭИТ, Украина, г. Запорожье, ул. Кияшко, 16-Б
alyenamuha@mail.ru

Введение

Данная статья посвящена культурно-специфическим реалиям в историческом романе М. Митчелл «Унесенные ветром» и способам их перевода на русский язык переводчиками Т. Озерской и Т.Кудрявцевой.

Актуальность исследования связана как с общей необходимостью перевода художественных текстов, поскольку они помогают глубже понять американское культурное сознание, так и с необходимостью расширения практической базы переводоведения.

Объектом исследования является культурно-специфическая лексика и ее функции в романе М.Митчелл «Унесенные ветром».

В качестве предмета исследования выступает английская культурно-специфическая лексика, не имеющая закономерных переводческих соответствий в русском языке или переводческие соответствия которых не всегда могут быть использованы в переводе данного романа из-за условий контекста.

Целью исследования является выделение реалии как переводческой проблемы в тексте романа, и на основании решения этой проблемы переводчиками , сделать заключение о стратегии переводчиков и адекватности перевода текста.

Задачей исследования является определить реалию как языковое и культурное явление, рассмотреть имеющиеся виды классификации реалий, определить основные способы их перевода в художественной литературе, выделить реалии как конкретные переводческие проблемы в романе М. Митчелл и на основе сопоставительного анализа оригинала и перевода, дать оценку решению указанных проблем переводчиками на русский язык.

1. Изложение основного материала

При общем понимании реалий, как слов, обозначающих явления общественной жизни и предметы материального быта, специфичные для определения одной культуры и отсутствующие в другой, существуют два подхода к определению природы их значения. Первый подход ясно выражен А. В. Федоровым, Л.С. Бархударовым, С.И. Влаховым и С.П. Флориным, которые рассматривают реалии с точки зрения их концепта, внутри одной определенной культуры. На это указывает развернутая классификация С. Влахова и С. Флорина, где реалии рассматриваются подробно, и перечисляются скорее явления действительности, обозначенные реалиями, чем рассматривается сама языковая природа реалий [1]. Второй подход к реалиям представлен трудами В.Г. Костомарова, Е.М. Верещагина и Р.П. Зоривчак, которые рассматривают реалию с точки зрения своего значения и на основании взаимодействия двух определенных культур [2]. Таким образом, для анализа данного романа, наиболее подходящим является определение реалии, как вида лексики и фразеологии, в значении которого содержится этно-культурная информация, присущая одной культуре, и отсутствующая в другой [2, с.125].

В романе реалии рассматриваются широко и выделяются не только предметы материального быта, а и имена собственные, названия и особые формы общения. При этом, следует учитывать что существуют реалии для которых уже есть закономерные переводческие соответствия, но существуют и те, которые представляют собой без эквивалентную лексику. Такой вид лексики обычно передается на другой язык с помощью транслитерации, транскрипции и описательного перевода и, как правило, представляет собой переводческую проблему. Так как реалии участвуют в создании системы образов именно в художественном тексте, то и подход к ним также осуществляется с точки зрения художественного перевода. Известно, что ведущей функцией художественного текста является эстетическая функция. И так как текст имеет 2 вида информации: фактуально-содержательную и концептуальную образную, то реалия по-разному участвуют в создании образности. Это дает основание выделить в романе 2 группы реалий: реалии, связанные с фактуальной информацией и реалии, связанные с созданием модальности текста и образов героев. Вторая группа реалий представлена в романе историческими реалиями, характеризующими время, место, действие в историческую эпоху. Они уже имеют переводческие соответствия в русском языке. К таким реалиям можно привести следующие известные примеры: *the Freedmen's Bureau- Бюро вольных людей, white trash- шваль, poor Cracker neighbors- «голодранцы», белые бедняки,*

*Руководитель: к.ф.н., доц. К.А. Хромова

Carpetbaggers- саквояжники, the Cause- правое дело, old Troop- эскадроны.

Данные примеры переданы на русский язык способами, характерными для перевода английских реалий - буквальным переводом, полукалькой, иначе говоря, образования соответствия из части слов своего собственного материала, и из части материала иноязычного слова, а также созданием собственного переводческого соответствия.

Однако наибольшую переводческую трудность в переводе романа представляют реалии, которые связаны с передачей концептуальной информации. Многие из них включены в стилистические приемы или участвуют в создании тематической сетки описания главных героев. Несмотря на наличие переводческих соответствий, решения проблемы перевода могут быть разными, в зависимости от тех функций, которые реалии выполняют в тексте. Это касается, прежде всего, перевода названия флага южан. В данном случае, проблема заключается в том, что название флага возникает в ряде эпизодов, где в каждом из них оно выполняет разную функцию. Например, название флага является названием гимна:

The orchestra burst into 'Bonnie Blue Flag'.

Оркестр что было мочи, грянул «Голубой заветный флаг».

Эпитет *Bonnie* имеет несколько компонентов значения. Во-первых, эпитет указывает на то, что флаг прекрасный, а также на возвышенное отношение к нему, указав на священную связь с традициями. Это особенно подчеркнуто тем, что исполнялся гимн. Здесь используется прием дифференциации. Выбирается межязыковой синоним «заветный», где ведущим является второй компонент значения оригинала.

В следующем примере, название флага включается в текст самой песни.

Hurrah for the Bonnie Blue Flag That bears a single star!

Взвейся выше, флаг голубой С одной заповедной звездой!

Переводчик ставит задачу воссоздать слова песни, где строка, содержащая название флага, должна рифмоваться со следующей строкой. Поэтому в названии флага, опускается первый элемент и происходит перестановка компонентов названия. Рифма подбирается на прилагательное *голубой.*

И наконец, название флага включается в стилистический прием «игра слов».

Rhett leaning over the child had said: "Her eyes are going to be pea green." "Indeed they are not," cried Melanie indignantly, forgetting that Scarlett's eyes were almost that shade. "They are going to be blue, like Mr. O'Hara's eyes, as blue as — as blue as the bonnie blue flag."

Глаза у нее будут зеленые, как горох. Ничего подобного! — возмущенно воскликнула Мелани, забывая, что глаза у Скарлетт были почти такого оттенка. У нее глаза будут голубые, как у мистера О'Хара, голубые, как… как наш бывший голубой флаг: Бонни Блу.

В тексте перевода, главная героиня Мелани должна говорить на родном языке. На самом деле, она говорит и на родном и на иностранном языке. Она разъясняет собственные слова, как иностранный текст, что звучит довольно-таки неестественно. Тем самым, авторские слова вкладываются в уста героев для того, чтобы пояснить читателю саму мотивировку выбранного имени. Название флага одновременно переводится и передается путем транскрипции *Бонни Блу*, с последующей сноской, где переводчик поясняет: красивый голубой (англ.). И хотя ситуация представляется недостаточно правдоподобно, учитывая условный характер изображаемой действительности в художественном тексте [3, с 53], для читателя это может остаться незамеченным.

Следующий пример касается создания тематической сетки образа главных героев. Здесь, под тематической сеткой понимается использование лексики, относящейся к определенному фрагменту действительности, а также связанной отношением синонимии и антонимии, повторяющейся на протяжении всего романа при описании определенных героев или в повторяющихся ситуациях [3, с. 32].

She was Irish enough to believe in second sight, especially where death premonitions were concerned, and in his wide gray eyes she saw some deep sadness which she could only interpret as that of a man who has felt the cold finger on his shoulder, has heard the wail of the Banshee.

Вера в предчувствия, особенно в предчувствие смерти, унаследованная от ирландских предков, пробудилась в ней, а в широко раскрытых серых глазах Эшли она прочла такую глубокую грусть — словно, казалось ей, он уже ощущал присутствие смерти у себя за плечом и слышал леденящий душу вопль Бэнши — привидения-плакальщица из ирландских народных сказаний.

Подчеркнуть связь героев с их ирландскими корнями помогает образ призрака Бэнши, который своим криком возле дома, возвещает о грядущем горе, и именно о смерти близких. В оригинале данного примера, название приведение переводится транскрипцией, а в сам текст добавляется пояснение переводчика.

Заключение

Переводчики Т. Озерская и Т. Кудрявцева поняли и раскрыли значение каждой реалии в романе. Реалиям, которые связаны с описанием места действия, передаются путем транслитерации с обязательным комментарием переводчика, а также буквального перевода. Широко применялся прием модуляции, при котором, имплицитные компоненты значения реалии, получали языковое выражение.

В целом при переводе переводчики опирались на традицию русской литературы XIX века, особенно описывающую « усадебную жизнь», поскольку они считают их важным средством в создании исторической обстановки и времени действия. В решении самих переводческих проблем было выдержано некое единство образов, тем самым сохранив культурный колорит, и специфику языка. При исследовании данного исторического романа, не было замечено неверных толкований, благодаря чему все ситуации были правильно переданы и поняты читателем.

Список использованных источников

1. Влахов С.И Флорин С.П. Непереводимое в переводе. -Изд. 3-е,- М. : «Р. Валент», 2006. – 448 с.
2. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад. - Львів: Вид-во при ЛНУ : 1989.- 39 с.
3. Казакова Т.А. Художественный перевод.- Спб.:2002.-113 с.
4. Томахин Г.Д. Реалии в языке и культуре. - М.: «Высшая школа» – 1998.- 280 с.

ДОЦІЛЬНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Студентка гр. М ЗЕД - 110 Омельяненко В.В.
МВП ЗІЕІТ, Україна, м. Мелітополь, пр. 50 Років Перемоги, 21

Вступ

Поглиблення загальносвітового процесу інтернаціоналізації і глобалізації змушують підприємства розробляти нові концепції менеджменту зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), нові підходи до планування, організації, координації, мотивації та контролю, які в комплексі забезпечували б ефективну роботу підприємства в складних і нестабільних умовах міжнародного ринкового середовища.

Актуальність проблеми зумовила зацікавленість до її дослідження багатьох вітчизняних і закордонних вчених таких як: Гаврилюк О.В., Герчикова І.М., Гуріна Г.С., Грачов Ю.М., Гребельник О.П., Дідківський М.І., Дроздова Г.М., Кандиба А.М., Козловський В.О., Кириченко О.О., Кредісов А.І., Луцький М.Г., Мазаракі А.А., Марченко В.М., Панченко Є. Г., Попов С.Г., Пресняков В.В., Прокушев Є.Ф., Торгова Л.В., Шагалов Г.І. та інші.

Проте теоретико-методологічні та практичні аспекти функціонального підходу до менеджменту ЗЕД ще недостатньо досліджені та розроблені. Нерозв'язаність багатьох проблем значною мірою пов'язана із специфікою і різноманітністю видів діяльності підприємства безпосередньо пов'язані із його виходом на зовнішні ринки, у зовнішнє міжнародне середовище до яких необхідно адаптуватися керівництву українських підприємств. Усе це зумовлює доцільність даного дослідження.

Це підтверджує актуальність обраної теми дослідження й обумовлює постановку її мети і завдань.

1. Мета і завдання дослідження

Обґрунтування доцільності організації ЗЕД підприємства в умовах глобалізації.

2. Виклад основного матеріалу

Організація ЗЕД - дуже складна і клопітка робота. Вона вимагає уважного опрацювання таких питань як коньюктура ринку, потенціальні покупці і продавці, встановлення ділових контактів з ними, проведених переговорів, підписання угод і т.д. Тому, для ефективного керівництва ЗЕД на рівні підприємства, необхідна адекватна до умов його роботи структура управління. Структура управління ЗЕД відображає побудову системи управління в даній сфері, тобто органи, служби, апарат, що здійснює управління ЗЕД [1, с.6].

Організаційна структура управління ЗЕД визначається тією метою і завданнями, які вона покликана вирішувати. Її мета - максималізація прибутку на довготривалий період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємництві. Організаційна структура управління ЗЕД, як і внутрішньо-фірмового управління, повинна постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі і сфері управління. Її форми і методи не можуть залишатися незмінними.

Організаційні форми управління ЗЕД на виробничих підприємствах в Україні багато в чому індивідуалізовані. Разом з тим можна виділити деякі загальні риси.

На виробничих підприємствах, що приймають активну участь у зовнішньоекономічній діяльності, зовнішньоекономічний апарат в даний час існує в основному в двох формах: відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) в рамках діючого апарату управління; зовнішньоторговельна фірма (ЗТФ).

Відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) не є самостійним структурним підрозділом підприємства. Він являє собою частину апарату управління. Його головне завдання полягає в управлінні ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи внутріфірмового управління

Економічний сектор покликаний забезпечувати прогнозування і планування ЗЕД підприємства, аналіз ефективності експортно-імпортних операцій, контроль за виконанням плану, валютний контроль і т.д.

Сектор маркетингу як ведуча служба підприємства вивчає коньюктуру світових товарних ринків, приймає участь у визначенні цін на експортну продукцію, в розробці і здійсненні рекламних мікроприємств, аналізі конкурентів, можливостей руху товару і т. ін.

Завдання науково-технічного сектору: вивчати діючі на світовому ринку технічні вимоги до товару; аналізувати технічний рівень і якість продукції, її конкурентноздатність; брати участь в розробці пропозицій по оновленню виробництва,

*Керівник: к.е.н.,доц. Ортіна Г.В.

випуску нової продукції; забезпечувати технічне обслуговування експортної продукції та ін.

Основними завданнями зовнішньоторговельної фірми (ЗТФ), як правило, являються: планування, організація і регулювання зовнішньоторгових угод, збільшення об'єму експорту і вдосконалення його структури, підвищення ефективності імпортних закупок у відповідності до стратегії підприємства, підвищення конкурентноздатності продукції за кордоном, сприяння покращенню її якості, вивчення коньюктури товарних світових ринків і виявлення критеріїв та вимог, які ставляться до конкурентноздатності товарів, вивчення діяльності конкурентів, їх сильних і слабких сторін, організація після продажного обслуговування за кордоном, вироблення рекламних заходів з метою розширення експорту, забезпечення правового захисту зовнішньоекономічних інтересів підприємства, участь разом з іншими підрозділами в організації транспортування і збереження продукції, участь в купівлі-продажу патентів і ліцензій, "ноу-хау", участь в здійсненні протокольних заходів.

Вирішення цих та інших завдань, що стоять перед ЗТФ, визначає її функції і організаційну структуру управління. Директор ЗТФ, як правило, підпорядкований директору підприємства чи його заступнику із зовнішньоекономічних зв'язків. Основними функціональними підрозділами ЗТФ є маркетингова і оперативно-комерційна служба. Також створюються служби, що забезпечують обслуговування ЗЕД фірми: планово-економічних розрахунків, валютно-фінансових операцій, обліку і звітності, юридичних та інженерно-технічних питань.

Кожна із даних служб виконує відповідні функції. В компетенцію маркетингової служби входять: участь фірми в розробці стратегії і планів ЗЕД підприємства; вивчення ринків збуту і можливостей виходу на них; забезпечення реклами і руху товару; підготовка конкурентних матеріалів і конкурентного листа, необхідних для формування базисних умов контракту; прогнозування коньюктури товарних ринків і динаміки цін; аналіз ефективності експортно-імпортних операцій і окремих угод; збирання, накопичення і обробка необхідної інформації; методичне забезпечення роботи по вивченню зовнішніх ринків і вимог до якості продукції; забезпечення участі фірми у виставках, ярмарках, аукціонах, торгах та ін.

Необхідність створення ЗТФ в складі підприємства-суб'єкта ЗЕД повинна впершу чергу бути зумовлена співставленням затрат підприємства при відсутності власної такої фірми і витратами на її утримання. При цьому треба мати на увазі, що ефект діяльності ЗТФ буде видно тільки після декількох років її роботи. Підприємства, що виходять на світовий ринок, зустрічають сьогодні жорстоку конкурентну боротьбу. Щоб вижити в цій боротьбі і досягти успіху, обов’язково необхідно використовувати можливості маркетингу. Саме на основі маркетингової діяльності проводиться більшість комерційних операцій на світовому ринку. Спеціальними дослідженнями встановлено, що більше 75% комерційних невдач відбувається через помилки в маркетинговій діяльності.

Процес підготовки і успішного здійснення зовнішньоторгової операції повинен вимагати детального вивчення не лише потенційних контрагентів, а й фірм-партнерів. Вивчення діяльності майбутніх фірм-партнерів являється складовою частиною зовнішньоторгової операції. Тому даному питанню всі учасники міжнародної торгівлі повинні приділяти велику увагу.

Удосконалення механізму експортної діяльності підприємств має проводитись на належному рівні за допомогою відповідних законодавчих актів. Одним з перспективних шляхів удосконалення експортної діяльності на підприємстві на майбутнє є розробка стратегій розвитку виробництва на середньо та довгострокову перспективу..

Висновки

На сучасному етапі багато українських підприємств активно беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності. Проте ефективність зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств ще доволі низька. Це свідчить про відсутність чіткої зовнішньоторгової політики, слабкі канали збуту, недостатній досвід роботи на зовнішньому ринку, прагнення до швидкої віддачі шляхом продажу продукції, яка не потребує особливих зусиль з її просування.

Дослідження ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності вказує на обов’язкові умови такої діяльності: активна участь на зовнішніх ринках з постійним нарощуванням експортного потенціалу, зростання об’ємів господарської діяльності, постійний контроль за конкурентоспроможністю, контроль та удосконалення економічних зв’язків з партнерами.

.

Список використаних джерел

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств [текст] / За ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, І.Ю. Сіваченка – Київ : Центр навчальної літератури , 2009. – 792 с.

2. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. - 2-ге вид., перероб. і доп. [текст] – К.: Знання, 2008 – 386с.

3. Сисоєва Т. П. Формування та розвиток зовнішньоекономічної діяльності регіонів України в умовах глобалізації (на прикладі Київської області) [текст] : Дис... канд. наук: 08.00.05 - 2008.

*Керівник: к.е.н.,доц. Ортіна Г.В.

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Студент гр. М ЗЕД-110 Рабинюк П.В.
МВП ЗІЕІТ, Україна м. Мелітополь пр. 50 років Перемоги 21

Вступ

Активізація глобалізаційних процесів, розширення міжрегіонального співробітництва, посилення ролі окремих регіонів обумовлює необхідність підвищення ефективності управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Ринкові перетворення в Україні, необхідність переорієнтації підприємств з метою випуску конкурентоздатної продукції потребують значних інвестицій. Ефективне управління такими підприємствами вимагає застосування системного підходу. Нерідко за рамками дослідження залишаються питання щодо визначення параметрів участі підсистем організації при узгодженні цілей розвитку, напрямків взаємодії, засобів перетворення, зв'язку управління і дій окремих підсистем при прийнятті рішень та їх реалізації в процесі управління інвестиційною діяльністю, котрі пов'язані з цілісним підходом до вирішення складних завдань.

Теоретичні аспекти щодо системного підходу в управлінні ґрунтовно розроблені в працях зарубіжних учених Н. Андерсона, Н. Гованні, Я. Гордона, Е. Гуммесона, Д. Джобберта, Ф. Котлера, Т. Левіна, Л. Маттссона та багатьох ін. Інвестиційні процеси в Україні та в світі привертають увагу як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів В. Андрійчука, П. Канінського, М. Коденської, П. Саблука, В. Топіхи, О. Скидана, В. Юрчишина та ін.

Системний підхід до управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю підприємств, який дозволяє побачити прояв його конкретних форм через відповідні системні властивості, принципи і закономірності, потребує подальшого розвитку. Це підтверджує актуальність обраної теми дослідження й обумовлює постановку її мети і завдань.

1. Мета і завдання дослідження

Обґрунтування теоретичних засад дослідження управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю підприємств.

2. Виклад основного матеріалу

Актуальність дослідження проблем управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю підприємств обумовлена насамперед двома причинами. Перша причина полягає в тому, що сучасна економіка спрямовує суспільне виробництво на постійний інноваційний розвиток, який потребує відповідних інвестицій. Друга причина пов'язана з пошуком шляхів виживання підприємства, нових факторів його успіху у конкурентному середовищі та подальшого розвитку. Ефективне управління ґрунтується на таких наукових підходах, як системний, логістичний, комплексний, глобальний, інтеграційний, відтворювально-еволюційний, структурний, директивний, ситуаційний [1, с. 58–94]. Тому зупинимося детальніше на системному підході, що передбачає дотримання основних законів системи, а саме [1, с. 50–57]: 1) композиції, тобто узгодження спільної і часткової мети; 2) пропорційності, що визначає високу якість товару на всіх стадіях виробничого процесу; 3) зважання на "вузьке місце", де особлива увага приділяється найбільш слабкому елементу системи; 4) онтогенезу, коли враховується послідовність стадій життєвого циклу підприємства (товару); 5) інтеграції, якщо система спрямовується на високий рівень організації і уможливлюється одержання синергетичного ефекту; 6) інформованості, при якій виділяється інформаційне забезпечення як головна умова конкурентоспроможності; 7) стійкості, коли висуваються вимоги до побудови системи (статичний стан) і до її функціонування (динамічний стан). Необхідність звернення до системного підходу спричинена ускладненням внутрішньої структури об'єктів управління; розширенням і розгалуженням зв'язків; швидким і безперервним зростанням обсягу інформації; нестабільністю навколишнього середовища; посиленням конкурентної боротьби. Безперечною перевагою системного підходу є спрямування на слабо структуровані проблеми, пошук оптимального варіанта їх вирішення [2, с. 151].

Система управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю підприємства повинна бути ефективною. Ефективність управління базується на реалізації низки принципів [3]. 1. Інтегрованість із загальною системою управління підприємством. Забезпечення ефективності всіх сфер діяльності підприємства безпосередньо або опосередковано пов'язане з вибором напрямків інвестицій, оптимальністю фінансування проектів,

*Керівник: к.е.н.,доц. Ортіна Г.В

впровадженням досягнень науково-технічного прогресу тощо. Це визначає необхідність органічної інтегрованості управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю з іншими функціональними і загальними системами управління підприємством 2. Комплексний характер формування управлінських рішень. Всі управлінські рішення у сфері інвестицій є взаємозалежними і впливають на кінцеві результати інвестиційної зовнішньоекономічною діяльності підприємства в цілому, як безпосередньо так і опосередковано. Отже, управління інвестиційною діяльністю є комплексною функціональною системою, котра забезпечує розробку взаємозалежних управлінських рішень, кожне з яких робить свій внесок у загальну результативність діяльності підприємства. 3. Високий динамізм управління, який насамперед пов'язаний з високою динамікою чинників зовнішнього середовища, зі зміною кон'юнктури. Крім того, змінюються в часі і внутрішні умови функціонування підприємства. Тільки високий динамізм інвестиційного менеджменту може забезпечити економічний розвиток підприємства, форми організації його виробничої і фінансової діяльності, інших параметрів функціонування. 4. Варіативність підходів до розробки окремих управлінських рішень. Реалізація цього принципу припускає, що підготовка кожного управлінського рішення в інвестиційній сфері підприємства повинна враховувати альтернативні можливості дій. З врахуванням змісту і принципів ефективного управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю формуються його цілі і задачі. Крім того, формування ефективної системи управління потребує відповідного його механізму. Для формування основних елементів механізму управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю підприємства необхідно брати до уваги принципи цього управління з урахуванням зовнішньоекономічного аспекту діяльності підприємства.

Глобалізаційні процеси викликають якісні зміни в самій інвестиційній сфері, які виражаються в наступному: 1) можливості інформаційного і фінансового контролю за використанням інвестиційних ресурсів інвестора в режимі online, віддаленого на будь-яку відстань від місця вкладення ресурсів; 2) впровадження єдиних інформаційних стандартів в такі області, як заставні механізми, бухгалтерський облік і звітність, подання проектів та програм підприємств, регіонів і держав в інформаційних системах; 3) створення інтегрованої інфраструктури (банківської, законодавчої, організаційної), яка обслуговує інвестиції; 4) розробці та реалізації інтегральних механізмів і технологій управління інвестиційною діяльністю. Виникає потреба в нових організаційних моделях управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю, заснованих на активному використанні інформаційних технологій, глобальних інформаційних побудові підприємств на принципі інтеграції змісту і характеру управлінської діяльності, функцій управління; орієнтації на конкуренцію в часі [3]. Реалізація таких багатогранних цільових установок, як підвищення якості продукції і орієнтація на споживача на базі інновацій, впровадження нових виробничих, інформаційних та управлінських технологій, неможлива без адекватного ресурсного забезпечення та аргументованого аналізу фінансування інвестиційних рішень. Вибір напрямків і форм інвестиційної діяльності безпосередньо інтегрований в загальну систему управління організацією. Як відомо, результати інвестиційної діяльності безпосередньо впливають на параметри діяльності багатьох підсистем в організації. Таким чином, всі управлінські рішення в області формування і реалізації інвестицій тісно взаємопов'язані і впливають на кінцеві результати фінансово-господарської діяльності економічного суб'єкта в цілому.

Висновки

Управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю підприємства має розглядатися як комплексна функціональна керуюча система, котра забезпечує розробку взаємозалежних інвестиційних рішень, кожне з яких робить свій внесок у загальну результативність діяльності підприємства. У зв'язку з цим управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю підприємства не може носити фрагментарний характер і все більше набуває комплексної спрямованості. Це в свою чергу вимагає подальшої розробки теоретичних та практичних засад щодо управління інвестиційною зовнішньоекономічною діяльністю підприємств, котрі дозволять з позицій системного підходу взаємопов'язати процес управління інвестиційними потоками і розвиток підприємств як складних соціально-економічних систем з метою їх результативного функціонування.

Список використаних джерел

1. Кнорринг В. И. Теория, практика и искусство управления: Учебник для вузов по специальности «Менеджмент». [2-е изд., изм. и доп]. – М.:Издательство НОРМА (Издательская группа НОРМА–ИНФРА-М), 2001. – 528 с.

2. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством: [навчальний посібник] / В. О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 504 с.

3. Бурєнніков Ю. Ю. Управління інноваційною діяльністю в промисловості: сутність, особливості розвитку, шляхи удосконалювання: [моногр.] / Ю. Ю. Бурєнніков, Н. В. Поліщук, В. О. Ярмоленко – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 184 с.

*Керівник: к.е.н.,доц. Ортіна Г.В

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

студент гр. ЭП-110М Северин М.Б.[*]
ЗИЭИТ, Украина, г. Запорожье, ул. Кияшко, 16-Б
severin.m00@mail.ru

Введение

Оценка финансового состояния предприятия осуществляется на основании финансового анализа, который является важнейшим условием успешного управления его финансами. Проведение анализа финансового состояния необходимо как самому предприятию для оценки стратегии и тактики своей деятельности, так и его партнерам – банкам, страховым компаниям, инвесторам, клиентам, акционерам и др. Достоверность оценки финансового состояния предприятия и принятие на его основе адекватных управленческих решений зависит от правильности выбора методических подходов и инструментов анализа.

1.Цели и задачи исследования

Определение проблем в методологических подходах к оценке финансового состояния предприятия, и выявление путей их совершенствования.

2.Изложение основного материала

В настоящее время существует проблема в выборе методических подходов к оценке финансового состояния. Она заключается в том, что различными авторами рекомендуется к использованию очень большое количество подходов, для оценки финансового состояния предприятия. Все эти подходы, так или иначе, дополняют и повторяют друг друга, что усложняет процесс анализа. Для решения этой проблемы необходимо усовершенствовать предлагаемые методические подходы, с целью формулировки определенного перечня показателей для расчета, которые наиболее полно охарактеризовали бы финансовое состояние предприятия металлургической отрасли.

Исследованию методов оценки финансового состояния уделяют внимание такие ученые, как: Билык М. Д., Павловская О. В., Притуляк Н. М., Невмержицкая Н. Ю., Подольская В.О., Яриш О.В., Волкова О.И., Девяткина О.В.

Первой проблемой, с которой можно столкнуться ещё на начальном этапе исследования, является несогласованность и отсутствие единого мнения у авторов, касательно выбора блоков, по которым будет проходить исследования финансового состояния. М. Д. Билык, О. В. Павловская Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицкая помимо прочего, включают в состав исследуемых направлений анализ денежных потоков, и анализ кредитоспособности предприятия, а М. А. Болюх, В. З. Бурчевский, М. І. Горбаток выделяют анализ оборачиваемости оборотных средств, и анализ дебиторской и кредиторской задолженности.

На основе проведенного исследования методологических подходов к оценке финансового состояния рекомендуются следующие направления оценки финансового состояния предприятия:

1. Оценка состояния и эффективности использования активов и капитала предприятия.
2. Оценка платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.
3. Оценка финансовых результатов и рентабельности предприятия.
4. Оценка деловой активности предприятия.

Одной из важнейших характеристик предприятия является его финансовая стабильность. Среди составных элементов финансовой стабильности одно из главных мест занимает финансовая устойчивость, так как она отражает сбалансированность денежных и товарных потоков, доходов и расходов, средств и источников их формирования [4, с.332].

Рассмотрим различные проблемы, связанные с методическими подходами к оценке финансовой устойчивости предприятия.

Во-первых, в экономической литературе отсутствует единый подход к определению и оценке финансовой устойчивости. Существует большое количество предлагаемых методик, однако зачастую они повторяют друг друга, и тем самым усложняют процесс анализа.

Во-вторых, при оценке как финансовой устойчивости, так и прочих аспектов финансового состояния предприятия, лежит коэффициентный подход - расчет коэффициентов, характеризующих различные стороны финансово-хозяйственной деятельности предприятия. В основе наиболее распространенного коэффициентного подхода лежат вычисление и анализ ряда финансовых коэффициентов, которые ориентируются исключительно на капитал.

Однако такой подход не стоит рассматривать как основополагающий, поскольку его использование не отражает полной картины финансового состояния предприятия, а лишь

[*] Руководитель: к.е.н. доц. Борисенко Т.Н.

предоставляет его разрозненные, зачастую повторяющиеся и не связанные друг с другом показатели. В данной работе более целесообразным считается использовать агрегатный методический подход, суть которого - в анализе взаимосвязей между активом и пассивом Баланса, что позволяет определить оптимальную структуру имущества предприятия, а также выявить наиболее рациональные источники его финансирования.

Следующей проблемой является то, что в большинстве предлагаемых различными авторами методиках оценки финансовой устойчивости рассматривается такой подход к оценке источников финансирования запасов, в соответствии с которым в состав нормальных источников формирования запасов не включается кредиторская задолженность по товарным операциям. Такой подход представляется неверным, поскольку товарный кредит поставщиков по определению является экономически обоснованным источником финансирования запасов, и вследствие их неправильного определения значительно искажается оценка финансовой устойчивости предприятия.

Вторым этапом моего исследования является выявление проблем, связанных с методическими подходами к оценке структуры и динамики имущества предприятия.

Следующей проблемой при оценке финансового состояния является переход в 2012 г. украинских предприятий на Международные стандарты финансовой отчётности (МСФО) и как следствие – существенная трансформация основных первичных документов, что затрудняет вертикальный и горизонтальный анализ активов и пассивов, учет их изменений.

Одной из первых проблем, связанных с переходом на МСФО является учет основных средств в этот период, поскольку на дату перехода предприятия не указывают сумму по статье «Износ», и как следствие – показатель остаточной стоимости превышает реальную сумму, что затрудняет его реальный учет, анализ отклонений и тенденции к динамике. На дату перехода представляется возможным лишь приблизительный анализ основных средств, по статье «Первоначальная стоимость». Однако это лишь временная проблема, которая существует лишь на момент перехода предприятия к новым стандартам, и в дальнейшем она будет нивелирована.

Следующим изменением, которое усложняет оценку эффективности использования капитала, является изменение учета «Обеспечений будущих расходов и платежей». В соответствии с П(С)БО, данный комплекс статей был обособленным, и учитывался в пассивах предприятия, являя собой Раздел II. В соответствии с МСФО, данный раздел перестает быть обособленным, а его статьи разделяются, и включаются в долгосрочные и текущие обязательства, что усложняет процесс анализа и расчетов.

Следующей проблемой является отсутствие единого мнения между авторами, об особенностях учета собственного капитала. Г.В. Савицкая предлагает при определении суммы собственного капитала, также включать в его сумму «Обеспечение последующих выплат и платежей». Такие авторы как Волкова О.И., Девяткина О.В., Билык М.Д. при определении суммы собственных средств ограничиваются лишь «Собственным капиталом». Однако такие авторы как А.Ф. Ионова, Н.Н. Селезнева к сумме собственного капитала приравнивают также сумму долгосрочных обязательств, то есть используют «перманентный капитал». Данные расхождения являются значительной проблемой, которая может искажать такие показатели, как собственные оборотные средства, и в конечном итоге оказывать значительное влияние на оценку финансового состояния, либо оценку вероятности возникновения банкротства.

Заключение

Таким образом, в результате исследования различных методологий оценки финансового состояния предприятия, выдвигаются следующие рекомендации:

1. Необходимо разработать единый комплексный подход, к определению и оценке финансового состояния предприятия.
2. В основе всех предлагаемых направлений анализа финансового состояния предприятия рекомендуется использовать агрегатный подход, в роли основополагающего, т.к. это позволит определить оптимальную структуру имущества предприятия, а также выявить наиболее рациональные источники его финансирования.
3. При оценке финансовой устойчивости, в состав нормальных источников формирования запасов необходимо включать кредиторскую задолженность по товарным операциям, поскольку товарный кредит поставщиков по определению является экономически обоснованным источником финансирования запасов.
4. Поскольку отсутствует единое мнение между авторами, об особенностях учета собственного капитала, то необходимо обосновать каждый из предлагаемых методов, что позволить при оценке собственного капитала обосновано и аргументировано выбирать метод учета, что повысить результативность анализа.
5. Необходимо сформировать дифференцированные комплексы показателей финансовой устойчивости по отраслевому признаку.
6. Необходимо определить рекомендуемые границы финансовой устойчивости и платежеспособности для предприятий различных отраслей.

Список использованных источников

1. Білик М. Д., Павловська О.В., Притуляк Н. М., Невмержицька Н.Ю. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. – 2-ге вид., без змін. – К.: КНЕУ, 2007. – 592 с.

[*] Руководитель: к.е.н. доц. Борисенко Т.Н.

2. Подольська В.О., Яріш О.В. Фінансовий аналіз. К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с.

3. Волкова О.І., Дев'яткіна О.В. Економіка підприємства (фірми) - 3-е вид. перероб. і доп. / Волкова О., Дев'яткіна О. - М.: ИНФРА-М, - 2007. - 601 с.

4. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций/В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 512 с.

5. КостенкоТ.Д., Підгора Є.О., Рижиков В.С., Панков В.А., Герасимов А.А., Ровенська В.В. Економічний аналіз и діагностика стану сучасного підприємства/видання 2_ге перероблене та доповнене. Навч. посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007. – 400 с.

6. Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. — К.: КНЕУ, 2001. — 540 с.

* Руководитель: к.е.н. доц. Борисенко Т.Н.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Студент гр. М ФК-110 Скрипець В.О.
МВП ЗІЕІТ, Україна м.Мелітополь пр. 50 років Перемоги , 21А
skripets@inbox.ru

Вступ

Розвиток і функціонування банківської системи сьогодні відбувається в постійно змінюваній економічній та соціально-політичній ситуації, що впливає на надійність та ефективність виконання банківськими установами своїх функцій. Подальший розвиток системи українських банків вимагає від керівництва комерційних банків переходу від стихійного, інтуїтивного управління до обґрунтованого та професійного, що спирається на певну аналітичну базу. У зв'язку з цим перед комерційними банками, їх діловими партнерами, державними наглядовими органами постає питання про необхідність застосування певних методик визначення поточного й майбутнього стану банку, його потенційних можливостей, слабких сторін тощо. Тому комплексна оцінка фінансового стану банку є найбільш актуальною, а саме, вибір найбільш ефективних методик оцінки фінансового стану.

Серед вітчизняних та зарубіжних науковців, що досліджували проблеми фінансового аналізу банку, слід виокремити роботи А. М. Герасимовича, Л. Г. Батракової, С. Ю. Буєвича, О. В. Васюренка, Т. Д. Косової, В. М. Кочеткова, І. М. Парасія-Вергуненка, З. І. Щибиволока, Ж. М. Довгань, О. М. Колодізєва, О. С. Любунь та інших.

1. Мета і завдання дослідження

Оцінка сучасних тенденцій розвитку комплексних методик оцінювання фінансового стану банків, визначення проблем, що пов'язані з удосконаленням існуючих методик оцінювання, а також визначення найбільш прийнятої системі коефіцієнтів, які повністю відповідають умовам функціонування банківських установ в Україні.

2. Виклад основного матеріалу

Під фінансовим станом певного економічного суб'єкта розуміють наявність в нього фінансових ресурсів, забезпеченість грошовими ресурсами, необхідними для господарської діяльності, підтримки нормального режиму роботи і життя, здійснення грошових розрахунків з іншими економічними суб'єктами [1].

*Керівник : ст. викладач Воловоденко Л.В.

Україна перейняла досвід США з рейтингу банків за системою зведеної оцінки «CAMEL», адаптувавши її до вітчизняних умов бухгалтерського обліку, законодавства, оподаткування, визнання банків-боржників банкрутами тощо. Методика була впроваджена у використання Постановою Правління НБУ №171 «Про порядок визначення рейтингових оцінок за рейтинговою системою CAMELS» [2,с.4]. У розшифровці абревіатура «CAMEL» означає:

– C (capital adequacy) — адекватність (достатність) капіталу, тобто оцінка розміру капіталу банку з точки зору його достатності для захисту інтересів вкладників та підтримання платоспроможності;

– A (assets) — якість активів, тобто спроможність забезпечити повернення активів, аналіз позабалансових рахунків, а також вплив наданих проблемних кредитів на загальний фінансовий стан банку;

– M (management) — якість управління, тобто оцінка методів управління банком з точки зору ефективної діяльності, встановленого розподілу праці, методів контролю за дотриманням існуючих нормативних актів та чинного законодавства;

– E (earning) — доходність, тобто оцінка банку з точки зору достатності доходів для перспективи його розвитку;

– L (liquidity) — ліквідність, тобто спроможність банку з точки зору виконання як звичайних, так і непередбачених зобов'язань.

В Україні на сьогодні більшість банків мають галузевий принцип побудови, а тому оцінюються за критеріями, що є характерними для її конкретної галузі. У цих умовах спеціальні стандарти, принципи та нормативи діяльності окремих банків продовжують визначати існуючі структурні, операційні та нормативні відмінності між різними типами банківських установ. У зв'язку з цим, визначення комплексної рейтингової оцінки за системою «CAMEL» допомагає направити уніфіковану та послідовну наглядову увагу у такому руслі, що не залежить від характеру та природи статутної діяльності банківської установи.

Звідси стає зрозумілим, що метою рейтингової системи «CAMEL» є відображення в

однаковій та зрозумілій формі фінансового стану комерційних банків, дотримання ними вимог законодавчих та нормативних актів, оцінка загальної надійності їх функціонування. Це допомагає у виявленні тих установ, чиї фінансові, операційні недоліки, або порушення вимог вимагають привернення спеціальної уваги з боку нагляду, або виправдовують вищий, ніж нормальний рівень наглядового занепокоєння.

За кожним з компонентів рейтингу: достатність капіталу, якість активів, якість управління, доходність і ліквідність, вираховуються бали від 1 (сильний) до 5 (незадовільний). Для отримання сукупної рейтингової оцінки бали за кожним з компонентів підсумовуються і діляться на п'ять. Сукупний рейтинг чітко вказує, чи є загальний фінансовий стан банку сильним, задовільним, посереднім або незадовільним. Характеристика ознак рейтингу банків України наглядовими органами за системою «CAMEL».

Методика рейтингової оцінки за показниками «CAMEL» призначена тільки для службового користування і в пресу надходять тільки найкритичніші повідомлення про стан банківської системи і діяльність окремих банків.

На сьогодні оцінка ризиків у банківській діяльності є дуже важливим аспектом, тому дана методика є кращою та загально прийнятою, а вже на її основі створюються нові методики, які є спрощеними. Однак суттєвим недоліком цієї системи є те, що у використанні вона є складної та потребує багато часу та фінансових ресурсів.

Одним з широко використовуваних уніфікованих рейтингів є система оцінок, що була запропонована групою російських дослідників під керівництвом к.е.н. В.С.Кромонова.

У цій методиці на базовому рівні використовується 7 параметрів:

- статутний фонд,
- власні кошти,
- зобов'язання до вимоги,
- сумарні зобов'язання,
- ризиковані (робочі) активи,
- ліквідні активи,
- розмір «захищеного» (нерухомістю і цінностями) капіталу.

На рівні диференціальних показників розраховується 6 коефіцієнтів. Розрахунок включає в себе три етапи. На першому етапі проводиться визначення абсолютних параметрів на основі балансу, на другому - обчислення коефіцієнтів, на останньому – розрахунок поточного індексу надійності. Якщо отримане значення вище 40-50 балів, то банк вважають достатньо надійним, якщо нижче 25-30 балів, то надійність банку є сумнівною. Суттєвим недоліком методики є відсутність показників прибутковості та якості кредитного портфеля, тому що аналіз цих груп показників є найважливішим у банківській практиці. В умовах сучасного кредитного ринку неможливо не брати до уваги якість кредитного портфеля, тому що динаміка банківської системи свідчіть про погіршання якості кредитних портфелів банків України це визначається тим, що зростає питома вага проблемних позик у банках.

Заслуговує уваги методика комплексної рейтингової оцінки Ширинської. Яка включає в себе розрахунок 12 параметрів балансу банку. Обчислюється п’ять видів диференційованих коефіцієнтів, що характеризують структуру активів і пасивів банку, рівень його ліквідності, надійності та рентабельності. Перевагою даної методики є те, що на відміну від методики Кромонова вона включає розрахунок показників рентабельності банку та приділяє увагу надійності банку. Однак недоліком даної методики є те, що вона не враховує оцінку ризиків, які притаманні банківській діяльності та залежить від суб’єктивного судження експерта, який проводить оцінку банківської установи.

Аналіз банків, що проводитьсяза методикою Fitch IBCA, поєднує в собі оцінку як поточного фінансового становища банків по яким проводиться рейтингова оцінка, так і можливих змін його фінансового становища в майбутньому. Аналіз включає оцінку як кількісних, так і якісних факторів на підставі розгляду суттєвої фінансової інформації. Існує шість основних факторів прийняття рішення, щодо присвоєння відповідного рейтингу банку. Відносна значущість кожного з них при прийнятті остаточного рейтингового рішення може відрізнятися в залежності від конкретної фінансової організації. Перевагою даної методикою є те,що вона є автоматизованою, та передбачає використання новітніх технологій. Однак поряд з тим необхідно зазначити те, що використання даної методики потребує ефективної комунікації між банківськими підрозділами. Зважаючи на те, що організаційна структура комерційних банків України у більшості випадків не є ефективною та потребує процесів кардинального реінжинірингу, то використання даної методики не є можливим.

Крім вище зазначених існує безліч інших методик, які використовують банківські установи Європейського Союзу, а саме PATROL, SAAB, BAKIS [4, с. 31].

Дані рейтингові системи враховують економіко-статистичні методи оцінки та використання багатьох параметрів присвоєння рейтингу. Тому вони вважаються найбільш узагальнюючими. Однак необхідно зазначити, що дані системи потребують багато фінансових вкладень, тому що потребують постійного інформаційного та технічного оновлення, що з огляду на нашу банківську систему є неможливим.

Методика рейтингової оцінки PEARLS має більш широкий спектр фінансових показників та використовується не тільки, як інструмент нагляду, а й як інструмент управління. PEARLS дозволяє провести аналіз структури балансу та динаміки активів, чого не передбачає CAMELS. Перелік розглянутих методик не є вичерпним, тому що використання інформаційних технологій у банківській сфері приводить до створення більш автоматизованих та самостійних систем оцінювання стану банків.

Методики досить суб'єктивні, тому що спираються на експертні дані та не враховують ризику, якості кредитного портфеля та якості менеджменту банку. Також дані отримані під час аналізу визначають фінансовий стан на конкретну дату, тобто не враховують динаміку зміни коефіцієнтів.

Висновки

Розглянуті окремі рейтингові системи оцінки комерційних банків не повністю враховують оцінку окремих аспектів діяльності банків. Тому найбільш прийнятним шляхом покращення рейтингових систем є створення синтезу з кількох найбільш ефективних. Необхідно також створити незалежну систему, яка була б об'єктивнішою за існуючі. Це можливо, якщо створити стандартизовану та автоматизовану систему яка б дистанційно оцінювала діяльність банку. Ще одним аспектом є те, що багато методик рейтингової оцінки не оцінюють ризики. Створення методичних рекомендацій щодо оцінки кредитного, операційного та ринкового ризиків дозволило б банкам найбільш повно оцінювати свою чутливість до ризику та відповідати міжнародним стандартам діяльності банківських установ.

На сьогодні не має єдиної системи, яка б відповідала у повній мірі умовам функціонування національної банківської системи. Спроби адаптувати існуючі методики не враховують найважливіші аспекти діяльності банківських установ. Проблеми адаптування полягають в недостатній автоматизації банківської діяльності та в недоліках технічного та технологічного забезпечення, а саме застаріле комп'ютерне обладнання та програмне забезпечення, які не дають можливість використовувати жодну з загально прийнятих методик оцінки діяльності банків. Законодавчо не закріплена жодна з методик оцінювання банків, томунайбільш ефективні методики не використовується банками у повній мірі, що не дає змогу побудувати комплексну систему рейтингів банківських установ України. А з огляду на те, що банки є фінансовими установами, діяльність яких значною мірою ґрунтується на довірі з боку клієнтів, адже вони розпоряджаються значною частиною суспільного капіталу, пріоритетне значення можуть мати такі характеристики як надійність і стабільність. За обставин, що склалися в нашій країні, орієнтацію на стабільність можна вважати найдоцільнішою політикою комерційного банку, і така політика повинна ґрунтуватися на даних комплексного економічного аналізу.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про банки та банківську діяльність» № 2121 – III від 07.12.2000р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2121-14

2. Положення «Про порядок визначення рейтингових оцінок за рейтинговою системою CAMALS», затверджене Постановою правління НБУ від 08.05.2002 №171.

3. Афанасенко М.В Сутність та значення рейтингових оцінок у процесі управління банком// Вісник Української Академії банківської справи — 2011.- №1 (30). - С.72-76.

4. Бабкіна І. Досвід зарубіжних країн щодо рейтингової оцінки діяльності банків//Вісник Національного банку — 2010.- №6. - С. 31-33.

5. Турило А.М Рейтингова система оцінки фінансового стану комерційного банку //Економічні науки – 2011.- №28. - С. 260-263.

КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ІТ-КОМПАНІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Студентка гр. МОА-110м Субботіна А.В., к.е.н., доц. Волобоєв В.Д.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка, 16-Б
A.Subbotina@econom.zp.ua

Вступ

Однією з ключових складових ефективності функціонування як мікроекономічного, так і мезоекономічного рівня економіки є організація раціонального кадрового забезпечення. Процеси забезпечення людськими ресурсами здійснюють безпосередній вплив на сталий розвиток підприємства, його конкурентоспроможність у зовнішньому середовищі та на всі аспекти внутрішньої ефективності. Діяльність з ефективного кадрового забезпечення повинна являти собою основу для всього функціонування організації.

На сьогодні ІТ-сфера є невід'ємною частиною інформаційної економіки та найрозвинутішим за обсягом сегментом інноваційної економіки України, що стабільно демонструє позитивну динаміку та перспективи зростання. В інформаційний економіці основним продуктом є інтелектуальні послуги та наукомісткі товари, тому найбільшу цінність становлять інформація та знання, на основі яких і розвиваються інформаційні технології. Безпосереднім носієм та генератором зазначених нематеріальних активів є персонал високого рівня кваліфікації. Провідною рисою індустрії інформаційних технології є її фактична залежність від якості кадрового забезпечення.

Вагомий внесок у дослідження проблеми кадрового забезпечення зроблено у працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених як: О. Амоша, С. Бандур, О. Грішнова, В. Гуртов, М. Долішній, П. Друкер, А. Колот, О. Кузьмін, Е. Лібанова, О. Стефанишин, Н. Ушенко та ін.

1. Мета і завдання дослідження

Розглянути зміст поняття «кадрове забезпечення», виявити залежність між розвитком ІТ-галузі та ефективністю системи кадрового забезпечення. Визначити чинники дефіциту кваліфікованого персоналу галузі інформаційних технології. Обґрунтувати можливі шляхи вирішення проблеми в сучасних умовах української економіки.

2. Виклад основного матеріалу

Сьогодні інформаційні технології – це не лише важливий стимул розвитку світової економіки і джерело нарощування експортного потенціалу країни за рахунок зростання обсягів продажів ІТ-компонентів, але і один з найважливіших засобів зміцнення конкурентоспроможності наукових досліджень, розвитку промисловості та зростання економіки в цілому, тому ІТ-бізнес стає однією з сфер, які найбільше розвиваються в економіці більшості країн [1]. Основною особливістю сфери інформаційних технологій є абсолютне переважання інтелектуальної складової. Це означає, що ключовими ресурсами для виробництва кінцевого продукту виступають не природні ресурси, а кваліфікація та компетентність персоналу компанії. З огляду на це, питання теоретичного осмислення розуміння кадрового забезпечення організації є досить важливим і актуальним. Проаналізувавши різні дефініції, сформульовані українськими та зарубіжними вченими, можна констатувати, що під терміном «кадрове забезпечення» розуміється характеристика економічної системи, один із напрямів кадрової політики підприємства, який відповідає за своїми ознаками тактичним і стратегічним цілям організації та визначає здатність досягати мети власного розвитку завдяки реалізації технологій підбору, підготовки, розстановки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів [2].

В Україні основним джерелом задоволення потреби в кваліфікованих кадрах сучасних ІТ-компаній є випускники ВНЗ. За даними компанії GoalEurope кількість випускників вишів в сфері ІТ складає приблизно 30 тис. на рік [7]. Даний показник сприяє фактору закріплення за державою статусу «країни-аутсорсера».

Разом з тим, надання ІТ-послуг є вкрай невигідним для вітчизняних компаній. Українська ІТ-галузь насправді страждає від браку фахівців. Дефіцит кадрів є одним з ключових аспектів в комплексі проблем галузі. В Україні потреба ІТ-ринку в кадрах в два рази перевищує пропозицію. Як зазначають експерти, дефіцит кадрів в українській сфері інтернет-технологій складає більше 100 тис. осіб [4].

Тенденція кадрового дефіциту ІТ-спеціалістів залежить від факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Серед чинників зовнішнього середовища, слід виділити:

1. Недосконалість системи вищої освіти України, яка проявляється у превалюванні теоретичної складової над практичною. Консервативний підхід у системі вищої освіти України найбільш гостро відзначається на якості підготовки ІТ-спеціалістів. Як зазначають фахівці, виникає явище часового лагу, що проявляється між появою нових технологій та впровадженням

відповідних предметів в навчальний процес. Всі вищеперераховані фактори сприяють відставанню за рівнем знань дипломованих випускників від працюючих спеціалістів [6].

2. 2. Міграція кваліфікованих кадрів за кордон стає ще одним вагомим аргументом для загострення кадрового дефіциту. За експертними оцінками щорічна міграція співробітників ІТ-компаній в більш благополучні країни зросла майже до 5% порівняно з 1-2 % у попередні роки [5]. Це негативне явище, перш за все, пов'язано з низькою заробітною платою для програмістів та розробників; відсутністю умов та середовища для розвитку програмного забезпечення; нестабільною політичною та економічною ситуацією в країні. Всі вищеперераховані фактори разом з високим попитом закордонних компаній на вітчизняних ІТ-спеціалістів – призводить до «витоку мізків» за кордон та створення дефіциту кадрів в Україні.

3. Недосконала система захисту інтелектуальної власності, низький рівень правового захисту інформаційних систем та проблема піратства програмного забезпечення призводить до небажання ІТ-компаній відкривати центри розробки та науково-дослідні лабораторії, які були би одним з центрів розвитку спеціалістів, що допомогло би країні покращити рівень підготовки спеціалістів у сфері інформаційних технологій.

4. Серед внутрішніх факторів, що створюють загрозу кадрового дефіциту ІТ-компанії слід зазначити: 1) недостатньо висока заробітна плата; 2) помилки під час формування системи мотивації; 3) невизначеність перспективи професійного розвитку та відсутність цікавих проектів; 4) перехід в іншу компанію з більш привабливими умовами роботи.

Все вищевикладене обумовлює актуальність вдосконалення процесу кадрового забезпечення, що позитивно вплине на стан та перспективи ІТ-галузі загалом. Ключові пропозиції полягають у наступному:

1. Покращення підготовки ІТ-фахівців шляхом внесення змін у навчальні програми ВНЗ, з метою скорочення розриву між фактично отриманими знаннями випускників та реальними потребами ринку інформаційних технологій.

2. Активне співробітництво ІТ-компаній з ВНЗ України, що, з одного боку, вирішувало би питання практичної підготовки студентів, з іншого – надало би можливість компаніям створити додатковий кадровий резерв кваліфікованих кадрів.

3. Створення ІТ-компаніями власних навчальних центрів, що можуть слугувати базою перепідготовки випускників, які отримали не профільну вищу освіту. Саме за рахунок цієї категорії здобувачів можна частково покривати кадрову потребу ІТ-підприємств. .

4. Формування позитивного іміджу компанії як роботодавця через побудову сильного HR-бренду. Для ІТ-компанії дуже важливо мати образ кращого роботодавця, це, перш за все, залежить від HR-політики компанії, та проявляється вже на стадії підбору персоналу. Наявність позитивного іміджу компанії забезпечуватиме:

– значну економію коштів та часу на пошук кандидатів;

– пасивне формування кадрового резерву за рахунок постійної наявності кандидатів незалежно від попиту на вакансію ;

– лояльність та відданість працівників, що зменшує показник плинності кадрів [3].

Таким чином, правильно сформована система HR-бренду дозволить скоротити витрати на залучення персоналу та захистити свій кадровий потенціал від конкурентів.

3. Висновки

Останнім часом постає серйозне питання дефіциту кадрів в галузі інформаційних технологій, що зумовлено зовнішніми та внутрішніми факторами ІТ-компаній. Вирішення цієї проблеми є можливим шляхом посилення уваги до існуючих проблем та вдосконалення процесу кадрового забезпечення, що враховують запропоновані рекомендації.

Список використаних джерел

1. Ахметова И.А., Надреева Л.Л. Региональные особенности инновационных подходов к профессиональному разитивию ІТ-персонала / И.А. Ахметова, Л.Л. Надреева // Персонал. – 2014. - № 5. – С. 8–15.

2. Грішнова О.А., Жорова Є.Р. Кадрове забезпечення ефективної системи антикризового корпоративного управління / О. А. Грішнова, Є. Р. Жорова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.problecon.com/pdf/2014/1_0/193_198.pdf

3.Зуб Н. Имидж. ИТ-компании как работодателя / Н. Зуб. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=1141

4.Колодюк А.. В Україні не вистачає 100 тисяч «айтішників» / А. Колодюк. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukr.segodnya.ua/economics/enews/v-ukraine-ne-hvataet-100-tysyach-aytishnikov-584912.html

5.Кулиш А. Украинский ІТ-рынок сидит "на чемоданах" / А. Кулиш. – [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://economics.unian.net/transport/1041206ukrainskiy-it-ryinok-sidit-na-chemodanah.html

6. Погрібняк А. Зростання дефіциту ІТ-фахівців у світі - стимул нарощувати їх підготовку в Україні / Погрібняк А. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу:http://news.finance.ua/ua/~/1/2014/01/13/316559/

7. Y. Sysoyev. Ukrainian IT Community Calls For Government Reforms to Help Create Innovative Ukraine/ Sysoyev Y./. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://goaleurope.com/2014/03/27/ukrainian-it-community-calls-government-reforms-to-help-create-innovative-ukraine

ПЕРЕВОД СЛЕНГА В ФИЛЬМЕ КВЕНТИНА ТАРАНТИНО «КРИМИНАЛЬНОЕ ЧТИВО» НА РУССКИЙ ЯЗЫК

студентка гр. П-110М Тодосийчук Д.Н.*
ЗИЭИТ, Украина, г. Запорожье, ул. Кияшко, 16-Б
11dasha1@mail.ru

1.Введение

Данное исследование рассматривает проблему передачи стилистически сниженной лексики, сленга, в фильме Квентина Тарантино «Криминальное чтиво» на русский язык. Объектом работы служат сленговые выражения (сленгизмы) и их роль в создании образности кинофильма и речевой характеристики персонажей. Предметом данного исследования являются высказывания, содержащие сленговую лексику, и представляющие ряд переводческих проблем, главная из которых связанна с передачей эмоциональной оценки и модальности вербального текста фильма.

Актуальность исследования в первую очередь связана с общей необходимостью адекватного перевода кинофильмов, которые помогают больше понять культурное осознание американцев. А также, поскольку передача сленга средствами другого языка связана с определенными трудностями, то любой сопоставительный анализ перевода расширяет практическую базу данных для теоритических обобщений. Особенно это касается перевода фильмов Квентина Тарантино, получивших мировую известность.

2.Цели и задачи исследования

Одной из главных задач исследования является определить характерные черты разговорной речи английского языка в сопоставлении с языком перевода – русским, а также выделить особенности разговорной речи как стилистической системы с характерной для нее лексикой называемой сленгом, в которой преобладает эмоционально оценочная коннотация. При этом ставится еще одна задача - поиск соответствий сленгу в той же стилистически сниженной речи языка перевода, и передача естественности, экспрессивности и эмоциональности разговорной речи.

При этом необходимо дать определение сленгу как особому явлению речи и его функции в живом общении и художественном тексте. Так же определить роль сленга в кинофильме и создании речевой характеристики персонажей. Далее выявить все переводческие проблемы связанные с передачей высказывая, содержащего сленгизмы и показать решения этих проблем переводчиками фильма. И наконец, на основании решений этих проблем дать оценку адекватности перевода.

3.Изложение основного материала

Сленг – это особый род лексики, отличный от литературного стандарта, а такой лексики, где эмоциональные и экспрессивные компоненты значения играют большую роль в коммуникации, чем его денотативные компоненты. Сленг, с одной стороны, отличается от других видов нестандартной лексики, жаргона и арго, тем, что сленг выделяется больше на стилистических основаниях. Он придает высказыванию экспрессивность и эмоциональность, в то время как жаргон и арго выделяются на социолингвистических основаниях, как языки определенных замкнутых групп [4]. Таким образом, сленг является характерной чертой стилистически сниженной разговорной речи, используемой в повседневном обиходном общении. В этой речи сленговая лексика не выступает изолированно, а всегда бывает связана со своим окружением, являясь частью определенного высказывания. Поэтому при переводе сленга необходимо рассматривать характерные особенности как вообще разговорной речи, бытового и повседневного общения, так и, собственно, значения самих сленгизмов.

Разговорная речь представляет для переводчика ряд проблем. Первая задача состоит в том, что бы передать естественность разговорной речи и ее модальность. Передача естественности разговорной речи связана с сохранением ее двух ведущих стилевых черт – компрессии содержательных компонентов высказывания и избыточности его эмоционально оценочных компонентов [1, с. 253]. Проблема передачи сленга решается вместе с проблемой передачи всего высказывания. Вторая задача – прежде всего, передать коммуникативную направленность высказывания, намерение говорящего. Поэтому перевод разговорной речи, подобно переводу художественного текста, предполагает достаточное отклонение от буквальных узуальных значений языковый единиц.

Еще одна проблема состоит в том, что разговорная речь представляет собой вербальный текст в кинофильме, как сложной знаковой системе, где он существует наряду с другими знаками системы, главным из которых является видеоряд [3]. Такие знаковые системы, где объединены видеоряд и вербальный текст, получили определение «креализованный текст». Каждый из составляющих системы строится аналогично знакам естественного

*Руководитель: к.ф.н., доц. Хромова К.А

языка. Видеотекст имеет своего рода денотативное значение. Это код узнавания. Он также имеет своего рода коннотативное значение, называемое «символическим и ассоциативным». Вербальный текст, с одной стороны, выбирает и закрепляет ряд символических значений видео картин и связывает их в повествование [3]. С другой стороны видеоряд создает ситуативный контекст для диалогов разговорной речи, а так же способствует возникновению прирощенных добавочных значений в речи персонажей, поскольку это речь в художественном тексте.

Единицей ориентирования в переводе кинофильма является диалогическое единство, под которым понимается, обмен репликами связанными единой темой [2, с. 35]. А смысловую структуру диалогического единства необходимо выявить с учетом видеоряда.

Решая задачу передачи естественности разговорной речи, в подавляющем большинстве случаев переводчики на самом деле передают буквальное словарное значение составляющих слов, что делает речь не естественной с точки зрения стилистики и менее эмоциональной. При создании характеристики героев, необходимо учитывать, что все герои «маргиналы» и хотя их речь лишена индивидуальной окраски, но в тоже время отмечена некоторым противопоставлением литературному языку. Однако в переводе речь героев звучит как речь, более образованных культурных людей.

Наиболее характерным в этом отношении является следующий пример.

1.*VINCENT*
You told it in front of fifty million people and you can't tell it to me? I promise I won't laugh.
MIA
(laughing) That's what I'm afraid of.
VINCENT
That's not what I meant and you know it.
MIA
You're quite the silver tongue devil, aren't you?
VINCENT
I meant I wouldn't laugh at you.
MIA
That's not what you said Vince. Well now I'm definitely not gonna tell ya, 'cause it's been built up too much.
VINCENT
What a gyp.
ВИНСЕНТ.
Ты рассказала его пятидесяти миллионам зрителей, а мне не хочешь? Обещаю, я не буду смеяться.
МИА
(смеется). Этого-то я и опасаюсь.
ВИНСЕНТ.
Я не это хотел сказать, сама знаешь.
МИА.
Ты просто Цицерон, ты в курсе?
ВИНСЕНТ.
Я в том смысле, что не буду смеяться над тобой.
МИА.
Ты сказал не это, Винс. Вот теперь я точно не стану рассказывать – слишком долго мы к этому готовились.
ВИНСЕНТ.
Я чувствую себя обделенным.

В этой сцене кинофильма, фраза главной героини Миа *«You're quite the silver tongue devil, aren't you?»*, переводится *«Ты просто Цицерон, ты в курсе?»*. Однако, вряд ли эта необразованная девушка, которая не состоялась к тому же как актриса, будет вспоминать античных авторов. Ее цель скорее передать восхищение умением собеседника жонглировать фразами и общаться. В тексте перевода, героиня предстает человеком более образованным и начитанным. В этой ситуации было бы более уместно разговорное выражение *«у тебя язык подвешен»* или *«ты умеешь зубы заговаривать»*.

Очередную проблему представляют собой реплики, где использованы художественные стилистические приемы.

Э та проблема возникает, в частности, при переводе названия кинофильма.

2.*VINCENT*
I heard you did a pilot.
MIA
That was my fifteen minutes.
VINCENT
What was it?
MIA
It was show about a team of female secret agents called "Fox Force Five."
VINCENT
What?
MIA
"Fox Force Five." Fox, as in we're a bunch of foxy chicks. Force, as in we're a force to be reckoned with. Five, as in there's one.. two ..three.. four.. five of us.

There was a blonde one, Sommerset O'Neal from that show "Baton Rouge," she was the leader. A Japanese one, a lack one, a French one and a brunette one, me.

We all had special skills. Sommerset had a photographic memory, the Japanese fox was a kung fu master, the black girl was a demolition expert, the French fox' specialty was sex...
ВИНСЕНТ.
А я слышал, что ты снималась в пилоте.
МИА.
Мои пятнадцать минут славы.
ВИНСЕНТ.
И что за фильм?
МИА.
Сериал о женском спецподразделении под названием «Команда Лисицы Пять».
ВИНСЕНТ.
Как-как?
МИА.
«Команда «Лисицы Пять». «Лисицы», потому что мы хитры до безумия. «Команда», потому что, когда мы вместе, с нами лучше не связываться. «Пять», потому что нас было пятеро.

Во-первых, блондинка, Соммерсет О'Нил из сериала «Батон Руж», она была командиром. Затем японка, негритянка, француженка и брюнетка, то есть я.

Каждая из нас - специалистка в чем-то особенном. У Соммерсет фотографическая память, японская лисица – мастер кунг-фу, чернокожая девушка -эксперт-взрывник, француженка специализируется на сексе…

В названии фильма *"Fox Force Five."* Использован прием аллитерации, кроме того, героиня разъясняет это название, рассказывая о чем фильм. Это выдвигает дополнительную задачу передать и словарные значения лексики. В переводе заголовок фильма не выполняет свою прагматическую задачу – быть ярким кратким и интересным. В переводе необходимо компенсировать утрату приема аллитерации. Более подходящим был бы перевод *«Пятерка лихих лисиц»*.

Таким образом, решая проблему передачи естественности разговорной речи, переводчики сплошь и рядом используют буквализмы. Воссоздавая особенности речи героев, переводчики приписывают им более высокий образовательный уровень, в то время как они являются типичными представителями маргинального мира и противопоставлены образованным и респектабельным слоям общества. Это преступники, несостоявшиеся актрисы, коррумпированные полицейские, что следует из самого названия «Pulp Fiction», где слово Pulp имеет значение - некий стандартный наполнитель всех триллеров и детективов.

3.Заключение

Таким образом, переводчики в большинстве случаев передают буквальное словарное значение слов, а не коммуникативную рель реплик героев. Такой перевод ведет к стилистическим нарушениям, в переводе не воссоздаются главные стилевые черты разговорной речи – компрессия и избыточность. Кроме того, в переводе нарушается единство речевой характеристике героев. Одни и те же герои могут говорить в одном эпизоде как культурно-образованные люди, а в другом эпизоде как «маргиналы». И наконец, перевод не принимает во внимание значение видеоряда, переводчиком не учитывается добавочная образная информация. В целом, в переводе утрачен значительный слой образных значений фильма.

Список использованной литературы

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов./ Ирина Владимировна Арнольд – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 384 с.
2. Казакова Т. А. Художественный перевод: Учебное пособие./Тамара Анатольевна Казакова – СПб.: Знание, 2002. – 112 с.
3. Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики./ Юрий Михайлович Лотман – Таллин: Ээсти Раамат, 1973. –122 с.
4. Маковский М.М. Современный английский сленг: Онтология, структура, этимология./ М.М. Маковский – М.: ЛКИ, 2007. – 168 с.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ З УТИЛІЗАЦІЇ ТПВ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

студент гр. ОА-111 Умніхіна Т.О.*
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кіяшко, 16-б
umnikhina_ta@ukr.net

Вступ

Тверді побутові відходи (ТБО) – це відходи, які утворюються і накопичуються в процесі життя і діяльності людини (харчові відходи, предмети домашнього вжитку, сміття, опале листя, макулатура, скло, метал, полімерні матеріали тощо) і не мають подальшого використання за місцем їх утворення.

Світовим лідером у питаннях поводження з відходами по праву вважається Фінляндія. Ця країна перейнялася питаннями екології ще в 1970-х роках і з тих пір випробувала вже всі відомі технології поводження зі сміттям. Фіни відправляють на смітник не більше 10% відходів, в той час як в середньому по Україні на звалище відправляється 93% відходів. Жителі країни можуть самостійно здавати в продуктові магазини упаковки з під молока, батарейки. Біологічні відходи на звалища не потрапляють. Вони використовуються для виробництва компосту. Енергетичні відходи, до них, наприклад, відносяться пластикові пляшки з під миючих засобів – подрібнюють до розміру не більше 3 см, а після спалюють. В результаті чого вони майже повністю переробляються в газ на електростанціях.

Мета та завдання дослідження

Актуальність даної теми полягає в зниженні негативного тиску на навколишнє середовище і, як наслідок, на здоров'я людини, стимулювати життєздатність екологічних систем і стабільне управління природними ресурсами.

Мета даної роботи полягає у створенні загальної методики формування інноваційно-інвестиційної програми, що дозволяє правильно інтерпретувати ситуацію з утилізацією твердих побутових відходів у вибраному суб'єкті країни або регіоні.

Завданнями даної роботи є: розглянути теоретико-методічні підстави дослідження і розв’язання проблеми охорони довкілля; провести компаративний аналіз екологічної політики інституціонального базису України та країн ЄС та ін.

Виклад основного матеріалу

Зі зростанням населення, урбанізації, рівня споживання матеріальних благ у побуті та на виробництві зростають обсяги відходів. Стан навколишнього середовища залежить від того, наскільки відповідально населення підходить до вирішення цього питання, тобто від рівня екологічної культури [2].

Для формування і функціонування комплексної системи управління ТПВ необхідне залучення інвестиційних ресурсів і створення менеджерської фірми, яка може взяти на себе організацію процесу по збиранню, сортуванню, транспортуванню, переробці, використанню і захороненню відходів, а також регулювання основних фінансових потоків по управлінню відходами [4]. При цьому потрібно зняти всі економічні перешкоди на шляху розвитку таких підприємств, що займаються зокрема повторною переробкою компонентів сміття, надавати організаційну, економічну та інформаційну підтримку і всіляко стимулювати до такого роду діяльності.

Роздільний збір сміття практикується в Швейцарії, США, Швеції, Німеччині та інших країнах. За неправильне сортування сміття жителі цих країн сплачують штрафи.

В Україні з 1984 р. було побудовано 4 сміттєспалювальних заводи – в містах Харкові, Дніпропетровську, Севастополі, Києві. За період експлуатації заводів, внаслідок недостатності фінансування, капітальний ремонт обладнання не проводився. Знос обладнання становить 95%.

В сфері поводження з ТПВ слід створити прозорі системи фінансового управління, як одну з умов залучення приватного капіталу та позикових фінансових коштів як з внутрішніх, так і з іноземних джерел.

Спроектуємо програму створення системи збору, переробки та транспортування сміття (твердих побутових відходів) в м. Запоріжжі та Запорізькій області. Створення заводу з полігоном по переробці та утилізації відсортованого сміття з 100% залученням інвестиційних коштів комерційних та інших структур (120 млн грн).

Визначимо можливі об’єми корисних

*Керівник: проф., д.е.н. Мокій А.І.

матеріалів, які можна зібрати та реалізувати. Так, наприклад, доведено, що при роздільній системі виносу сміття біля 70% макулатури підлягає переробці. Звідси загальна кількість придатного для переробки паперу сягатиме:

$M_п$=350000×0,8×0,37×0,7=75520 т,

де 350000 – прогнозний об'єм твердих побутових відходів;

0,8 – питома щільність відходів;

0,37 – частка паперу;

0,95 – частка паперу, придатного для переробки.

Вартість такої кількості макулатури становитиме:

$В_м$=75520×350=25382000 грн

Аналогічно можна розрахувати вартість іншої сировини, яка входить до складу побутових відходів. Отже, вартість гумусу, утвореного з харчових відходів:

$В_г$=350000×0,8×(0,24+0,37×0,3)×0,6×150=8845200 грн

Вартість текстилю:

$В_т$=350000×0,8×0,05×0,8×200=2240000 грн

Вартість металу:

$В_{мет}$=350000×0,8×0,043×150=1806000 грн

Вартість скла:

$В_с$=350000×0,8×0,055×50 = 770000 грн

Важливою складовою побутового сміття є поліетилентерефталатова (ПЕТ) сировина. Її переробці приділяють останнім часом все більше уваги, проте, як не дивно, широкого використання вторинний ПЕТ так поки що не знайшов. Для того, щоб визначити можливий прибуток від його реалізації, необхідно спочатку визначити його масу. Наприклад, ринок прохолоджувальних напоїв в умовних 1,5 л пляшках в м. Вінниця становить близько 7-8 млн. пляшок. Середня вага однієї пляшки 40 г, а вартість подрібнення 1 т ПЕТ-сировини коштує 175 грн

Вважаючи, що переробці підлягатиме 90% сировини, визначимо можливу виручку від його реалізації:

$В_{ПЕТ}$=7500,000×0,00004×(1300-175)=3375000 грн

Отже, загальний прибуток від реалізації вторинної сировини за рік становитиме:

П=25382000+8845200+2240000+1806000+770000+3375000=42413200 грн

Таблиця 1

Загальні затрати на рік на утилізацію сміття складуть 2083015 грн. Обчислення загальних затрат сміттєсортувальної станції

Назва	Загальні затрати на 1 рік, грн
Прямі податки	435215
Затратиь на електроенергію	272040
Затрати на зарплату	984480

Продовження табл.1

Назва	Загальні затрати на 1 рік, грн
Затрати на диз.паливо	184680
Ремонтні запчастини	140000
Інші затрати	67000
Загальні затрати	2083015

Орієнтовний розрахунок можливого доходу від впровадження Програми створення системи збору, переробки та транспортування сміття (твердих побутових відходів) в м. Запоріжжі та Запорізькій області показав, що загальний прибуток від реалізації вторинної сировини становитиме 42,1 млн. грн

Проаналізуваши вище викладений матеріал можна зробити наступні висновки. Одним із пріорітетних нарямків для реалізації новітніх технологій є екологічна сфера. Більшість країн світу занепокоєні стрімким погіршенням стану навколишнього середовища за останні роки. Країни-члени ЄС приймають ряд заходів, включаючи розробку законодавчих актів, щодо в регулювання еологічного стану у цих країнах. Гострим питанням є вирішення проблеми з надлишковими ТПВ, які з'являються непропорціанально росту населення. У більшості країн розроблені спеціальні заходи, які стимулюють до того, щоб здавати ТПВ на переробку, діють заводи з переродки відходів, створені спеціальні полігони для сміття.

Для України – це одне з найважливіших та першочергових питань. Як і в інших державах, діє спеціальні законодавчі акти, які повинні регулювати стан поводження з ТПВ та передбачує покарання за порушення законодавчих норм. Але більшість з цих законів є формальними і діють лише на папері.

Висновки

Всі види збитків, заподіяних навколишньому середовищу в процесі виробництва, повинні бути заміщені, по можливості їх необхідно передбачати (принцип відтворення навколишнього середовища). Крім заміщення уже заподіяних і попередження можливих збитків (просте відтворення), необхідно піклуватися про цілеспрямоване формування і поліпшення навколишнього середовища (розширене відтворення), що також вимагає додаткових витрат.

Зусилля зарубіжних країн направлені, перш за все, на попередження і мінімізацію утворення відходів, а потім на їх рециркуляцію, вторинне використання і розробку ефективних методів остаточної переробки, знешкодження і остаточного видалення. Всі ці заходи, безперечно, зменшують рівень негативного впливу відходів промисловості на природу, але не вирішують проблему прогресуючого їх накопичення в навколишньому середовищі і, отже, наростаючу небезпеку проникнення в біосферу шкідливих речовин під впливом техногенних та природних процесів.

*Керівник: проф., д.е.н. Мокій А.І.

Багатостороннє і глибоке освоєння безвідходних виробництв –довгострокова і кропітка справа, якою мають займатися покоління вчених, інженерів, техніків, екологів, економістів, робочих різного профілю і багатьох інших фахівців. Повністю безвідходне виробництво – далека перспектива, але необхідно вже зараз вирішувати цю задачу, як на загальноекономічному рівні, так і в окремих галузях господарства.

Перелік використаних джерел

1.КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ. ПОСТАНОВА від 4 березня 2004 р. N265 Київ. / Про затвердження Програми поводження з твердими побутовими відходами. – [Електронний ресурс].–Режимдоступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/265-2004-п.

2. Миркин Б.М. и Наумова Л.Г. Беседы об устойчивости экосистем. Экология и жизнь, № 3(44)'2005 г.

3.Парфенюк А.С. Крупномасштабная комплексная переработка твердых углеродистых промышленных и бытовых отходов / А.С. Парфенюк // Кокс и химия. – 2001. – №5. – С. 41-46.

4. Пискун, М. В. Інноваційні технології та світовий досвід у переробці твердих побутових відходів// Проблеми науки: Міжгалуз. наук.-техн. журн./ КиївЦНТЕІ. - К., 1997 - 2011г. N 9 – С. 34-39.

*Керівник: проф., д.е.н. Мокій А.І.

ЕКСПОРТНА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Студентка гр. МЗЕД-110м Шарова А.В., к.е.н., доцент Волобоєв В.Д.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко, 16-Б
a.sharova@econom.zp.ua

Вступ

Визначною особливістю функціонування світового господарства на сучасному етапі є інтенсивний розвиток міжнародних економічних відносин.

Експортно-імпортна діяльність, якій належить найбільша частка у зовнішньоекономічному процесі, відіграє дуже суттєву роль у розвитку національної економіки, входженні країни у міжнародну економічну інтеграцію. Експортні операції, як складова частина зовнішньої торгівлі, є найважливішим джерелом одержання прибутку держави. Тому цей процес вимагає ефективного управління на рівні підприємства, як основної ланки господарства країни.

Для здійснення ефективного управління неможна покладатись тільки на короткострокові рішення. Необхідною є розробка експортної стратегії, яка в умовах нестабільності є невід'ємним інструментом здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Саме вона дозволяє швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та пристосовуватись до них. Розробка ефективної експортної стратегії в перспективі може слугувати джерелом нарощування конкурентоспроможності підприємства на зовнішніх ринках.

Проблематика розробки та реалізації експортної стратегії підіймалась у роботах таких авторів: В.М. Барановська, О.А. Кириченко, О.В. Шкурупій, І.І. Дахно, О.В. Баула, Н.О. Перевозчикова, А.В. Череп, О.О. Лукашова, Ю.Л. Зборовьска, А.В. Сачук та інші.

1. Мета і завдання дослідження

Розгляд змісту поняття «експортна стратегія підприємства», визначення шляхів освоєння підприємством зарубіжних ринків, обгрунтування факторів впливу на експортну стратегію та шляхів формування ефективного плану дій підприємства в сфері експорту.

2. Виклад основного матеріалу

Останнім часом українські підприємства, які здійснюють діяльність на зарубіжних ринках, знаходяться в особливо скрутному стані. Тому сьогодні, в умовах високого рівня нестабільності зовнішнього середовища бізнесу, великого значення набуває стратегічний менеджмент. Цей інструмент дає змогу розглядати альтернативні напрями дій та обирати найбільш ефективні та оптимальні з них. Велика кількість українських підприємств отримують свій прибуток за рахунок зовнішньоекономічної діяльності, тому для їх виживання та відновлення ефективної діяльності важливою є розробка експортної стратегії.

Експортна стратегія підприємства – це основоположна програма дій, яка визначає пріоритетні напрями діяльності підприємства на зовнішньому ринку з урахуванням ресурсів, наявних у підприємства, і вимог зарубіжного ринку [1].

В цілому процес розробки експортної стратегії підприємства включає декілька етапів [2]:

– розвиток базової концепції ЗЕД, яка передбачає ситуаційний аналіз, дослідження макро- та мікросередовища функціонування підприємства, визначення цілей та формування і оптимізацію стратегічного вибору, конкретизацію тактичних завдань, періодичну ревізію та перегляд попередньо розроблених програм;

– використання різноманітних аналітичних підходів до розробки методів експансії та життєдіяльності підприємства на закордонних ринках з урахуванням їх специфіки;

– формування та оптимізація особливостей функціонування підприємства у міжнародному середовищі, що передбачає певний рівень пристосування зовнішньоекономічних програм до закордонних умов та вимог.

Стратегічне управління має багато переваг над оперативним. Воно дозволяє зробити організацію більш керованою, звести до мінімуму негативні наслідки змін, що відбуваються, більш детально розглядати внутрішні і зовнішні фактори, спрямувати всі ланки організації на певний ключовий аспект.

Визначення конкретних цілей допомагає перейти від загального напряму експортного розвитку фірми до окремих планів роботи, за допомогою яких можна досягти успіху. Стратегія встановлює, за допомогою яких засобів, методів та інструментів планується досягнути цих цілей.

На відміну від тактики (короткострокових планів), стратегія фірми на зовнішньому ринку діє протягом декількох планових періодів. При її створенні варто спиратися на такі гіпотези стратегічного менеджменту [3]:

– гіпотеза випадковості (якщо універсального рішення немає, значить кожна

Керівник: к.е.н., доцент Волобоєв В.Д.

компанія унікальна за своєю природою і повинна шукати свій власний шлях);

– гіпотеза про залежність від зовнішнього середовища;

– гіпотеза про власність (для досягнення успіху рівень агресивності стратегії компанії повинен відповідати рівню турбулентності середовища);

– гіпотеза про стратегію, здатності і діяльність (діяльність компанії оптимальна, коли її стратегічна поведінка відповідає рівню турбулентності середовища, а ділові здібності – стратегічній поведінці);

– гіпотеза про багатоелементність (успіх компанії — результат взаємодії і взаємодоповнення декількох ключових елементів);

– гіпотеза про збалансованість (для кожного рівня турбулентності середовища можна підібрати комбінацію (вектор елементів), яка оптимізує успіх компанії).

На вибір експортної стратегії впливають різноманітні фактори [4]:

1) фактори зовнішнього середовища підприємства: валютне регулювання та контроль, податкове регулювання, митне регулювання, рівень конкуренції, технічні стандарти, міжнародні угоди;

2) фактори внутрішнього середовища: фінансові ресурси, виробничі потужності, організація збуту продукції, кадрові ресурси та менеджмент, інформаційна база та маркетинг, система якості продукції.

Можна виділити 3 основні експортні стратегії підприємства [3]:

1) стратегія інтернаціоналізації – освоєння нових, закордонних ринків, використовуючи не тільки розширення експорту товарів, але й експорту капіталів, коли закордоном створюються підприємства, що випускають в колишніх країнах-імпортерах товари, минаючи обмежувальні торгові бар'єри та використовуючи переваги дешевої робочої сили та багатої місцевої сировини;

2) стратегія диверсифікації – освоєння виробництва нових товарів, товарних ринків, а також видів послуг, що включає не просто диверсифікацію товарних груп, але й розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності фірми області;

3) стратегія сегментації – поглиблення степені насичення товарами та послугами, що пропонуються всіх груп споживачів, вибір максимальної глибини ринкового попиту, вивчення найдрібніших його відтінків.

Для того, щоб стратегія підприємства на зовнішніх ринках була ефективною, сучасні менеджери повинні проводити ретельний аналіз зовнішнього середовища для своєчасного внесення змін до обраного курсу організації. Їм необхідно добре знати особливості діяльності своєї компанії, її сильні та слабкі сторони. Це дозволить передбачити, які зміни принесуть успіх підприємству.

Висновки

Велика частка прибутку українських компаній формується за рахунок здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Інтенсивний розвиток міжнародних економічних відносин та мінливість зовнішнього середовища вимагають від підприємств швидкої реакції та пристосування до нових умов. Найефективнішим інструментом в такій ситуації є стратегічний менеджмент, а саме – розробка експортної стратегії.

Для досягнення підприємством успіху на зовнішніх ринках необхідно проводити постійний моніторинг та аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ фірми, щоб своєчасно виявити відхилення та внести зміни до моделі здійснення експорту. Не менш важливим є те, щоб на підприємстві була добре розвинена комунікація та координація дій. Кожна ланка в організації повинна чітко розуміти, у якому напрямі рухається підприємство, і робити все можливе, аби наблизити свій колектив до бажаної цілі.

Список використаних джерел

1. Олін Б. Міжрегіональна та міжнародна торгівля. – М.: Діло, 2008. – 416 с.

2. Майорова І.М. Використання результатів дослідження ринку при виборі експортної стратегії промислового підприємства – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe

3. Дахно І. І., Барановська В. М., Бовтрук Ю.А. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.

4. Перевозчикова Н.О., Лукашова О.О. Фактори впливу на експортну стратегію промислового підприємства / Н. О. Перевозчикова, О. О. Лукашова // Вісник ДДМА – 2011. - № 3 (24) – С. 204 – 209.

ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ ЗІ СПИСАННЯ БЕЗНАДІЙНОЇ КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

Студентка гр. ОА-110М Швець А.А.*
ЗІЕІТ, Украина, м. Запоріжжя, вул. Кияшка, 16-Б

Вступ

Нестабільність та недостатня визначеність розвитку економіки України, міжнародна фінансова криза збільшують проблеми, що склалися у системі відносин між суб'єктами господарювання щодо комерційного кредитування. Трапляються ситуації, коли підприємство не виконує взяті на себе зобов'язання по відношенню до свого контрагента і стає боржником, тобто має кредиторську заборгованість. Кошти, виражені в грошовій формі, що не були у встановлені терміни повернуті кредиторам, вважаються простроченою кредиторською заборгованістю. З цього випливає актуальність теми, яка визначає передумови виникнення кредиторської заборгованості та шляхи її погашення і правильного списання.

Велику увагу проблемам кредиторської заборгованості приділяли як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Серед них варто зазначити праці Білухи М. Т., Бутинця Ф. Ф., О.О. Волинця, В.О. Гуліна, М.О. Козлової, Н. Коломійця, Д.Г. Лаптєвої, Л. Руденка, Є. Жукова, І. Ємельянова, В. П'ятакової, Р. Майданика, Л. Ніколенко, І.Я. Омецінської, О.М. Петрука, М.Л. Пятова, І.Л. Рильника, Я.В. Соколова, О. А. Солдаткіної В. В. Палій, О. А. Петрик, М. Л. П'ятов, С. В. Свірко, С. Ф. Голов, І. А. Єфремов, Ю. С., Вілсон Е., Макмінн М., Хелферт Є., Ван Хорн Дж. К., Брігхем Е., Бернстайн Л., Брейлі Р Ігумнов та інші.

1. Мета і завдання дослідження

Визначення та розгляд особливостей відображення операцій зі списання безнадійної кредиторської заборгованості.

2. Виклад основного матеріалу

В П(С)БО 11 «Зобов'язання» чіткі вказівки, як чинити у випадку, коли термін позовної давності за кредиторською заборгованістю сплив, відсутні. Так, відповідно до п. 5 П(С)БО 11 [1], якщо на дату балансу раніше визнане зобов'язання не підлягає погашенню, то його сума включається до складу доходу звітного періоду. Заборгованість не підлягає погашенню (крім випадків її прощення та визнання заборгованості недійсною з моменту її виникнення) у таких випадках:

1.Через неможливість виконання зобов'язання - у разі виникнення обставин, за які жодна з його сторін не відповідає, якщо інше не передбачено законом (ст. 202 та 205 ГКУ, ст. 607 - 609 ЦКУ). Окремим випадком неможливості виконання зобов'язання є ліквідація суб'єкта господарювання, якщо не допускається правонаступництво за цим зобов'язанням (у тому числі ліквідація в результаті банкрутства). Тобто ця ситуація має безальтернативний характер.

2. За рішенням боржника, якщо у зв'язку із закінченням терміну позовної давності кредитор не має можливості звернутися до суду за захистом своїх інтересів, які було порушено. В ситуації, коли минув термін позовної давності, у боржника є альтернатива погашенню зобов'язання – прийняти рішення не погашати (звісно, якщо таке рішення відповідає діловим цілям боржника). У будь-якому випадку таке рішення уповноважених осіб підприємства повинно бути належним чином задокументоване. Таким чином, не можна однозначно стверджувати, що якщо у боржника минув строк позовної давності за зобов'язанням, яке враховується у складі кредиторської заборгованості, то сума такої заборгованості не підлягає погашенню. Якщо боржник не прийме рішення про протилежне, така заборгованість повинна залишатися у складі його зобов'язань [1].

По закінченню терміну позикової давності безнадійні кредиторські заборгованості підлягають списанню та класифікують по групах:

1. Кредиторська заборгованість з терміном позовної давності, що минув, за отриманими авансами;
2. Кредиторська заборгованість з терміном позовної, що минув давності за отриманими товарами (роботами, послугами) [2].

Врегулювання підприємством кредиторської заборгованості має наслідки в податковому обліку. У випадку якщо до підприємства не застосовувалися заходи відносно погашення суми заборгованості, то по закінченні строку позовної давності така заборгованість розцінюється як безповоротна фінансова допомога і

*Керівник: ст. викл. Радіонова М.С.

відображається в складі валових доходів з урахуванням ПДВ.

В обліку сторін безнадійна кредиторська заборгованість наступним чином:

1). продавець заборгованість за отриманими від покупця «неотовареним» предоплатам включає до складу інших доходів у повній сумі, включаючи ПДВ;

2). покупець заборгованість за отриманими від продавця неоплачених товарах, роботах, послугах відносить до складу інших доходів у повній сумі, включаючи ПДВ При цьому, в частині таких товарів, робіт, послуг покупець не може претендувати на витрати, а якщо раніше вони були показані, в такому разі витрати сторнують. Пов'язано це з тим, що за новими правилами обліку безнадійної та сумнівної заборгованості із п. п. 159.1.2 ПКУ покупець зобов'язаний виключити «неоплачену» заборгованість із складу витрат [3].

Для того щоб не пропустити час відображення списання кредиторської заборгованості і визнання доходу, слід контролювати аналітичні дані по таких рахунках бухгалтерського обліку:

1. 60 - за поточними кредитами і позиками;
2. 63 - за отриманими матеріальних цінностей, робіт або послуг;
3. 68 - за отриманими авансами.

Для відображення визнаного доходу від списання кредиторської заборгованості, що виникла в ході операційного циклу (після закінчення строку позовної давності), субрахунок 717.

Приклад відображення господарських операцій по списанню безнадійної кредиторської заборгованості наведений у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Списання безнадійної кредиторської заборгованості

№ п\п	Зміст операції	Дт	Кт	Примітки
1.	Надійшла передоплата від покупця	311	681	пп. 11.3.1 Закону «Про оподаткування прибутку підприємств»
2.	Відображено податкові зобов'язання з ПДВ	643	641 /ПДВ	пп. 7.3.1 Закону «Про ПДВ»
3.	Списано безнадійну кредиторську заборгованість	681	717	п. 14.1.257, пп. 135.5.4, п. 7 підрозділу 4 розділу XX ПКУ
4.	Закрито сальдо по рахунку 643	949	643	

Висновки

Дослідивши особливості відображення списання безнадійної кредиторської заборгованості існує необхідність запропонувати шляхи попередження її виникнення:

створити систему контролю за своєчасним відстеженням боргових зобов'язань (встановлення автоматизованого програмного «конструктора» для зручності обробки даних);

своєчасно здійснювати контроль за співвідношенням дебіторської і кредиторської заборгованості;

систематично проводити інвентаризацію заборгованості;

створення на підприємстві власних критеріїв визначення «безнадійної кредиторської заборгованості».

Оскільки наявність безнадійного зобов'язання сигналізує про порушення платіжної дисципліни, і як наслідок позначається на іміджі, для підприємства важливо ретельно слідкувати за обліком кредиторської заборгованості.

Список використаних джерел

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання». Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р. № 20 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua
2. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua
3. Періодичне видання «Бухгалтер 911» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://buhgalter911.com/
4. Литвинова Л. Л. Економічний погляд на процес управління дебіторською та кредиторською заборгованостями підприємства / Н.О. Власова, Л. Л. Литвинова. – Харків: ХДУХТ, 2004. – С. 227–234.

*Керівник: ст. викл. Радіонова М.С.