

Освіта – інтелігентність – культура

ЗБІРНИК ПРАЦЬ
молодих учених
Народної української академії

Харків
Видавництво НУА
2011

УДК 06.055:378.058:33(477.54)
ББК 94.3(4УКР-4ХАР)
3-41

*Друкується за рішенням Ученої ради
Харківського гуманітарного університету
«Народна українська академія».
Протокол № 8 від 28.03.2011*

Редакційна колегія

Астахова В. І., д-р іст. наук (голов. ред.); *Астахова К. В.*, д-р іст. наук;
Воробйов Є. М., д-р екон. наук; *Головнюова І. В.*, канд. психол. наук;
Михайльова К. Г., д-р соціол. наук; *Подмінюгін В. О.*, канд. філол. наук;
Подольська Є. А., д-р соціол. наук; *Сухіна В. Ф.*, д-р філос. наук;
Тимошенко І. В., канд. екон. наук; *Тимошенкова Т. М.*, канд. філол. наук;
Шевченко І. С., д-р філол. наук; *Яременко О. Л.*, д-р екон. наук.

3-41 **Збірник** праць молодих учених Народної української академії /
[редкол.: В. І. Астахова (голов. ред.) та ін.]. – Х. : Вид-во НУА, 2011. –
228 с.

Збірник містить статті магістрантів Народної української академії, в яких досліджуються потенціал освіти у формуванні інтелектуального ресурсу українського суспільства, сутність і особливості модернізаційних процесів, механізми і ступені трансформації соціально-економічних відносин в Україні, а також перспективні напрямки розвитку літературознавства і перекладацької діяльності.

Для науковців, викладачів та студентів.

УДК 06.055:378.058:33(477.54)
ББК 94.3(4УКР-4ХАР)+74.584(4УКР-4ХАР)738я43+65я43

ПЕРЕДМОВА

Соціально-економічні та виробничо-технічні зміни, що відбуваються у світі, ставлять нові вимоги до підготовки кадрів, акцентують увагу на необхідності формування професійних і загальнокультурних компетенцій майбутніх фахівців. Тому головним завданням вищої школи в умовах постійних соціальних трансформацій стає не формування людини за заданими зразками, а допомога у самореалізації, у розкритті та розвитку особистісного потенціалу кожної особистості, в ухваленні та освоєнні її власної свободи і відповідальності за свої життєві вибори.

Результати діяльності сучасного вищого навчального закладу оцінюються за тим, як адаптуються його випускники в умовах практичної роботи і наскільки успішно вирішують численні професійні завдання. Кваліфікованого фахівця характеризує не тільки великий обсяг знань, але й уміння користуватися дослідницькими методами та самостійно вирішувати завдання, що виникають у професійній діяльності. Саме така орієнтація вищої освіти дозволяє забезпечити особистісну орієнтацію освіти, формування загальнолюдських цінностей, єдність освіти і науки, підвищення якості освіти, впровадження інновацій, освітніх технологій, об'єднання науки і техніки, розвиток дистанційної освіти, інтеграцію вітчизняної освіти у світовий освітній простір.

Успішно вирішувати ці завдання в Народній українській академії вже протягом двадцяти років вдається завдяки залученню творчих студентів до наукової роботи, шляхом вироблення у них готовності та спроможності вести пошукові дослідження, пов'язувати свою уяву, фантазію і мрію з реальними досягненнями науки і техніки, обґрунтовано застосовувати наукове передбачення.

Результати глибокої, системної роботи молодих науковців у магістратурі, основним завданням якої є підготовка фахівців з інноваційним стилем мислення, здатних у нестандартній ситуації знайти рішення і взяти за нього на себе відповідальність, традиційно висвітлюються у збірниках їх наукових праць. З 2006 року видаються збірники наукових праць магістрантів, де вони демонструють уміння узагальнювати результати своєї кропіткої повсякденної наукової

діяльності, під дбайливим керівництвом своїх наукових наставників роблять перші спроби прирощувати наукові знання.

Теми наукових робіт, що ввійшли до цього збірника, досить різнопланові, і це зрозуміло, адже тут у одному фокусі зійшлися погляди на сучасні проблеми науки і економістів, і соціологів, і перекладачів. *Економічна* проблематика охоплює проблеми управління кадровим потенціалом, вибору конкурентної стратегії підприємства та ролі інноваційних технологій у підвищенні його конкурентоздатності, порівняльної оцінки методів формування та моделювання прибутку на підприємстві, оцінки рентабельності маркетингових інвестицій, а також перспективи іпотечного кредитування. У *соціологічне* коло проблем входять завдання мотивації персоналу як фактору формування людського потенціалу організацій, а також особливості трансформації сімейних відносин та соціальних ролей під впливом глобалізаційних змін. У центрі уваги магістрів *філологічного* циклу опинилися проблеми розвитку перекладацької скарбниці, порівняльний аналіз перекладів, фразеологізми з елементами географічних назв, способи вияву чемності в сучасній англійській мові, англійська анімаційна проза, директивні мовленнєві акти та інші перспективні напрямки наукового дослідження.

Кожному з авторів статей, які ввійшли до цього збірника наукових праць магістрів, вдалося донести свою оригінальну думку, науково обґрунтувати її, спираючись на глибокий теоретичний аналіз та емпіричні дані, на результати своєї науково-дослідницької практики. Тому кожна статтю можна розглядати як надійне свідчення того, що її автор – випускник-магістр Народної української академії – володіє методологією наукової творчості, сучасними інформаційними технологіями, він підготовлений до ефективної дослідницької, консультаційної, аналітичної діяльності. Ми вітаємо авторів з науковою перемогою – першою власною публікацією – і бажаємо наснаги і успіхів у творчому науковому пошуку.

Від редколегії

Економіка



УДК 339.137.2(477)

В. А. Алешечкин*Научный руководитель: канд. экон. наук О. А. Иванова*

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Резюме

У статті розглядаються можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах глобалізації. Особливу увагу приділено факторам, що мають найбільший вплив на підвищення конкурентоспроможності підприємства, з урахуванням особливостей сучасного ринку.

Виділено та розглянуто дії підприємства з конкурентними перевагами щодо підвищення рівня конкурентоспроможності.

Summary

The article deals with the opportunities to increase enterprise competitiveness in the globalizing world. Much attention is given to factors having the greatest impact on increasing an enterprise competitiveness, taking into account the peculiarities of the current market.

Several steps of the company with competitive advantages in improving enterprise competitiveness have been considered.

Ключевые слова: глобализация, глобальная электронная среда, конкурентные отношения, конкурентоспособность.

В рыночной экономике решающую роль в успешной деятельности предприятия играет его конкурентоспособность в целом, а решение проблемы повышения конкурентоспособности отечественной промышленности на сегодняшний день – едва ли не главное в ряду основных направлений развития отечественной экономики. Проблема повышения конкурентного преимущества занимает центральное место в теории и практике конкурентоспособности, так как для выживания и достижения своих целей в жестокой конкурентной борьбе любое предприятие должно обладать определенными преимуществами. Конкурентные преимущества необходимы предприятию для выстраивания опосредованной взаимосвязи с таким субъектом внешней среды, как конкурент.

Структура международного и национального рынка изменилась. Современный рынок имеет определенные особенности, главной из

которых является его включение в процесс глобализации. В глобальной экономике конкурентоспособность означает способность занять наиболее выгодную позицию в постоянно меняющейся маркетинговой среде, формирующейся под влиянием факторов, находящихся за пределами национальной экономики.

На первое место в условиях глобализации выходят такие факторы повышения конкурентоспособности, как квалифицированные трудовые ресурсы, соответствующие требованиям международного рынка труда, инновации, соответствие системы качества на предприятии международным стандартам, непрерывное совершенствование реализуемой на внутреннем рынке продукции национальных производителей и расширение их деятельности на международном рынке, а также эффективная ценовая и сбытовая политика.

На сегодняшний день существует большое количество работ отечественных и зарубежных экономистов, посвященных проблеме обеспечения конкурентоспособности предприятия. В работах Г. Л. Азоева, Л. Г. Раменского, Р. А. Фатхутдинова, А. Ю. Юданова и ряда других авторов рассматриваются некоторые аспекты разработки управленческих и организационно-экономических механизмов обеспечения конкурентоспособности. Вопросами обеспечения конкурентоспособности предприятия в стратегическом аспекте занимались В. С. Ефремов, А. Ю. Юданов и многие другие.

Многочисленные публикации в периодических изданиях посвящены рассмотрению подходов и методов обеспечения конкурентоспособности предприятия, которые, по сути, сводятся к методике оценки состояния предприятия. Вопросам конкурентных преимуществ также уделено значительное число работ зарубежных и отечественных авторов [4; 6]. Проблемы особенностей современного рынка под влиянием процессов глобализации нашли отражение в ряде публикаций в отечественной экономической литературе [1; 2]. На роль технологического отрыва от конкурентов как на фактор конкурентных преимуществ обращает внимание Г. Волынский [4]. Роль Интернета в обеспечении сбытовой деятельности предприятий исследует И. Яровая [11]. Вопросы формирования глобальной электронной среды как важнейшего ресурса, обеспечивающего развитие экономики, рассматриваются в работах А. С. Гальчинского [5]. Вместе с тем, не все аспекты влияния новых факторов современного

рынка на конкурентоспособность предприятия нашли достаточно полное отражение в имеющихся публикациях, а также ряд теоретических, методологических и методических вопросов обеспечения конкурентоспособности предприятий раскрыты не в полной мере.

Целью статьи является анализ возможных путей повышения конкурентоспособности предприятия, функционирующего в современных условиях неопределенности и повышенного риска.

На сегодняшний день в рыночной экономике становится ясно, что повышение конкурентоспособности предприятия в частности и национальной экономики в целом является необходимым условием для интеграции страны в глобальную экономику. Сложной задачей является разработка концепции комплексного подхода повышения конкурентоспособности конкретного предприятия. Ее решение не может быть одинаковым даже для двух похожих предприятий, работающих на одном рынке и ставящих перед собой идентичные цели. Поэтому в зависимости от воздействия внешней среды, внутренних факторов, стратегических задач, индивидуальных особенностей предприятия концепция повышения конкурентоспособности может включать в себя множество различных элементов: организационно-управленческих, технологических, маркетинговых, финансовых, инвестиционных, стратегических и др.

Как было отмечено, вопросам обеспечения конкурентоспособности предприятия посвящены многие научные работы, но в большинстве из них утверждается, что в основе обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях рыночной экономики лежат конкурентные преимущества как таковые. Обобщая ряд подходов к проблеме конкурентных преимуществ, можно прийти к выводу, что любое конкурентное преимущество предприятия подвергается четырем основным действиям: выявление, формирование, использование и поддержание преимущества. Совокупность этих определенных действий с конкурентными преимуществами в дальнейшем будет подразумевать обеспечение конкурентоспособности предприятия.

Процесс формирования или создания конкурентных преимуществ неоднозначно представлен различными авторами. Некоторые из них отождествляют формирование конкурентного преимущества с созданием конкурентоспособных товаров, которые позволяют потребителю удовлетворить либо совершенно новую потребность,

либо ту или иную традиционную потребность на более качественном уровне [8].

В работе Е. Ф. Ягафаровой [3] представлен процесс формирования конкурентных преимуществ на основе нематериальных ресурсов, так как в настоящее время именно на них базируется долгосрочная конкурентоспособность предприятия. А в работе К. И. Терехина [9] раскрыта технология создания конкурентного преимущества, которая включает четыре этапа: сегментация, специализация, дифференциация и концентрация.

Обобщая ряд подходов, можно сделать вывод о том, что процесс формирования конкурентных преимуществ предприятия включает пять основных этапов. Анализ внешней и внутренней среды предполагает изучение сильных и слабых сторон предприятия, возможностей конкурентов, анализ привлекательности отрасли и др. Второй этап формирования конкурентного преимущества предполагает анализ источников конкурентных преимуществ. Третий этап формирования конкурентных преимуществ предполагает непосредственный поиск преимуществ, после чего производится ранжирование привлекательности потенциальных конкурентных преимуществ. Заключительным этапом выступает создание реального конкурентного преимущества.

Использование конкурентного преимущества обусловлено различными целями предприятия. Так, например, конкурентное преимущество может использоваться при формировании стратегии предприятия, при принятии решений по клиентским сегментам, при принятии решений о расширении продуктового портфеля и др.

Процесс поддержания относится к уже существующим конкурентным преимуществам предприятия и является одной из основных стратегических задач предприятия в рамках усиления конкурентных позиций на рынке. Безусловно, все эти действия тесно взаимосвязаны между собой, поскольку нельзя поддерживать конкурентное преимущество, если оно не сформировано, и нет смысла формировать его, если в дальнейшем его не поддерживать.

Конкурентоспособность базируется на качестве, скорости принятия решений, техническом преимуществе, обслуживании и дифференциации продукта. Главной детерминантой конкурентоспособности, идет ли речь о национальном секторе или уровне предприятия, является повышение общей продуктивности (произ-

водительности). Изменяющаяся природа производства и его организации, так же как и изменения рыночной ситуации, требует новых концепций продуктивности.

Безусловно, на повышение конкурентоспособности предприятия огромное влияние оказывает сам рынок, то есть рыночная среда, в которой функционирует предприятие, и его особенности. К таким особенностям можно отнести: 1) глобализацию рынка и 2) наличие всемирной информационной сети (*networked economy* – глобальная электронная среда).

Глобализация – это общая мировая взаимозависимость стран, предприятий и людей в рамках открытой системы финансово-экономических, общественно-политических и культурных связей на основе современных коммуникаций и информационных технологий [9]. Глобальная электронная среда – информационная сеть, образующая систему коммуникаций, которую не способен создать рынок [5].

Существенными факторами глобализации стали всемирно доступные средства информации – радио, телевидение, пресса и Интернет. Глобальная Интернет-среда содействует скорейшему проникновению компаний на глобальный рынок. В последнее время глобализации способствует наличие и развитие всемирной информационной сети. Отсутствие национальных границ в кибернетическом пространстве способствует процессу глобализации производства, торговли, финансовых потоков. Информация превращается в основной производственный ресурс. Сама информация приобретает в условиях информационной экономики первостепенное значение. Очевидно, что конкурентоспособность фирмы (предприятия) – это основной фактор национального развития и корпоративного выживания. Конкурентоспособность фирмы на отдельном рынке определяется как способность удовлетворять потребности покупателей лучше, чем соперники.

Решение этой задачи требует различных подходов в различное время в зависимости от постоянно меняющихся условий внутренней и внешней среды. Предприятие должно быть гибким к изменениям внешней среды и своевременно реагировать на эти изменения.

Повышение конкурентоспособности предприятия достигается путем ориентации предприятия на потребителя, улучшения качества продукции, внедрения инновационной политики, внедрения и обеспе-

чения эффективной логистической системы, более качественного использования ресурсов, в том числе человеческих, улучшения условий работы и ряда других факторов.

Особое внимание необходимо уделить двум факторам: человеческим ресурсам и внедрению новейшего оборудования, обновлению основных фондов как ключевым элементам продуктивности и конкурентоспособности.

Для выхода же отечественных предприятий на глобальный рынок необходимо выполнение ряда определенных условий. В условиях глобальной конкуренции корпоративная стратегия компании должна пересматриваться и в нее необходимо включать реакцию на изменение конкурентной среды на международном уровне. Особенно это стало актуальным в свете вступления Украины в ВТО (Всемирная торговая организация), что привело к усилению конкуренции между национальными и зарубежными производителями.

В условиях глобализации предприятие, а также система и методы управления предприятием и, конечно, производимый предприятием товар или услуга должны соответствовать международному уровню.

Факторами повышения конкурентоспособности предприятия с учетом особенностей современного рынка являются:

1. Внедрение инновационной политики предприятия, которая определяет возможность предприятия конкурировать не только на внутреннем, но и на внешних рынках.

2. Наличие квалифицированных трудовых ресурсов, соответствующих требованиям международного рынка труда.

3. Система управления качеством на предприятии.

4. Непрерывное совершенствование реализуемой на внутреннем рынке продукции национальных производителей и расширение их деятельности на международном рынке [6].

Кроме того конкурентоспособность предприятия зависит от выполнения следующих условий:

– правильного понимания предпочтений зарубежных потребителей;

– знания правил и культуры ведения бизнеса в отдельно взятой стране;

– знания уровня конкурентоспособности в отрасли;

– внесения в свой продукт изменений и модификаций в соот-

ветствии со вкусами и традициями потребителей той страны, куда будет экспортироваться товар;

- учет особенностей каналов распределения;
- правильный выбор способа проникновения на рынок;
- учет культурных, социальных, политических, технологических, экологических и юридических особенностей [8].

В заключение следует отметить, что на процесс глобализации рынка существенно повлияло и продолжает влиять развитие информационной сети. Наличие всемирной информационной сети значительно расширяет возможности предприятия и способствует его выходу на мировой рынок, а также уменьшению затрат предприятия и повышению скорости передачи информации, которая является важнейшим производственным ресурсом. Отсутствие национальных границ в кибернетическом пространстве содействует процессу глобализации производства, торговли, финансовых потоков. Одной из особенностей в условиях глобализации является глобальная электронная торговля: традиционные формы внешней торговли вытесняются электронными торгами через Интернет. На сегодняшний день около 70% продукции рынка B2B (бизнес-рынка) реализуется именно таким способом, что в несколько раз превышает объем реализации продукции рынка B2C (потребительского рынка) [11].

Исходя из проведенного выше анализа проблем конкурентоспособности, можно сделать вывод о том, что в условиях глубоких структурных изменений международного и национального рынка главная задача предприятия состоит в нахождении своей ниши в жестких условиях конкуренции на мировом рынке. Для этого предприятие, действующее в глобальной экономике, должно учитывать особенности современного рынка.

На первое место в условиях глобальной экономики выходят следующие факторы повышения конкурентоспособности предприятия: проведение инновационной политики, которая определяет возможность предприятия конкурировать не только на внутреннем, но и на внешних рынках; наличие квалифицированных трудовых ресурсов, соответствующих требованиям международного рынка труда; гибкая система управления качеством на предприятии; непрерывное совершенствование реализуемой на внутреннем рынке продукции национальных производителей и расширение их

деятельности на международном рынке, а также грамотная логистическая система и сбытовая политика.

Предприятие, чья стратегия определяется как глобальная, должно учитывать также культурные, социальные, политические, технологические, экологические и юридические особенности рынка отдельно взятой страны.

Список литературы

1. Абрамян Е. Глобализация в современном мире / Е. Абрамян // *Международ. экономика*. – 2007. – № 5. – С. 4–12.
2. Афендікова Н. О. Глобалізація економіки і ринок праці України / Н. О. Афендікова // *Держава та регіони*. – 2007. – № 2. – С. 15–18.
3. Бобров В. Я. Основы рыночной экономики / В. Я. Бобров. – К. : Либідь, 1995. – С. 320.
4. Волинский Г. О конкурентных преимуществах в условиях глобализации / Г. О. Волинский // *Экономика Украины*. – 2006. – № 12. – С. 68–72.
5. Гальчинский А. С. Трансрыночные трансформации / А. С. Гальчинский // *Экон. теория*. – 2007. – № 1. – С. 3–12.
6. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навч. літ., 2006. – 384 с.
7. Котельніков Д. І. Управління конкурентоспроможністю : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. / Д. І. Котельніков, С. М. Задорожна. – К. : Видав. дім «Слово», 2004. – 168 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. под ред. Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2002. – 752 с.
9. Международные экономические отношения : учеб. / под ред. Н. Н. Ливенцева. – М. : Росс – ПЭН, 2001. – 263 с.
10. Портер М. Международная конкуренция : пер. с англ. / М. Портер – М. : *Международ. отношения*, 1993. – 896 с.
11. Яровая И. Интернет как инструмент продвижения продукции промышленных предприятий / И. Яровая // *Экономика Украины*. – 2006. – № 12. – С. 48–53.

УДК 658.8.018.3

Т. М. Беловол*Научный руководитель: канд. экон. наук Е. Ф. Пелихов***ОЦЕНКА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ
ИНВЕСТИЦИЙ****Резюме**

У роботі міститься аналіз існуючих методів оцінки рентабельності маркетингових інвестицій. Відмічено найбільш суттєві труднощі, що виникають у процесі практичної реалізації існуючих підходів.

Summary

The analysis of existing methods to estimate marketing investment has been made. The most essential challenges of existing approaches have been identified.

Ключевые слова: маркетинг, инвестиции, рентабельность, возврат, затраты на маркетинг, пожизненная ценность клиента.

Маркетинговая деятельность является неотъемлемой частью хозяйственной деятельности предприятия в целом, поскольку при отсутствии мероприятий по продвижению товара на рынок, производитель лишен возможности осуществления продаж на уровне покрытия издержек и максимизации прибыли. Мероприятия, направленные на увеличение спроса на производимую продукцию, становятся частью масштабного комплекса маркетинга, реализация которого требует значительного объема финансовых ресурсов. При этом в условиях их ограниченности и при политике предприятия, направленной на снижение затрат, вопрос эффективности финансирования маркетинговых мероприятий становится все более острым.

Цель статьи – обобщение существующих методов расчета и оценки эффективности маркетинговых инвестиций, уточнение трактовки используемых понятий и выявление существующих противоречий, которые усложняют их использование.

В работах Ф. Котлера, Г. Багиева указан механизм выведения товара на рынок, отражены методы увеличения объемов продаж и, соответственно, увеличения занимаемой компанией доли рынка [1, 2]. Авторы обосновали необходимость и значимость

ведения маркетинговой деятельности. Однако на современном этапе развития более актуальным является разработка методов оценки эффективности затрат на продвижение товара на рынок.

Одним из первых указанную проблему исследовал Дж. Ленсколд [3]. Он отмечает, что существующая недооценка эффективности маркетинговых инвестиций приводит к необоснованному сокращению маркетинговых затрат. Это означает, что руководителями маркетинговых служб не используются методики переведения результатов маркетинговой деятельности в финансовые показатели доходности. В связи с этим автором работы [3] предлагается введение и использование показателя «рентабельность маркетинговых инвестиций» (РМИ) – относительного показателя, который позволяет сопоставлять понесенные предприятием затраты на маркетинг с полученными результатами.

$$РМИ = \frac{\Delta B}{\Delta МИ} = \frac{\Delta ПР_{вал} - \Delta МИ}{\Delta МИ} * 100\%,$$

где ΔB – прирост возврата (приведенной финансовой выгоды);

$\Delta МИ$ – дополнительные инвестиции в маркетинг;

$\Delta ПР_{вал}$ – прирост валовой прибыли, вызванный дополнительными инвестициями в маркетинг.

В понятие маркетинговые инвестиции автор предполагает включение авансовых затрат на создание маркетинговой компании, затрат на заработную плату персонала маркетингового отдела, а также переменных текущих затрат (на рекламу в СМИ, обращения к потребителю).

Вопрос расчета эффективности затрат на маркетинг рассмотрен в работе Поля У. Ферриса и Нейла Т. Бендли [4]. Ими введено понятие ROMI (Return on Marketing Investment) – рентабельности инвестиций в маркетинг. Это показатель, основной целью расчета которого является оптимизация расходов на рекламу в краткосрочном и долгосрочном периоде с целью поддержания стратегии бренда при помощи создания рыночной модели с использованием научно обоснованных подходов к маркетингу. Показатель сравнивает объем продаж в денежном исчислении с расходами на маркетинг, которые его обеспечили. В случае, когда показатель является положительным, расходы на маркетинг являются обоснованными.

Расчет осуществляется по следующей формуле:

$$ROMI = \frac{\Delta ПР_m * d_{np} - PM}{PM},$$

где $\Delta ПР_m$ – приращенная прибыль, отнесенная на счет маркетинга (д. е.),

d_{np} – доля прибыли (%),

PM – расходы на маркетинг (д. е.).

Вышеуказанные подходы являются наиболее распространенными, поскольку предполагают оценку эффективности расходов на маркетинг с использованием показателей, максимально приближенных к показателям оценки эффективности инвестиций.

По нашему мнению, при расчете показателей РМИ и ROMI возникает ряд трудностей, рассмотренных ниже. Наиболее весомым является расчет возврата денежных потоков, который вызван конкретным маркетинговым мероприятием. Под возвратом понимается разность между приростом валовой прибыли, вызванным дополнительными инвестициями в маркетинг, и дополнительными инвестициями в маркетинг. В случае проведения масштабного комплекса маркетинга расчет величины возврата усложняется, поскольку имеет место синергетический эффект, получаемый в ходе внедрения различных маркетинговых мероприятий. Исходя из этого, можно говорить о том, что функция, описываемая показателем ROMI, не является линейной зависимостью между инвестированными средствами и полученным эффектом.

Одним из основных противоречий, которые затрудняют использование вышеуказанных подходов, является отнесение затрат на маркетинг в статьи текущих расходов. В случае удачного проведения маркетинговой компании предприятие получает положительный эффект в долгосрочном периоде. Это предполагает появление лояльных потребителей, склонных к приобретению производимой компанией продукции, после окончания финансирования маркетинговой компании. Другими словами, имеет место «эффект переноса», то есть влияния маркетинга на объем продаж и прибыли, которое распространяется на будущие периоды. Следовательно, целесообразным является пересмотр политики учета затрат на маркетинг и их отнесение в статьи долгосрочных финансовых вложений.

При сохранении лояльных потребителей, маркетологами предприятия также оценивается текущая ценность вероятных будущих доходов, которые будут получены от конкретного покупателя. Концепция получила название CLV (Customer Lifetime Value) – концепция пожизненной ценности клиента. В соответствии с ней, клиент рассматривается как ресурс, из которого предприятие стремится получить максимально возможный объем прибыли. В современных условиях использование CLV становится все более распространенным, поскольку при помощи Интернет-ресурсов предприятия получили возможность при относительно низком уровне затрат напрямую взаимодействовать с потенциальными потребителями. Следует отметить, что CLV как концепция маркетинга является более привлекательной для предприятий, предоставляющих услуги или осуществляющих массовое или серийное производство, поскольку объемы производства и сбыта для каждого конкретного клиента позволят точно определить объем отдачи от конкретного клиента в будущем. Исходя из оценки CLV, в маркетинговых отделах проводятся расчеты максимальных затрат, которые целесообразно понести с целью приобретения данного клиента [3].

Таким образом, в современных условиях хозяйствования, учеными проводятся исследования по разработке основных концептуальных подходов к оценке эффективности маркетинговых мероприятий. Анализируемый процесс не является окончанным, поскольку существует ряд несогласованностей в перечне показателей, оценивающих эффективность, в трактовке используемых в процессе исследования понятий, во влиянии отдельных факторов на конечный результат. При этом следует отметить, что на первоначальных стадиях процесса оценки, специалисты сталкиваются с проблемой учета маркетинговых затрат, что приводит к вопросу целесообразности и пересмотра политики учета затрат. При осуществлении математических расчетов показателей эффективности возникают проблемы с определением математической функции, если она не линейна. Этот факт усложняет процесс прогнозирования результативных показателей при увеличении маркетинговых затрат. Таким образом, данный вопрос нуждается в последующей разработке. Отсюда следует необходимость дальнейшего изучения проблемы.

Список литературы

1. Багиев Г. Л. Маркетинг : учеб. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – М. : Экономика, 1999. – 703 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; пер. с англ. В. Б. Боброва. – М. : Бизнес-книга ; ИМА-Кросс. Плюс, 1995. – 702 с.
3. Ленсколд Дж. Рентабельность инвестиций в маркетинг. Методы повышения прибыльности маркетинговых кампаний / Дж. Ленсколд ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова и М. А. Карлика. – СПб. : Питер, 2005. – 272 с.
4. Маркетинговые показатели (Более 50 показателей, которые важно знать каждому руководителю) / Поль У. Фэррис, Нейл Т. Бендл, Филипп И. Пфайфер, Дэвид Дж. Рейбштейн. – М. : Баланс Бизнес Букс, 2009. – 496 с.

УДК 658.152(477)

Ю. Н. Бичева

Научный руководитель: канд. экон. наук О. А. Иванова

**ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ**

Резюме

У статті проаналізовано стан інвестиційного розвитку в Україні та інвестиційної привабливості підприємств країни. Також розглянуто переваги та недоліки внутрішніх джерел фінансування та ефективність їх використання для інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства.

Summary

The article deals with the state of the investment development in Ukraine and investment attractiveness of enterprises. Much attention is given to the advantages and disadvantages of domestic sources of financing and efficiency of its using for companies' innovation and investment activities.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инвестиционная деятельность, собственные средства, амортизация, прибыль, производственные мощности.

Рыночные отношения для выживания и стабильного состояния обуславливают осуществление предприятием эффективной инновационно-инвестиционной деятельности, при которой предприятие,

свободно маневрируя финансовыми ресурсами и производственными мощностями, путем рационального их использования, обеспечит бесперебойный процесс производства и реализации продукции.

В последнее время проблема повышения эффективности инвестиционной деятельности приобрела особую актуальность, так как обеспечение высоких темпов развития предприятий и повышение их конкурентоспособности в значительной степени определяется источниками их финансирования, уровнем инвестиционной активности и диапазоном инвестиционной деятельности.

Проблемы эффективного использования финансовых ресурсов изложены в работах и исследованиях многих зарубежных и отечественных ученых, наиболее известными являются: Беренс В., Бирман Г., Бромвич М., Давидов М., Завлин П., Ковалев В., Мелкумов Я., Павленко И., Пономаренко В., Фатхутдинов Р., Яковлев А. [1; 2; 3]. Эти исследователи определяют в своих работах принципы стратегического управления инвестиционной деятельностью предприятия, методы оценки инновационно-инвестиционных проектов, а также анализируют и выявляют условия и механизмы, при которых использование разных видов финансирования будет наиболее эффективным.

В статье будут рассмотрены виды собственных средств предприятия и эффективность их использования для инновационно-инвестиционной деятельности.

В условиях формирования рыночной экономики возрастает роль собственных средств как источника развития предприятия. Собственные средства служат источником капитальных вложений на техническое перевооружение, реконструкцию и расширение производства, освоение и организацию выпуска конкурентоспособной продукции, пользующейся спросом на рынке. Однако В. С. Пономаренко утверждает, что «собственные средства предприятия – это основной источник самофинансирования – могут быть использованы субъектами предпринимательской деятельности только для отдельных высокорентабельных инвестиционных проектов, в то время как необходимый финансовый потенциал имеют только заемные и привлеченные ресурсы» [3, с. 3].

Однако экономическая наука доказывает, а хозяйственная практика подтверждает, что кредит является универсальным инструментом выравнивания рентабельности предприятий при

осуществлении инновационно-инвестиционной деятельности. Анализ статистических данных [4] показал, что наибольший удельный вес капиталовложений в основные средства был произведен из собственных средств предприятий – примерно 60%, а банковские кредиты менее востребованы и составляют всего 15% в структуре инвестиций в основные средства. Такие показатели свидетельствуют об очень низкой рентабельности предприятий, что ведет за собой низкую конкурентоспособность предприятий и продукции на украинском рынке. Это подтверждается данными международных исследований «World Economic Forum» [7] и «The Doing Business» [6]. Согласно «World Economic Forum», индекс глобальной конкурентоспособности экономики соответствует 89 позиции из 139 [7], а по данным проекта «The Doing Business» (Ведение бизнеса), Украина в 2010 году находилась на 142 позиции из 183 [6] по условиям ведения бизнеса в стране.

В переходной экономике для улучшения хозяйственной деятельности предприятий, руководителям необходимо определять самые экономичные источники финансирования [2]. К таким источникам относятся собственные средства предприятий, так как они не требуют дополнительных затрат на их привлечение.

К собственным средствам предприятия относятся прибыль, амортизация, реализация или сдача в аренду неиспользуемых активов предприятия.

В современных условиях предприятия самостоятельно распределяют прибыль, остающуюся в их распоряжении. Для рационального использования прибыли необходимо учитывать планы дальнейшего развития предприятия. В большинстве случаев, чем больше прибыли направляется на расширение хозяйственной деятельности, тем меньше потребность в дополнительном финансировании. Предприятие, способное полностью или в значительной степени покрывать свои финансовые потребности за счет собственных средств, получает существенные конкурентные преимущества и благоприятные возможности для роста за счет уменьшения издержек по привлечению дополнительного капитала и снижения рисков. Недостатками рефинансирования является ограниченность и изменяющаяся величина, сложность прогнозирования, а также зависимость от внешних, не поддающихся контролю со стороны менеджмента факторов.

Еще одним важнейшим источником самофинансирования предприятий служат амортизационные отчисления. Амортизационные отчисления поступают в составе денежных средств за реализованные продукты и услуги, которые обеспечивают расширенное воспроизводство активов предприятия. Преимущество амортизации заключается в том, что она существует при любом финансовом положении предприятия и всегда остается в его распоряжении, объем таких инвестиций зависит от способов начисления, которые регулирует государство.

Продажа или сдача в аренду неиспользуемых основных и оборотных активов является не постоянным, а разовым источником. Для некоторых предприятий данный источник финансирования не актуален, так как загруженность мощностей предприятий, как правило, находится на уровне 85–90%, что не позволит предприятию использовать данный вид инвестиций [1].

Изложенное позволяет сделать вывод, что собственных источников финансирования обычно недостаточно для расширения масштабов хозяйственной деятельности, реализации инвестиционных проектов, внедрения новых технологий. Следовательно, успешное ведение инновационно-инвестиционной деятельности на предприятии возможно только при условии, что финансирование производится не только собственными средствами предприятия, а и привлеченными. Также предприятиям необходимо разрабатывать методы по привлечению иностранных инвесторов, что существенно улучшит состояние предприятия и повысит уровень инновационной активности. Основным методом управления инвестициями является оценка уровня самофинансирования, который зависит от дивидендной, заемной и амортизационной политики.

Государство в осуществлении инновационно-инвестиционной деятельности предприятий играет значительную роль, так как заинтересовано в повышении конкурентоспособности страны на мировом рынке. Поэтому государство на своем уровне должно создавать благоприятные условия для ведения бизнеса, для развития инвестиционного и инновационного потенциала предприятия с помощью государственных рычагов и, в первую очередь, созданием надежной банковской и финансовой системы.

Список литературы

1. Давідов М. В. Організаційно-фінансове забезпечення інноваційної діяльності суб'єктів господарювання / М. В. Давідов // Акт. пробл. економіки. – 2008. – № 9. – С. 92–97.
2. Пелихов Е. Ф. Экономическая эффективность инноваций : моногр. / Е. Ф. Пелихов ; Нар. укр. акад. – Х. : Изд-во НУА, 2004. – 162 с.
3. Пономаренко В. С. Методологічні аспекти стратегічного управління інвестиційними процесами / В. С. Пономаренко // Фінанси України. – 2002. – № 10. – С. 7–10.
4. Статистичний збірник: Регіони України – К. : Держкомстат України, 2010. – 757 с.
5. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учеб. / Р. А. Фатхутдинов. – 2-е изд. – М. : Бизнес-шк. «Интел-Синтез», 2000. – 624 с.
6. The Doing Business [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.russian.doingbusiness.org>.
7. World Economic Forum [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.weforum.org>.

УДК 658.7

М. О. Волкова

Научный руководитель: канд. экон. наук Ю. С. Потемкин

CROSS-DOCKING КАК СПОСОБ УСКОРЕНИЯ ОБОРОТА СКЛАДСКИХ ЗАПАСОВ

Резюме

У статті розглядаються питання щодо принципів функціонування логістичного підходу cross-docking та різних варіантів його організації. Виділено низку істотних чинників, які потрібно буде взяти до уваги при визначенні найбільш прийнятних для бізнесу систем наскрізного складування.

Summary

The article examines the problem of principles of cross-docking logistic approach functioning and its different types. A number of significant factors which need to be taken into account to determine the most appropriate systems for cross docking business has been identified.

Ключевые слова: цепочка поставок, сквозное складирование, транспортировка, оборачиваемость товаров, информационный поток.

В текущей экономической ситуации предприятия ищут новые пути снижения издержек, а потому многих из них может заинтересовать возможность внедрения логистического метода кросс-докинга, суть которого заключается в том, что приемка и отправка товара осуществляется напрямую внутри склада без его размещения в зоне хранения. Поступление материалов на склад координируется с моментом отправки их заказчику, чтобы они передавались непосредственно из зоны поступления в зону погрузки и тут же отправлялись для перевозки клиентам. Помимо сокращения запасов, кросс-докинг устраняет все виды операций, не добавляющие ценности продукту, которые появляются при загрузке материалов на хранение и последующей перегрузке.

Ряд публикаций специалистов в области логистики (Николая Лобанова, Василия Демина) и руководителей предприятий (директора по операциям компании Tablogix Бориса Тимофеева, исполнительного директора ООО «САННА-ЛИТЕР Треминал» Алексея Цацулина) [3; 2] позволяет получить общее представление о данном логистическом подходе, но методика внедрения кросс-докинга и анализ его возможностей требуют дальнейшей и теоретической, и практической разработки.

Целью работы является обоснование перспектив внедрения логистического подхода *cross-docking* для предприятий, а также рассмотрение принципов функционирования логистического подхода *cross-docking*, различных вариантов его организации, влияния его внедрения на конкурентоспособность предприятий в условиях рыночной экономики.

В литературе [1] кросс-докинг рассматривается как логистическая операция внутри цепочки поставок, при которой отгрузка товара на склад и его последующая доставка получателю согласованы по времени таким образом, чтобы исключить хранение товара на складе. В результате партия продукции доставляется от поставщика (производителя) продавцу за максимально короткий срок.

Кросс-докинг – это совокупность операций с заказами, а не с товарами. Заказ комплектуется не на складе, а продавцом товара при отгрузке и поступает на склад непосредственно перед отгрузкой. Тем самым обеспечивается минимальный срок пребывания товара на складе.

Технология Cross-docking – идеальное решение современных логистических операций, особенно в автомобильной промышленности, отраслях высоких технологий (high tech) и телекоммуникаций, ритейле [4].

Так, например, Юрий Поенко, директор по логистике ООО «Адвентис» (сеть гипермаркетов «Караван»), применение кросс-докинговой модели работы РЦ считает идеальной схемой поставок: «Кросс-докинговая модель работы РЦ имеет ряд преимуществ для сети – увеличение оборачиваемости и оптимизация затрат по всей цепочке поставок, сокращение времени поставок, эффективная логистика возвратных потоков и гибкость сети поставок» [2].

Преимущества данного подхода заключаются в следующем:

- сквозное складирование (cross-docking) ускоряет доставку к пунктам продажи, поскольку товары направляют к месту назначения сразу же после их получения;

- сквозное складирование улучшает итоговые показатели работы, так как товары минуют склад, у компаний, использующих сквозное складирование, уменьшается потребность в складских помещениях и, следовательно, снижаются затраты на оплату труда персонала и складские расходы;

- технология позволяет компаниям удовлетворять те потребности клиентов, для которых особое значение имеет время.

В большинстве случаев кросс-докинг затрагивает многие смежные функции, которые непосредственно не связаны с работой склада. Выглядеть это может по-разному: от простого перемещения поддонов до комплексной обработки коробок с использованием конвейерных сортировочных систем. Для определения наиболее подходящих для бизнеса систем сквозного складирования потребуется принять во внимание ряд существенных факторов.

1. Выбор продукции и поставщика. Не все товары можно обрабатывать в системе сквозного складирования. Наиболее подходят те, которые характеризуются высоким уровнем прогнозируемости, максимальным спросом и большими объемами транспортировки. Эти факторы должны быть определены для каждого товара путем анализа информации предыдущих периодов. С учетом данных факторов для кросс-докинга идеально подходят:

- скоропортящиеся продукты, которые требуют незамедлительной транспортировки;

- высококачественные товары, для которых не нужна тщательная проверка качества при получении;
- продукция, снабженная ярлыком или этикеткой и готовая к продаже;
- продукция для рекламных мероприятий и предварительного продвижения;
- товары, пользующиеся непрерывным и постоянным спросом, такие как товары массового потребления;
- продукция, транспортируемая из одного розничного магазина в другой;
- заранее отобранные и упакованные заказы с другого участка;
- возвращаемые товары.

При организации сквозного складирования преимуществами обладают производители, имеющие собственные центры дистрибуции. Они могут заранее предвидеть получение готовой продукции от постоянных поставщиков и изменять маршрут ее следования сразу же после получения входящих грузовых поддонов в центре дистрибуции. Для организации кросс-докинга следует выбирать таких поставщиков, которые каждый раз доставляют необходимое количество требующейся продукции в нужное время. Наиболее подходящими являются поставщики, которые способны:

- подготавливать продукцию для эффективной обработки на следующем участке в логистической цепочке;
- постоянно выполнять требования заказчика в отношении ярлыков, этикеток, упаковки и качества продукции;
- эффективно и быстро предоставлять информацию своим клиентам.

2. Планирование и разработка операций. При разработке программы сквозного складирования важно в первую очередь оценить имеющиеся возможности предприятия. Необходимые изменения зависят от объема поставок и требований к обработке выбранных вами товаров. Чем меньше товаров обрабатывается в системе сквозного складирования, тем меньше требуется обновлений. Вид обработки груза также в значительной степени влияет на проект. Простую транспортировку укомплектованных поддонов от участка приемки до участка отгрузки внедрить легче, чем разработать систему сквозного складирования коробок, для которой могут потребоваться сложные конвейерные сортировочные системы.

Проанализируем необходимые при создании проекта кросс-докинга действия:

- Планировка участка эстакады и его пропускной способности. Поскольку при сквозном складировании работа преимущественно ведется вблизи приемной и отгрузочной эстакад, необходимо предусмотреть достаточное количество ворот и погрузочно-разгрузочной техники. Для создания большего пространства необходимо убрать стеллажи, обеспечив быструю и свободную транспортировку товара по всему центру дистрибуции.

- Организация работы на площадке. Чтобы на складе соблюдался интенсивный график выгрузки-отгрузки, который неизбежен при сквозном складировании, может понадобиться тягач с опытным водителем для перемещения прицепов по площадке. Помимо этого, управляющий должен постоянно следить, чтобы автомобили направлялись к нужным воротам в нужное время, а также заниматься оборудованием и координировать движение приезжающих и отправляющихся автомобилей во избежание задержек.

- Оборудование для переработки грузов. Кросс-докинг требует перемещения больших объемов продукции за короткое время. Использование конвейеров, устанавливаемых в полу прицепов, в сочетании с погрузочно-разгрузочными конвейерами самого склада может значительно ускорить транспортировку поддонов и увеличить пропускную способность участка. В некоторых случаях при погрузке и разгрузке коробок могут помочь электрифицированные выдвижные конвейеры. Ускоряют обработку и конвейерные сортировочные системы, автоматически направляющие коробки от приемки до отгрузки или, если необходимо, к станциям для печати и наклеивания новых этикеток.

- Персонал. Подбирая управляющих для новых операций сквозного складирования, следует учесть, что решающим фактором успеха является предусмотрительность. Чтобы при использовании кросс-докинга были достигнуты поставленные цели, необходимы опытные мастера погрузочно-разгрузочных участков и диспетчеры по планированию, которые могут выявить продукцию для сквозного складирования и осуществить правильную расстановку персонала. Мастера участков должны уметь оценить возможности приемки и размещения груза еще до того, как прибудет продукция. Для системы сквозного складирования может понадобиться дополни-

тельный персонал, но это не обязательно означает, что потребуется принять на работу больше работников. В некоторых компаниях для этого привлекают сторонние организации.

- Информационные системы. Некоторые грузоотправители успешно использовали при сквозном складировании документацию на бумажных носителях, но при работе с торговыми партнерами крайне необходимы данные в электронном виде и в режиме реального времени. Считывание электронной информации со штрихкодов и с использованием радиочастотных устройств повышает производительность склада, так как водитель получает автоматические указания о движении к нужным воротам. При этом обеспечивается отслеживание заказов в реальном времени и уменьшается уровень ошибок, характерный для бумажного документооборота. Более эффективный вариант – система радиочастотной идентификации с помощью чипов [1] – RFID (РЧИ). Она позволяет получать данные о поступающих и отгружаемых грузах без какого бы то ни было сканирования в пределах прямой видимости. Информация о поддонах автоматически считывается при пересечении грузом порталов РЧИ, расположенных на эстакадах. Поскольку сквозное складирование выполняется быстро, важно не только получать информацию в режиме реального времени, но и использовать ее нужным образом.

3. Определение затрат и распределение прибыли. Для компаний «Эмулекс» и «МакКэйн Фудз» начальные затраты были незначительны, а сбережения и выгоды оказались ощутимы. «Используя эту технологию, мы довели оборачиваемость складских запасов до шести раз за квартал по сравнению с двумя-тремя без сквозного складирования», – говорит Стив Авила, руководитель участка погрузочно-разгрузочных работ корпорации «Эмулекс» [2]. Для сложных капиталоемких систем кросс-докинга лучше оценивать прибыльность по каждой единице складских запасов. Если поставщики должны взять на себя дополнительную ответственность, то тех из них, которые обеспечивают сквозное складирование на вашем предприятии, можно заинтересовать участием в прибыли.

4. Внедрение и поддержка. Если подход внедряется впервые, следует начать с пилотного проекта. Это позволит вам изучить влияние данной технологии в небольших масштабах и исправить любые недостатки прежде, чем они затронут целую линию

продукции или сеть складов. Будьте готовы к возможным сбоям в системе. Не обязательно, что вся планируемая по проекту продукция будет обрабатываться посредством кросс-докинга: может понадобится хранить какую-то ее часть на складе. Обычные операции без использования сквозного хранения также могут применяться, чтобы не задерживать заказы и продолжать отгрузку продукции, даже если получено меньше единиц, чем ожидалось (например, из-за ошибок в подсчетах или повреждений). Такая ситуация может возникнуть, в частности, при перераспределении заказов или приоритетном обслуживании более крупных клиентов.

5. Непрерывное совершенствование. Даже если система кросс-докинга уже введена в эксплуатацию и работает бесперебойно, не следует расслабляться и думать, что вся ваша работа выполнена полностью. «Сквозное складирование необходимо постоянно развивать и совершенствовать», – советует Тимоти Эган, директор по вопросам складского хозяйства корпорации «МакКэйн Фудз Ю-Эс-Эй» [2]. Ищите способы получить дополнительные выгоды от этой стратегии, которая приобретает все большее распространение. К примеру, спрос и предложение постоянно изменяются, поэтому периодически проверяйте продукцию в системе на соответствие вашей программе. Когда вы полностью освоите технологию, для повышения прибыли постепенно вводите в ассортимент сквозного складирования новую продукцию. Успешно спланированное, спроектированное и осуществленное обновление ваших центров дистрибуции с введением сквозного складирования может снизить операционные расходы, уменьшить отвлечение средств на складское хозяйство и повысить оборачиваемость товаров.

Существуют следующие варианты организации cross-docking:

– одноступенчатая схема – поставщики полностью комплектуют и пакует товар для каждого отдельного филиала, единица упаковки в партиях товара остается неизменной, только в месте перегрузки с партиями товара от других поставщиков комплектуется и отправляется в соответствующие филиалы;

– двухступенчатая схема с обработкой товара – продукция поставляется четко в соответствии с артикулом товара и в процессе сортировки разбирается для поставок в различные филиалы;

– двухступенчатая схема без обработки товара – в данной схеме меняется транспортное средство и комплект груза.

Внедрение кросс-докинга позволит торговым сетям снизить потребительские цены не только в центре Украины, но и в регионах. Технология cross-docking не снижает транспортных издержек, но значительно увеличивает оборот складских запасов. Цель использования технологии участниками цепи поставок – снижение финансовых затрат, аккумулируемых в запасах товаров, и предотвращение производства невостребованных товаров. По этим причинам применение такой системы распределения даст наилучшие результаты для снижения стоимости поставляемых товаров, что приведет к снижению потребительских цен, а также повышению конкурентоспособности предприятий.

Список литературы

1. Володина Е. В. Синтез логистических систем на региональных продовольственных рынках / Е. В. Володина. – Ростов-н/Д. : Изд-во СКНЦ ВШ, 2006. – 276 с.
2. Мариуц О. Складские технологии: взгляд в будущее / О. Мариуц // Дистрибуция и логистика. – 2009. – № 9. – С. 42–50.
3. Тимофеев Б. В. Хитрости предпродажной обработки товара в процессе кросс-докинга / Б. В. Тимофеев // Складская логистика. – 2010. – № 6. – С. 5–7.
4. Шеффи Й. Жизнестойкое предприятие: как повысить надежность цепочки поставок и сохранить конкурентное преимущество / Йосси Шеффи ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 301 с.

УДК 336.763.3 (477)

*М. А. Державец**Научный руководитель: канд. экон. наук Ю. С. Потемкин***АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА
ОБЛИГАЦИЙ В УКРАИНЕ****Резюме**

У статті розкриваються проблеми українського ринку облігацій. Автор намагається узагальнити основні передумови кризи, що підірвала довіру інвесторів до підприємств-емітентів, та спрогнозувати подальші дії економічних суб'єктів. Серед важливих пропозицій особливо треба відзначити необхідність вдосконалення нормативної бази, що дозволить у подальшому запобігти подібним кризовим явищам.

Summary

The article describes the problems of Ukrainian bond market. The author reviews the background of crisis that has led to loss of investors confidence in issuers and tries to predict further steps of economic parties. Among important suggestions it is the necessity of legislation improvement that can prevent from alike recessionary events in future.

Ключевые слова: дефолт, кредитный рейтинг, облигация.

Облигационные займы в последнее время стали широко распространенным инструментом кредитования деятельности украинских предприятий. Начиная с 2000 г. объемы облигационного финансирования предпринимательских структур из года в год увеличивались в 1,5–2 раза и в 2007 г. достигли 44,5 млрд. грн (что составило около 6% от суммарного годового объема таких отраслей, как промышленность, строительство и сельское хозяйство). Однако фондовый кризис 2008–2009 гг. заставил отечественных эмитентов резко свернуть эмиссионную деятельность. В связи с этим необходимо извлечь уроки из допущенных ошибок, вооружить участников облигационного рынка результатами объективного анализа, позволяющими спрогнозировать оптимальную посткризисную модель поведения.

К сожалению, существующие переводные работы иностранных специалистов по данной тематике основываются на практике

предыдущих десятилетий и не вполне учитывают последние проблемы в данной сфере. Современные подходы к определению финансовой надежности эмитентов облигаций и аналитические обзоры по данной тематике можно найти у Ю. Потемкина, С. Румянцевой, С. Сиржук, О. Шубиной, намеченные этими авторами направления исследования заслуживают дальнейшего развития.

Главной проблемой отечественного рынка облигаций является возможность невыполнения эмитентами обязательств по облигационным займам (дефолт). Дефолт – неспособность юридического лица своевременно и в полной мере рассчитываться по долговым обязательствам или выполнять иные условия договоров займа.

Ведущее украинское рейтинговое агентство «Кредит-рейтинг» в прошлом году зафиксировало 54 дефолта по облигациям. Для сравнения: в 2008 г. было отмечено 24 дефолта, в 2007 – 4, в 2006 – 2, в 2005 – 1. Наиболее распространенными случаями дефолта является неспособность заемщика выполнять обязательства по облигациям при наступлении конечной даты погашения эмиссии [4], что для инвестора чревато полной потерей инвестированных средств.

Что касается причин произошедших дефолтов, то основной считается общий финансовый кризис. Между тем, кризис не совсем корректно называть причиной, потому что он сам является следствием каких-то иных факторов. Прогнозирование и выработка стратегии рыночного поведения требуют более подробного анализа причин случившегося.

Одной из причин сложившейся ситуации является отсутствие достаточной корпоративной культуры у национальных эмитентов. На развитых рынках этот фактор является решающим для инвесторов при принятии решений, касающихся вложения средств в долговые обязательства. Напротив, в Украине во время недавнего бума на рынке облигаций инвесторы доверяли свои сбережения эмитентам без надежной кредитной истории и с сомнительным финансовым состоянием, а некоторые эмитенты после объявления дефолта резко обрывали всякие контакты с кредиторами, скрываясь от них в «лучших» традициях финансовых пирамид.

Возможность успешного распространения облигаций зависит в большой степени от рейтинга надежности эмитента. Кредитный рейтинг – мера кредитоспособности частного лица, предприятия,

региона или страны. Кредитные рейтинги рассчитываются на основе прошлой и текущей финансовой истории вышеперечисленных участников рынка, а также на основе оценок размера их собственности и взятых на себя финансовых обязательств (долгов).

Однако, к сожалению, в условиях кризиса выяснилось, что даже крупнейшие международные рейтинговые агентства присваивали эмитентам завышенные рейтинги, что привело к ряду громких банкротств и дефолтов.

Есть основания для критического восприятия и результатов деятельности украинского рейтингового агентства «Кредит-рейтинг» по применению Национальной рейтинговой шкалы (таблица 1) в предкризисный период [1]. Внедрение данной шкалы и введение обязательного рейтингования для эмитентов облигаций были призваны предотвратить образование так называемых «пузырей» на быстро развивающемся отечественном рынке долговых ценных бумаг.

Но анализ наиболее громких украинских дефолтов показывает, что такие предприятия как ООО «Руш», ООО «Омега», ООО «Караван», ООО «Инсахпром» еще до выпуска облигаций характеризовались крайней степенью финансовой неустойчивости (таблица 3). Тем не менее, рейтинговое агентство присвоило им рейтинги от uaBB до uaBBB+ с прогнозом «стабильный» (таблица 2). При этом рейтинг uaBBB означает достаточную кредитоспособность, а рейтинг uaBB, хоть и означает кредитоспособность ниже достаточной, но является более высоким показателем, чем «низкая» или «очень низкая» кредитоспособность. Уровень этих рейтингов не пересматривался до момента объявления дефолта, несмотря на все ухудшающиеся финансовые показатели. ООО «Руш» и ООО «Омега» вступили в процедуру банкротства с рейтингом uaBB и прогнозом «стабильный». Только после возбуждения дела о банкротстве и фактического дефолта по облигациям агентство заменило прогноз на «негативный», но оставило тот же уровень рейтинга. А ведь в соответствии с Национальной рейтинговой шкалой, при наступлении факта дефолта рейтинг должен быть пересмотрен до низшего уровня uaD.

Приведенные выше факты свидетельствуют о несовершенстве украинской практики присвоения рейтингов, однако ряд вопросов возникает также и в отношении аудита, который предшествовал каждой из названных эмиссий.

Таблиця 1

Национальная рейтинговая шкала

Инвестиционные уровни

uaAAA	Исключительно высокая кредитоспособность по сравнению с другими украинскими заемщиками или долговыми инструментами.
uaAA	Очень высокая кредитоспособность по сравнению с другими украинскими заемщиками или долговыми инструментами.
uaA	Высокий уровень кредитоспособности, но чувствителен к влиянию неблагоприятных коммерческих, финансовых и экономических условий.
uaBBB	Достаточная кредитоспособность, но зависит от влияния неблагоприятных коммерческих, финансовых и экономических условий.

Спекулятивные уровни

uaBB	Кредитоспособность ниже достаточной, высока зависимость от влияния неблагоприятных коммерческих, финансовых и экономических условий.
uaB	Низкая кредитоспособность, очень высока зависимость уровня кредитоспособности от влияния неблагоприятных коммерческих, финансовых и экономических условий.
uaCCC	Очень низкая кредитоспособность по сравнению с другими украинскими заемщиками или долговыми инструментами, существует потенциальная вероятность дефолта.
uaCC	Характеризуется высокой вероятностью дефолта.
uaC	Ожидается дефолт заемщика по долговым обязательствам.
uaD	Дефолт. Выплаты прекращены до наступления срока платежа без достижения согласия с кредиторами относительно реструктуризации задолженности.

Прогнозы кредитных рейтингов

Прогноз	Определение
<i>Стабильный</i>	Стабильный прогноз указывает на отсутствие на текущий момент предпосылок для изменения рейтинга на протяжении года. Прогноз по умолчанию.
<i>Позитивный</i>	Позитивный прогноз указывает на возможность повышения рейтинга на протяжении года при сохранении позитивных тенденций и нивелировании текущих рисков.
<i>Негативный</i>	Негативный прогноз указывает на возможность понижения рейтинга на протяжении года при сохранении негативных тенденций и реализации текущих рисков.

Таблиця 2

Изменение рейтингов предприятий-эмитентов облигаций

№ п/п	Наименование эмитента	Рейтинг перед эмиссией	Рейтинг перед дефолтом	Вид и дата дефолта	Рейтинг после дефолта
1.	ООО «Руш» (торговая сеть парфюмерии «ЕВА»)	uaBB стаб.	uaBB стаб.	Дефолт. Отказ от выплаты процентов, процедура банкротства с 02.03.09	uaBB нег.
2.	ООО «Омега» (продуктовая торговая сеть «Варус»)	uaBB стаб.	uaBB стаб.	Дефолт. Процедура банкротства с 02.03.09	uaBB нег.
3.	ООО «Караван» (торговая сеть магазинов)	uaBBB стаб.	uaBBB+стаб	Дефолт. Невыплата процентов 04.02.09	uaBB нег.
4.	ООО «Инсахарпром» (производство сахара)	uaBBB-	uaBB нег.	Дефолт. Долг по процентным выплатам 25.01.09	uaCCC нег.
5.	ООО «Черкасская птицефабрика»	uaBBB+	uaBB нег.	Дефолт. Непогашение 23.08.08 по серии А и 11.11.08 невыплата процентов по серии В	uaC нег.

Все это указывает на необходимость совершенствования методики определения рейтингов, а также на целесообразность усиления ответственности за качество рейтингования. Ведь, как продемонстрировано в таблице 3, для выявления высокого уровня риска указанных эмитентов достаточно было рассчитать такие «классические» показатели, как коэффициент финансовой автономии (независимости), рентабельность долгосрочного заемного капитала, экономическая рентабельность (рентабельность активов), финансовая рентабельность (рентабельность собственного капитала).

У всех пяти предприятий, допустивших дефолт по облигациям, финансовые показатели катастрофически ниже нормы (за исключением Черкасской птицефабрики, у которой коэффициент автономии превышает значение 0,5).

Особо следует отметить целесообразность использования в ходе рейтингования такого показателя, как «эффект финансового рычага», поскольку он интегрально учитывает рентабельность активов, финансовый риск – плечо финансового рычага, общеэкономические риски, отображает влияние привлечения дополнительного заемного капитала на рентабельность собственного капитала. В свою очередь рентабельность собственного капитала в мировой практике (в частности, факторная модель фирмы DuPont) является наиболее релевантным показателем финансового состояния экономического субъекта. Среди исследуемых компаний эффект финансового рычага отрицателен, что однозначно дает понятие о том, что политика управления капиталом эмитентов была крайне легкомысленна.

В развитых странах применяются достаточно жесткие меры к лицам и компаниям, причастным к дефолтам. И в наших условиях одной из важных задач является закрепление на законодательном уровне материальной, административной и уголовной ответственности эмитента, его должностных лиц за невыполнение обязательств перед инвесторами. Необходимо также повышение стандартов по отношению к предприятиям, претендующим на выпуск облигаций.

Существует несколько цивилизованных механизмов реструктуризации, в частности такие: отсрочка либо рассрочка оплаты процентов по купонам и отсрочка погашения облигаций; предоставление дополнительного обеспечения; увеличение процентной ставки по купонам; выкуп облигаций с дисконтом; обмен облигаций

**Показатели финансового состояния предприятий-эмитентов облигаций
на конец 2009 года**

Наименование эмитента	Кавт	Рдзк, %	Ракт, %	Рск, %	ЭФР, %	% по облигациям
1) ООО «Руш» (торговая сеть парфюмерии «ЕВА»)						13–17
– до эмиссии	0,04	2,0	0,6	13,0	–337,3	
– 2009 год	0,05	–	–	–	–	
2) ООО «Омега» (торговая сеть «Варус»)						13–17
– до эмиссии	0,03	2,8	0,5	16,6	–633,1	
– 2009 год	0,09	3,6	1,0	10,6	–190,2	
3) ООО «Караван» (торговая сеть магазинов)						13–15
– до эмиссии	0,10	–	10,7	103,5	–	
– 2009 год	0,01	0,0	–	–	–	
4) ООО «Инсахарпром» (производство сахара)						16
– до эмиссии	0,37	–	–	–	–	
– 2009 год	0,14	0,03	–	–	–	
5) ООО «Черкасская птицефабрика»						15,5–16
– до эмиссии	0,55	39,7	11,5	20,8	–9,4	
– 2009 год	0,52	–	–	–	–	

на акции эмитента, зачет встречных требований и др. Целесообразно их закрепить на законодательном и нормативно-правовом уровне [2]. Одно из таких положений уже внесено в Закон Украины «О ценных бумагах и фондовом рынке» – эмитент получает официальное право на реструктуризацию долга при согласии с ее условиями всех собственников облигаций.

Таким образом, для формирования перспектив восстановления облигационного рынка в посткризисный период необходимо усовершенствовать нормативную базу регистрации эмиссий, повысить качество отечественного рейтингования, дать возможность эмитентам по согласованию с инвесторами реструктуризировать

існуючі задолженності, не пересікаючи межі дефолту, і різко жорстко звинувачувати осіб, зловживаючих довірою інвесторів облігацій.

Список литературы

1. Рейтинговые шкалы национального рейтингового агентства «Кредит-Рейтинг» [Электронный ресурс] // Национальная рейтинговая шкала. – Режим доступа: <http://www.credit-rating.ua/ru/about-rating/scale/>. – Загл. с экрана.
2. Румянцева С. Український облігаційний конгрес-2010 / С. Румянцева // Цінні папери України. – 2010. – № 16 (610). – С. 16.
3. Румянцева С. Розвиток ринку боргових зобов'язань / С. Румянцева // Цінні папери України. – 2010. – № 18 (612). – С. 18.
4. Сіржук Р. Тенденції облігаційного ринку / Р. Сіржук // Цінні папери України. – 2010. – № 9 (603). – С. 14.

УДК 331

Н. С. Дрога

Научный руководитель: канд. экон. наук Е. В. Астахова

УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

У статті розглянуто вплив професійного розвитку персоналу на забезпечення і підвищення ефективності діяльності підприємств. Розроблено основні напрями ефективної діяльності підприємства, а також підвищення конкурентоспроможності підприємств на національному та міжнародному рівнях.

Summary

Influence of personnel professional development on providing and increasing activity effectiveness is considered. Basic directions of effective activity and ways of increasing enterprises competitiveness at national and international levels are suggested.

Ключевые слова: кадровая политика, управление персоналом, квалификация, конкурентоспособность.

Современные условия развития мировой экономики диктуют правила поведения во всех сферах экономической деятельности, перехода преимущественно к новым, более эффективным методам управления. Это, естественно, по особому ставит проблему организации производства, предъявляет качественно новые требования к процессу управления персоналом.

Поэтому вопросы грамотного управления кадровым потенциалом всегда были и остаются по сей день наиболее актуальными. Это обуславливается тем, что от четко разработанных систем управления персоналом зависит не только социальная и творческая активность работников, но и конечные результаты предприятий в их многогранной социально-экономической деятельности, повышение уровня конкурентоспособности.

Целью данной статьи является оценка влияния профессионального развития персонала на эффективность и конкурентоспособность деятельности предприятий, а также обоснование направлений улучшения организации указанного процесса.

Теоретико-методологические проблемы управления персоналом поднимаются и освещаются в работах А. П. Егоршина. О. В. Крушельницкая и Д. Г. Мельничук управление персоналом рассматривают как специфическую функцию управленческой деятельности, главным объектом которой являются люди, входящие в определенные социальные группы, трудовые коллективы. И. Л. Петрова определяет направления управления персоналом в процессе организационных преобразований.

Все большее значение приобретает обеспечение квалифицированными кадрами. Своевременное комплектование нужными кадрами всех подразделений организации становится невозможным без разработки и реализации кадровой политики. Дело в том, что в современном производстве наибольшую ценность представляют не основные фонды, а нематериальные активы.

Единых рекомендаций и единой системы мер по развитию кадрового потенциала разработать невозможно ввиду специфики отраслей экономики и ее многоукладности. Поэтому на первый план выдвигается проблема соответствия задач всесторонней модернизации экономики и создания экономической основы для устойчивого развития предприятий в долгосрочной перспективе, уровня развития человеческих ресурсов – главной производительной силы, его

квалификационных, профессиональных и психологических возможностей работы в новых условиях.

Под кадровой политикой понимаются общие установки и целенаправленная деятельность органов управления по формированию требований к работникам, их подбору, подготовке и рациональному использованию. Сущность кадровой политики на предприятии состоит в привлечении, закреплении и адекватном использовании высококвалифицированных работников, в создании условий для реализации ими своего профессионального потенциала для эффективного функционирования предприятия.

Цель кадровой политики – обеспечение оптимального баланса процессов обновления и сохранения численного и качественного состава кадров в его развитии в соответствии с потребностями самой организации, требованиями действующего законодательства, состоянием рынка труда [1, с. 44].

Современное понимание кадровой политики рассматривается как единство следующих мер:

- обеспечение всех участков производства необходимой рабочей силой;
- создание мотивации работника на эффективный и высокопроизводительный труд [2, с. 78–79].

Выделяют следующие условия эффективного функционирования предприятия:

- во-первых, включение организации труда в систему управления персоналом. Система выполняет функцию создания необходимых условий трудовой деятельности персонала предприятий. С помощью этой функции решаются такие задачи экономического характера, как рост производительности труда, эффективности производства, качества продукции, рациональное использование трудовых и материальных ресурсов. Одновременно реализуются и задачи социального характера, в том числе сокращение удельного веса ручного, тяжелого и вредного для здоровья труда;

- во-вторых, включение организации труда способствует реализации частных функций системы управления персоналом, среди которых – разделение и кооперация труда, установление полномочий и ответственности различных субъектов кооперированного труда, регламентов деятельности и др. Именно посредством выполнения этой функции в организации формируется

необходимое для функционирования количество и качество труда;

- в-третьих, немаловажным является рабочее место, под которым понимается необходимое пространство организации, где субъект труда в соответствии с целевым назначением, технологическим процессом организации, личностными особенностями с помощью необходимых средств, предметов труда и в определенных условиях осуществляет трудовую деятельность и трудовое поведение;

- в-четвертых, совокупность рабочих мест и кооперация между ними показывает состав, качество функций, выполняемых на предприятии, что служит основой для определения количественных и качественных требований к персоналу;

- в-пятых, отличительной особенностью персонала является его объективная способность развиваться в процессе труда, в ходе чего приобретаются навыки и опыт. Кроме того, изменение условий производства требует обновления знаний и повышения квалификации рабочих. В результате в процесс управления вступает подсистема развития персонала. В соответствии с теориями мотивации, более развитые способности предопределяют необходимость постоянного обновления на рабочих местах, отсюда вытекает необходимость осуществления трудовых перемещений [5].

Наряду с приведенными условиями эффективного функционирования, целесообразно ввести в качестве стимула поощрение за введение новшеств в развитие предприятия. Это является положительным не только для работника, но и для самого предприятия, так как актуальное и обоснованное нововведение может повысить эффективность и рентабельность бизнеса, а как следствие – его конкурентоспособность.

Таким образом, можно сделать вывод, что общей и главной задачей управления кадровым потенциалом является система кадрового обеспечения организации, которая предполагает обеспечение соответствия качественных и количественных характеристик персонала целям предприятия. И это, в свою очередь, позволит существенно повысить эффективность хозяйствования и достичь стойких конкурентных преимуществ предприятия на рынке.

Список литературы

1. Гармашев А. А. Организационный и кадровый аудит / А. А. Гармашев. – К. : Медиапро, 2003. – 87 с.
2. Зацеркляний М. М. Вступ у теорію управління : навч. посіб. [для студ.] / М. М. Зацеркляний, В. І. Черкасов. – Х., 2004. – 131 с.
3. Калина А. В. Економіка праці : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А. В. Калина. – К., 2004. – 268 с.
4. Менеджмент організацій : підруч. для студ. вищ. навч. закл., які навчаються за напрямком «Менеджмент» / [Л. І. Федулова, І. В. Сокирник, В. В. Стадник та ін.] ; за заг. ред. Л. І. Федулової. – К. : Либідь, – 2003. – 448 с.
5. Строителева Т. Г. Новые подходы к разработке кадровой политики предприятия Алтайского края, определяющиеся условиями экономического роста [Электронный ресурс] / Т. Г. Строителева // Топ-персонал. – Режим доступа: <http://www.top-personal.ru/issue.html?1578>. – Загл. с экрана.

УДК 330.322.5 (477)

Ю. В. Дьяченко

Научный руководитель: канд. экон. наук Н. И. Данько

АЛГОРИТМ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ОБЪЕКТА ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Резюме

У статті висвітлено проблеми вибору об'єкта інвестування із врахуванням регіональних та галузевих особливостей в умовах нестабільного середовища. Також проаналізовано окремі дефініції понять «інвестиційний клімат країни» та запропоновано уточнене визначення. Автор рекомендує формалізувати процес вибору ефективного об'єкта інвестування у вигляді алгоритму.

Summary

This article deals with the problems of choosing investment object, taking into account of regional and local peculiarities in unstable environment. Also the definitions of «investment climate» were examined and the refined definition was suggested. The author proposes to formalize the process of choosing an effective investment object in the algorithm.

Ключевые слова: объект инвестирования, инвестиции, инвестиционная привлекательность, регион, инвестиционный климат.

Инвестирование является неотъемлемой частью любого бизнеса, в котором выделяют различные формы по видам капиталовложений. Формы инвестирования: самофинансирование и привлечение заемного капитала. Капиталовложения необходимы для внедрения инноваций, перехода на новый вид деятельности, усовершенствования материально-технической базы, увеличения объемов производства. Особо важен выбор объекта, который проводится на предварительном этапе инвестирования. Ответственность за определение объекта инвестирования зависит от многих факторов. Во-первых, необходимо принимать решения в альтернативных условиях, когда имеется ряд взаимно независимых проектов. В этом случае необходимо сделать выбор с наиболее эффективным результатом, основываясь на критериях, оценках и методах. Соответственно, объектов инвестирования на рынке много, а вероятность того, что определенный проект будет отвечать всем требованиям – низкая. Таким образом, проблема выбора эффективного объекта инвестирования является актуальной в условиях нестабильной среды.

Цель данного исследования – разработка алгоритма определения эффективного объекта инвестирования с учетом региональных и отраслевых особенностей.

В соответствии с поставленной целью сформулированы следующие задачи исследования:

- проанализировать и уточнить определение понятия «инвестиционный климат страны»;
- разработать алгоритм определения эффективного объекта инвестирования на региональном уровне.

Украина требует инвестиций, производственные мощности требуют активного перевооружения и восстановления. Украинские предприятия и организации являются привлекательными для инвесторов, но проблема состоит в том, что в Украине не достаточно развиты права инвесторов, необходимо обеспечить надежность в правовой сфере. В Украине политические и социальные интересы превалируют над частными экономическими интересами, что отражается на инвестиционной привлекательности страны. В отношении инвесторов необходима большая экономическая, политическая и правовая стабильность.

Успех Украины в будущем в значительной степени определяется

темпами политической, экономической и социальной модернизации общества. Основными факторами такой модернизации являются стабилизация законодательной базы, экономического и политического положения в стране, а также инновационная активность науки и бизнеса, что в целом характеризует инвестиционный климат страны.

Инвестиционный климат Украины все время находится под влиянием изменений. Оценка инвестиционного климата страны – это рыночный инструмент оптимизации потока капиталовложений и основывается на четко определенном наборе показателей, которые анализируются.

Современная методология оценивания инвестиционной привлекательности требует оптимизации перечисленных направлений и показателей анализа, эффективного соединения ретроспективных и перспективных оценок, адекватного отображения в показателях интересов разных инвесторов [4].

Разработку методики рейтинговой оценки объектов инвестирования (регионов, ВЕД, отраслей промышленности, предприятий) необходимо начинать с уточнения экономической терминологии. В связи с этим предлагается определить понятие «инвестиционный климат страны» как систему инвестиционных отношений, которые формируются под влиянием большого количества взаимозависимых процессов экономического, политического, социально-психологического, инновационного, инфраструктурного, нормативно-правового, экологического, криминального характера. Эти процессы отображают:

- объективно существующие возможности страны (региона, отрасли, предприятия) к инвестиционной деятельности (характеризуется как инвестиционный потенциал);
- уровень ожидания доходности и проблемность инвестирования в определенный объект (характеризуется как инвестиционные риски);
- существующие процессы в стране (характеризуется как инвестиционная активность) [4].

«Инвестиционный климат объекта инвестирования» (государства, региона, отрасли) определяется как его определенное состояние. А привлекательность – это так называемая «мимика» объекта инвестирования, сигнал к инвестору, приглашение к инвестиционной

деятельности. Диалектика инвестиционного процесса отображает закон взаимного перехода количественных изменений в качественные: количественные изменения инвестиционного климата обуславливают качественное изменение инвестиционной привлекательности не только по содержанию, но и по времени реализации. То есть между инвестиционным климатом и привлекательностью существует диалектическая взаимозависимость. Если объектом исследования является инвестиционная привлекательность, то в статических и математических моделях она является результирующим признаком, а инвестиционный климат – факторным» [4].

Инвестиционную привлекательность с позиции инвестора следует рассматривать как многокомпонентный показатель, включающий показатели эффективности на уровне государства, региона, отдельного предприятия. Рассмотрим алгоритм определения эффективного объекта инвестирования (см. рис. 1).

Рассмотрим содержание этапов подробнее. В связи с ежегодным сокращением объема инвестиций, финансируемых из государственного бюджета, назрела необходимость эффективного использования имеющихся инвестиционных ресурсов и адресное

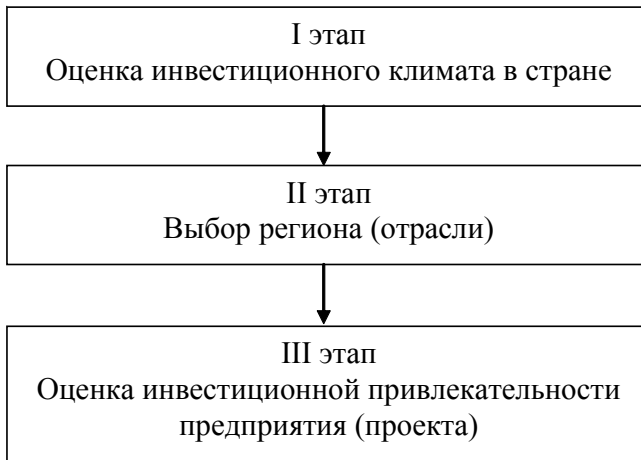


Рис. 1. Блок-схема алгоритма определения эффективного объекта инвестирования

инвестирование тех регионов и предприятий, которые наиболее благоприятны. Важным фактором при этом является выбор региона, в котором можно работать. У нас есть регионы, считающиеся хорошими, и инвесторы, которые вложили свои средства в эти регионы, размышляют о том, как расширить свое производство [3].

Что касается выбора предприятия, несмотря на кризис, наиболее оптимистично настроенные инвесторы все еще продолжают попытки найти в регионах предприятия, привлекательные для вложения капитала. Как правило, такие инвесторы, а их осталось не так уж много, руководствуются принципом, что кризисы приходят и уходят, а жизнь продолжается. Встречаются и такие, которые (в отличие от подавляющего большинства инвесторов, окончательно утративших доверие к местным властям) считают происшедшие перемены позитивными. Их энтузиазм основывается на надежде, что новое правительство действительно перейдет от обещаний поддержки региональной промышленности к действиям, и вложения в промышленные предприятия сегодня смогут принести хорошую прибыль в будущем [3].

Для увеличения инвестиционной привлекательности предприятий необходимо обеспечить положительную среду для внедрения инноваций: комплексное стимулирование нововведений, поддержка государственного финансирования, благоприятное налогообложение предприятий, которые финансируют высокотехнологические разработки, и инновационных предприятий, упрощенный механизм регистрации, льготный доступ к кредитным ресурсам и институты стандартной структуры [1].

Подводя итоги, можно отметить, что эффективное инвестирование в Украине является в большей степени теорией, нежели реальной практикой деятельности. Отсутствие стабильности в стране в значительной мере снижает инвестиционную привлекательность государства в целом. Прогнозы специалистов на основе анализа производственного процесса свидетельствуют о том, что научно-технический прогресс как один из главных источников экономического и инвестиционного роста в недалеком будущем будет обеспечивать до 90% реального притока денежных средств. В связи с этим, одной из главных стратегических задач в Украине является привлечение в экономику инвестиций как иностранных, так и отечественных, которые позволили бы реализовать программы

конкурентоспособного экономического роста, внедрение инноваций, активное развитие человеческого капитала. При капиталовложении в инвестиционный проект инвестор, в первую очередь, хочет достичь как минимум двух целей: преумножения дохода и его сохранности. В наших условиях хозяйствования сохранность капитала для любого иностранного и отечественного инвестора выходит на первые позиции. Это связано, прежде всего, с несовершенной законодательной и налоговой базой, нестабильной экономической и политической ситуацией в стране, а в большинстве случаев – с нежеланием руководителей предоставлять результаты использования полученных от инвестора средств.

Поэтому для создания благоприятной среды для инвестиционной деятельности в Украине необходимо:

- усовершенствовать законодательно-правовую базу, в частности разработать и принять Научно-технический и инновационный кодекс Украины;
- сформировать потенциальные источники инвестиционных ресурсов: депозитные средства на счетах банков, финансовые активы;
- создать государственный венчурный банк, который имел бы законодательно закрепленное право заниматься льготным кредитованием тех предпринимателей-новаторов, которые прошли экспертную комиссию [1];
- стимулировать привлечение к венчурному финансированию нетрадиционных участников инновационной инфраструктуры, таких как «бизнес-ангелы» [1].

Таким образом, формирование и укрепление благоприятного инвестиционного климата, активное международное сотрудничество инвестиционной сферы и эффективная деятельность Совета отечественных и зарубежных инвесторов при Президенте Украины в совокупности являются основными мероприятиями в общей стратегии по выработке мер эффективного инвестиционного климата в стране.

Список литературы

1. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Х. : Константа, 2006. – 272 с.

2. Гуткевич С. А. Приоритетность и привлекательность объектов инвестирования / С. А. Гуткевич // Акт. пробл. економіки. – 2002. – № 11. – С. 25–27.

3. Нагоев А. Б. Подготовка предприятий к привлечению инвестиций с учетом региональных особенностей менталитета руководителей / А. Б. Нагоев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 5. – С. 85–89.

4. Харламова Г. О. Оцінювання привабливості об'єктів інвестування / Г. О. Харламова // Акт. пробл. економіки. – 2008. – № 9. – С. 73–79.

5. Хмыз О. В. Инвестиционные компании – альтернативные объекты инвестирования для индивидуальных вкладчиков / О. В. Хмыз // Финансы. – 2004. – № 1. – С. 19–23.

УДК 658.155(477)

Д. А. Жукова

Научный руководитель: канд. экон. наук Е. Ф. Пелихов

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА МЕТОДОВ ФОРМИРОВАНИЯ И МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Резюме

Стаття присвячено проблемам необхідності аналізу прибутку як основного результату діяльності підприємства. Наведено порівняльну характеристику методів його формування. Зроблено висновок щодо доцільності застосування наведених методів.

Summary

The article deals with the problems of the necessity of profit analysis as a basic result of an enterprise activity. Comparative description of the methods of its forming is given. The conclusion is made concerning the expedience of applying the given methods.

Ключевые слова: прибыль, методы формирования, моделирование, норма прибыли, предприятие, анализ деятельности.

Економіка України все ще претерпеває трансформаційні зміни при переході до ринкової. Наряду з цим набирає силу і конкуренція як основний механізм регулювання господарського процесу. В сучасних економічних умовах предметом

особого внимания является деятельность каждого хозяйственного субъекта участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования.

Чтобы обеспечивать выживание предприятия в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать финансовое состояние как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов. Важнейшее значение в определении финансового состояния предприятия заключается в своевременном и качественном анализе финансово-хозяйственной деятельности [5]. При этом важнейшим объектом экономического анализа, а также целью деятельности любого предприятия является прибыль.

Понятию прибыли как основному результату деятельности предприятия и ее анализу посвящены работы многих отечественных и зарубежных авторов [1, 2, 4].

В процессе анализа результатов работы предприятия применяются такие виды прибыли: маржинальная, валовая, чистая, прибыль от различных видов деятельности.

В процессе планирования маржинальной, валовой и чистой прибыли предприятия используются следующие основные методы: экстраполяции, прямого расчета, нормативный, «CVP», целевого формирования прибыли, прогнозирования денежного потока, факторного моделирования.

Метод экстраполяции является наиболее простым в процессе планирования формирования операционной прибыли предприятия. Он основан на результатах анализа динамики маржинальной, валовой и чистой операционной прибыли за предыдущие периоды и заключается в выявлении линии тренда, которая дает возможность спрогнозировать значения моделируемых показателей [6]. Вместе с тем, этот метод планирования операционной прибыли является наименее точным, потому что он не учитывает изменение факторов, влияющих на нее. Этот метод может быть использован лишь на предыдущей стадии планирования, когда планы операционной деятельности предприятия еще не сформированы, и только на относительно короткий прогнозный период (месяц, квартал).

Метод прямого расчета относится к достаточно надежным методам формирования операционной прибыли, но может быть использован только в том случае, если на начальной стадии уже

составлены планы операционного дохода, операционных расходов и налоговых платежей, что является достаточно трудоемкой процедурой в отличие от расчета прибыли [4]. Нужно отметить, что этот метод недостаточно ориентирован на достижение целевых (нормативных) показателей уровня операционной прибыли. Кроме того, он позволяет выполнять только одновариантный расчет планируемых показателей.

Условием применения нормативного метода является наличие на предприятии соответствующей нормативной базы. Обычно используются такие нормативы:

- норма прибыли на собственный капитал. Если такая норма на предприятии не установлена, в качестве таковой может быть принята средняя норма депозитного процента на денежном рынке;
- норма прибыли на операционные активы, под которой понимают как валовую, так и чистую операционную прибыль;
- норма прибыли на единицу реализованной продукции. Если такая норма на предприятии не разработана, она может быть заменена среднеотраслевой нормой прибыли на единицу реализованной продукции в последнем предплановом периоде.

Нормативный метод планового расчета суммы операционной прибыли получил определенное распространение в процессе ее определения для вновь созданных предприятий [4]. Его недостатком является то, что он не связан с другими показателями операционной деятельности (производственной программой, операционными расходами, налоговыми платежами), в результате чего этот метод также не может быть использован в многообразных расчетах суммы прибыли.

Метод «CVP» позволяет определять все виды операционной прибыли при наличии той же информации, что используется при применении метода прямого расчета. Плановые расчеты ведутся в такой последовательности: на первом этапе определяется точка безубыточности реализации продукции в плановом периоде, дальше определяется плановая сумма валовой операционной прибыли, плановая сумма маржинальной операционной прибыли и плановая сумма чистой операционной прибыли [3]. На основе полученных плановых значений строится графическое изображение метода «CVP», которое позволяет использовать этот метод как имитационную модель многовариантных расчетов с расписанием и варьирова-

нием отдельных показателей. В процессе имитационного моделирования операционной прибыли могут быть рассмотрены все прогнозные варианты операционной деятельности предприятия – от пессимистических до оптимистичных [6].

Метод целевого формирования прибыли позволяет обеспечить тесную взаимосвязь его плановых показателей со стратегическими целями управления прибылью в плановом периоде. Основой этого метода расчета является предыдущее определение потребности в собственных финансовых ресурсах, которые формируются за счет чистой операционной прибыли предприятия. Расчет ведется по каждому элементу этой потребности и охватывает как капитализированную их часть, так и часть, что потребляется. Суммарная потребность в средствах, которые формируются за счет чистой операционной прибыли, являет собой его целевую сумму. На основе целевой суммы чистой операционной прибыли определяются целевые суммы соответственно валовой и маржинальной операционной прибыли. Особенная роль этого метода расчета заключается в том, что полученные на его основе показатели операционной прибыли рассматриваются как важнейшие целевые ориентиры развития всей операционной деятельности предприятия и являются базовыми элементами планирования других важнейших экономических показателей этой деятельности – суммы чистого операционного дохода, объема реализации продукции. Другими словами, задачи планирования стратегического развития операционной деятельности предприятия в будущем периоде через целевую сумму чистой операционной прибыли получают свое отражение во всей системе основных плановых показателей.

Метод прогнозирования денежного потока является относительно новым для отечественной практики, хотя широко используется на предприятиях стран с развитой рыночной экономикой. Его основу составляет разработанный на предприятии текущий план поступлений и расходов средств по операционной деятельности предприятия [3]. Использование этого метода позволяет скоординировать планируемую операционную прибыль с чистым денежным потоком по операционной деятельности, а также конкретизировать его формирование по отдельным периодам (текущий план поступления и расходов средств складывается обычно ежемесячно).

Метод факторного моделирования прибыли является наиболее

сложным, потому что требует осуществление больших аналитических и прогнозных расчетов. Сначала определяется система основных факторов, которые имеют прямую логическую взаимосвязь с формированием показателя чистой операционной прибыли предприятия [6]. Затем анализируется степень влияния отдельных факторов на формирование чистой операционной прибыли данного предприятия и выполняется их ранжирование по этому показателю. На следующем этапе отбираются факторы, которые оказывают наибольшее влияние на сумму планового объема чистой операционной прибыли, и с учетом уровня их влияния строится многофакторная модель регрессии, а также прогнозируется изменение факторов, включенных в модель регрессии, в плановом периоде. Прогнозируемое изменение каждого фактора отображается соответствующими количественными показателями. Путем подстановки прогнозируемых значений факторов в модель регрессии получают прогнозируемый показатель чистой операционной прибыли [6]. Использование метода позволяет осуществлять многообразные плановые расчеты суммы операционной прибыли путем последовательного изменения заданных значений отдельных факторов.

Сопоставление методов планирования прибыли приводит к выводу, что лишь метод факторного моделирования даст возможность эффективно прогнозировать значение исследуемого показателя. Потому целесообразно пользоваться именно этим методом, хотя он сложен в использовании, нужно выбирать между качеством получаемого результата или простотой расчетов влияния изменения факторов на исследуемую функцию – прибыль.

Список литературы

1. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, Улگا. – 1998. – 544 с.
2. Бригхем Ю. Финансовый менеджмент / Ю. Бригхем, М. Ерхард [пер. з англ. ; под ред. Е. А. Дорофеева]. – 11-е изд. – СПб. : Питер. – 2008. – 960 с.
3. Гончаров А. Б. Финансовый менеджмент : навч. посіб / А. Б. Гончаров. – Х. : ВД «ИНЖЕК». – 2003. – 240 с.
4. Гриньова В. М. Финанси підприємств : навч. посіб. / В. М. Гриньова. – 2-ге вид., перероб і доп. – К. : Знання-Пресс. – 2004. – 424 с.
5. Кононенко О. Анализ финансовой отчетности / О. Кононенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – Х. : Фактор. – 2005. – 156 с.
6. Brigham E. Fundamentals of Financial Management / E. Brigham. – New York : The Dryden Press, 1992.

УДК 331.103.6 (477)

А. Г. Калиберов

Научный руководитель: д-р экон. наук О. Л. Яременко

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСНОЙ ЭКОНОМИКИ

Резюме

Статтю присвячено основним проблемам розвитку управління персоналом підприємства в умовах глобалізованої кризової економіки. Розглядаються сучасні тенденції змін в організації системи управління персоналом. Основна увага приділяється корпоративній культурі як ключовому активу підприємства, носієм якого є персонал.

Summary

This article covers the main problems of HR management development in globalized crisis economy. The basic tendencies in organization of HR management are studied. Primary meaning is given to the corporate culture as key asset of the enterprise and the personnel as the culture bearer.

Ключевые слова: персонал, управление персоналом, потенциал персонала, корпоративная культура, инновации.

В условиях постоянно изменяющейся внешней среды поиск подвижных конкурентных преимуществ становится залогом не только динамического развития предприятия, но выживания компании на рынке в целом. Одним из подобных активов предприятия, способных быстро приспосабливаться к изменению рыночной конъюнктуры и тем самым повышать конкурентоспособность продукции, является человеческий потенциал. Для достижения максимального положительного эффекта от использования данного потенциала необходимо выстраивать целостную систему управления персоналом как носителем данного актива.

Целью статьи является изучение проблематики развития систем управления персоналом в условиях глобализированной кризисной экономики, а также поиск и выработка основных принципов дальнейшего развития данного аспекта менеджмента. Этой проблемой занимаются Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина.

Под управлением персоналом необходимо понимать систему взаимосвязанных организационно-экономических и социальных мер

по привлечению, созданию условий для нормального функционирования, оценки, развития и эффективного использования потенциала рабочей силы на уровне организации. Сущность управления персоналом заключается в том, что люди рассматриваются как конкурентное богатство компании, которое надо размещать, развивать, мотивировать вместе с другими ресурсами, чтобы достичь стратегических целей компании [4].

Наметившиеся современные изменения в корпоративном управлении, вызванные глобализацией рынков и структуры промышленности, сдвигами в архитектуре рабочих мест и демографии рабочей силы, ориентацией на высокие доходы собственников, быстрыми и непрерывными организационными и технологическими изменениями, являются стратегическими. Стратегия управления персоналом, наряду с маркетинговой и финансовой стратегиями, выступает сейчас ключевой функциональной стратегией организации. Одна из особенностей современной ситуации украинской экономики заключается в том, что стратегия управления персоналом все больше становится первичной и главной не столько в силу логики желаемого стратегического развития, но все чаще как единственный реально возможный стратегический фактор.

Сегодня в рамках процесса глобализации происходит смена подходов к организации системы управления персоналом. В частности можно выделить следующие актуальные тенденции в мировой практике [1]:

- от узкой специализации и ограниченной ответственности за порученную работу – к широкому профессиональным и должностным профилям;
- от спланированного карьерного пути – к информированному и гибкому выбору траектории профессионального развития;
- от ответственности менеджеров за развитие персонала – к ответственности самих работников за собственное развитие;
- от контроля над проблемами, с которыми сталкиваются работники, – к созданию возможностей для всестороннего профессионального роста каждого работника;
- от уклонения от обратной связи с подчиненными – к ее активному поиску;
- от секретного рассмотрения факторов успеха, вакантных рабочих мест и отбора специалистов – к открытому обсуждению

уровня компетентности работников, имеющих вакансии и путей их заполнения.

С одной стороны, эти сдвиги, затрагивая в первую очередь стратегию корпорации, превращают кадровые стратегии в ее ключевой элемент. С другой стороны, без ясно сформулированных стратегических целей корпорации и основных путей их достижения кадровая работа теряет свой смысл. Поэтому необходима выработка установок, которые будут основополагающими для последующего развития предприятия, его стратегии в целом и стратегии развития персонала в частности.

В современной экономике в условиях кризисной напряженности в мире ведется постоянный поиск ресурсов для формирования наиболее эффективной стратегии развития организации. В данном аспекте управление человеческим капиталом, стратегией его использования на предприятии претерпевает серьезные изменения. Нерациональное поведение менеджмента приводит к сокращению персонала на 5–20% [2], снижению вовлеченности трудового коллектива в бизнес-процессы организации, падению мотивации [3]. А следовательно появляется объективная необходимость наиболее эффективного использования оставшегося человеческого потенциала на предприятии. В этом аспекте на передовые позиции вышел вопрос разработки и внедрения системы корпоративных ценностей и корпоративной культуры как ключевого элемента потенциала персонала.

Корпоративная культура – совокупность поведенческих установок, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции и разделяются большинством членов организации. Ценности компании – это ядро корпоративной культуры, на основе которого разрабатываются нормы и формы поведения самой организации и внутри нее.

Корпоративная культура является нематериальным активом компании. Организация, получившая столь ценный актив, заинтересована в том, чтобы персонал, как носитель этого актива, проявлял лояльность и был заинтересован в эффективном ее функционировании. В рамках процессов выхода из кризиса необходимо уделять значительное внимание внедрению системы мероприятий направленных на реализацию данной заинтересованности. Модель управления персоналом должна адаптироваться к новому вектору

преобразования целевой ориентации персонала. В основу новой модели должны быть положены следующие принципы.

1. Модель управления должна влиять на индивидуальное поведение сотрудников таким образом, чтобы делать его более результативным. Инновационная культура будет иметь значение только тогда, когда она будет реализовываться в ежедневной работе сотрудников, способствуя улучшению результатов бизнеса.

2. Вовлеченность персонала в принятие управленческих решений и постоянная генерация новых идей должны стать той средой, на которой будет строиться инновационная культура компании. Для того чтобы эти ценности были приняты организационной культурой компании, необходимы организационные нововведения в модели управления. Менеджмент должен работать над созданием и поддержанием механизма формирования ценностей новой культуры.

3. Необходимые изменения в управлении должны затронуть всю компанию, включая высшие слои руководства, которые должны послужить инициаторами этих изменений. Если идея смены управленческой модели не поддерживается личным участием высшего руководства, то ее реализация невозможна.

Рассматривая систему данной инновационной модели управления, можно определить механизмы реализации, которые должны быть разработаны собственниками предприятия и менеджерами, а также мотивы сотрудников как результат реализации данных механизмов, которых необходимо достичь в стратегическом аспекте.

Главная концепция новой модели корпоративной культуры должна строиться на идее сотрудничества в рамках предприятия: между отдельными подразделениями, внутри подразделений, по вертикали управления (отношения менеджер – подчиненный). Поэтому основная задача построения инновационной культуры сводится к тому, чтобы определить и настроить следующие организационные механизмы:

- создание заинтересованности в своем деле;
- создание благоприятной поддерживающей среды;
- создание фокусировки на требуемых результатах.

Правильная разработка данных механизмов должна привести к эффективным результатам, которые могут проявиться в ряде позитивных изменений в мотивационных и поведенческих

основах деятельности персонала. К таковым можно отнести следующее:

- персонал заинтересован в развитии, обучении;
- сотрудники используют больше знаний для выполнения своих функций;
- персонал более инициативен и берет на себя больше ответственности;
- выработка инновационного мышления у сотрудников.

Реализация корпоративной культуры – сложный процесс поглощения внутренней средой организации приобретенных корпоративных ценностей и применение их в процессе выполнения непосредственных функций. Главной проблемой этого процесса на современных предприятиях является ошибочное мнение менеджеров об отсутствии необходимости систематического подхода к реализации корпоративной культуры, поскольку это приводит к снижению эффективности всех разработанных идей, что в крайних случаях перерастает в ситуацию непринятия корпоративных ценностей сотрудниками. Помимо этого, проблемным является осмысление корпоративной культуры менеджерами различных звеньев, что создает конфликтную ситуацию в плане реализации, поскольку идеи, разработанные на начальных этапах, могут быть искажены при достижении уровня линейных сотрудников. В обеих ситуациях существует возможность негативного эффекта внедрения, поэтому внедрение корпоративных ценностей должно осуществляться под пристальным контролем инициаторов с четко определенными параметрами (времени, ресурсов, требований).

Данная модель управления персоналом должна нивелировать неопределенность лояльности сотрудников, поскольку она направлена на тесное взаимодействие всех звеньев управления и координации деятельности организации, что создает эффект единства, целостности, партнерства. Важной особенностью является повышение влияния сотрудников на организацию, что приводит к развитию предприятия и росту конкурентоспособности продукции.

В современных условиях проблема эффективного управления персоналом является основной в аспекте повышения конкурентоспособности предприятия. Действующие модели не способны активно влиять на персонал в плане его приспособления к динамично изменяющейся конъюнктуре. Поэтому основная задача, стоящая

перед руководителями предприятий, – стимулировать инновационный подход к работе, пропагандировать идею сотрудничества внутри компании и активно заниматься инвестированием в программы развития интеллектуального потенциала персонала.

Список литературы

1. Базарова Т. Ю. Управление персоналом : учеб. / Базарова Т. Ю., Еремина Б. Л. – 2-е изд. – М. : Юнити, 2002. – 560 с.
2. Гирина Ю. Антикризисное управление персоналом [Электронный ресурс] / Юлия Гирина – К., 2009. – Режим доступа: <http://www.topwork.com.ua/front/article/doc/611>. – Загл. с экрана.
3. Колик А. Управление персоналом в условиях кризиса [Электронный ресурс] / Алексей Колик – К., 2009. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/anticrisis/methodical_material/consultants/people.shtml. – Загл. с экрана.
4. Управление персоналом : учеб. для аспирантов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 571 с.

УДК 330.322

А. Ю. Капустянская

Научный руководитель: канд. экон. наук Т. Н. Кирик

ІРО КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

Резюме

Статтю присвячено дослідженню інноваційних джерел інвестування підприємства. Розглядаються переваги первинного розміщення акцій підприємства, ставляться завдання, які вимагають вирішення для удосконалення механізму ІРО.

Summary

The article deals with the analysis of innovation investment sources of an enterprise. The main advantages of Initial public offering are considered. Current objectives to improve IPO mechanism are identified.

Ключевые слова: инвестиции, первичное публичное размещение.

Одной из центральных проблем экономической системы рыночного типа является обеспечение процесса воспроизводства

инвестиционными ресурсами, которые необходимо получить в нужном объеме и в определенные сроки.

Инвестиции – это долгосрочное вложение финансовых средств в предприятия различных отраслей реального сектора экономики в целях увеличения их активов, финансирования предпринимательских проектов, социально-экономических программ или инновационных разработок. Теория рыночной экономики и инвестирования показывает, что важнейшим институтом рынка капиталов и механизмом обеспечения инвестиционной активности является финансовый рынок. Основная функция финансового рынка состоит в создании наиболее благоприятных условий для перемещения финансовых средств от одних хозяйствующих субъектов, для которых эти средства в данный момент являются свободными, к тем субъектам хозяйствования, которые испытывают потребность в этих средствах [1].

За период формирования и развития рыночных отношений в украинской экономике не все рыночные механизмы привлечения инвестиций получили достаточно серьезное развитие, в частности, первичное публичное размещение или IPO (Initial Public Offering). IPO – это один из способов финансирования предприятия: компания получает капитал в результате публичного размещения своих новых акций на фондовой бирже. Хотя IPO получило широкое распространение на фондовых рынках экономически развитых стран, в Украине этот вид размещения средств только начинает появляться. Практическое использование этого механизма позволяет эмитенту находить инвестиционные ресурсы в условиях недостаточного уровня капитализации компаний и дефицита инвестиционных средств [3].

Среди украинских авторов, которые занимаются проблематикой первичного размещения акций, следует отметить работы В. Г. Андрейчука, И. С. Грозного, К. А. Забарного, С. В. Коверги, Е. А. Медведкиной, А. Г. Музыченко, И. С. Процика, В. И. Сидорова, М. В. Сороки, С. В. Червяковой, Т. В. Ясинской.

Совершенствование механизма первичного публичного размещения акций украинских эмитентов является одной из наиболее важных научно-прикладных задач, так как предоставляет новые возможности для привлечения инвестиционных ресурсов.

Опыт экономически развитых стран показывает, что даже высокий уровень развития банковского кредитования не полностью удовлетворяет спрос на денежные ресурсы, исходящий со стороны реального сектора экономики. В Украине спрос на капитал велик, а темпы осуществления банковской реформы пока еще не слишком значительны, что дает возможность говорить о необходимости развития механизма первичного размещения акций как одной из наиболее актуальных задач, стоящих перед экономической наукой в Украине.

Однако уровень научной проработки наиболее важных аспектов проблемы совершенствования механизма первичного публичного размещения акций не отвечает потребностям украинской экономики. Таким образом, отсутствие достаточной научной проработки механизма IPO, определенное несовершенство технологии IPO в Украине, не сформированная в полной мере нормативно-правовая база государственного регулирования всех этапов данного процесса при наличии перспектив дальнейшего успешного развития украинского фондового рынка и, соответственно, высокой экономической значимости исследуемого вопроса обусловили актуальность темы [3]

Наиболее распространенные альтернативные источники привлечения капитала:

- нераспределенная прибыль (один из наиболее распространенных источников финансирования инвестиционных проектов);
- бюджетные средства и государственные ссуды;
- банковские кредиты;
- облигационные займы, размещаемые компаниями на открытом рынке.

Для определения преимуществ необходимо сравнить названные источники привлечения капитала с механизмом IPO.

Нераспределенная прибыль сильно зависит от складывающейся экономической конъюнктуры, финансово-производственного положения предприятия. Рассчитывать на этот источник при осуществлении долгосрочного проекта, отдача от которого станет ощутимой через несколько лет, довольно рискованно.

Получение бюджетных средств – это всегда потеря времени и наличие значительных временных издержек. Seriously рассматривать данный источник инвестиций могут лишь крупные государственные компании.

Банковские кредиты – это, с одной стороны, чрезмерная зависимость от одного кредитора, с другой – необходимость возврата привлеченных средств по достаточно высоким процентным ставкам.

Облигационные займы предусматривают обеспечение необходимого потока платежей по купонным выплатам, что в случае долгосрочного проекта может стать обременительным [2].

IPO позволяет привлекать на почти безвозвратной основе крупные объемы финансовых ресурсов, которые в перспективе могут быть использованы для развития бизнеса.

Кроме этого, IPO представляет собой довольно выгодную процедуру, что обуславливается предоставлением информации о спросе на инвестиции сразу большому количеству потенциальных инвесторов. Такие инвесторы затем формируют предложение на конкурсной основе. Попытка же привлечь аналогичные средства на основе операций приватного характера, вроде переговоров с одним или несколькими стратегическими инвесторами или же получения кредита, сопровождается отсутствием конкурсного подхода, что в конечном итоге может существенно увеличить стоимость привлекаемых средств. Также преимущества IPO выходят на первый план в случае необходимости компании получить большие средства на длительное время, так как привлечение значительных сумм приватным образом сопровождается слишком большими рисками для кредитора (или инвестора). Понятно, что эти риски оплачиваются заемщиком за счет повышения стоимости заимствованных средств.

Говоря о неоспоримых преимуществах IPO, следует отметить, что, помимо привлечения капитала, механизм IPO обеспечивает компании-эмитенту целый ряд других уникальных возможностей для дальнейшего развития бизнеса:

- существенно повышает финансовую репутацию эмитента;
- создает условия для более выгодного размещения долговых эмиссионных бумаг, а также для привлечения кредитов под залог акций;
- способствует получению эффективного инструмента оценки текущей рыночной стоимости компании и выгодного механизма операций слияния/поглощения;
- позволяет компании усиливать свой лоббистский потенциал

за счет включения в состав акционеров влиятельных финансовых институтов;

– повышает престиж компании как партнера и контрагента при работе с банковскими учреждениями.

Развитие отечественных компаний-эмитентов и всего украинского финансового рынка достигло такого уровня, когда стала необходима диверсификация его источников финансирования. Заметно увеличивается роль долевого финансирования, в том числе через публичное размещение компанией-эмитентом своих акций. Однако для становления рынка IPO необходимо решить ряд важных задач:

– провести структурные управленческие, а главное, культурные изменения бизнеса;

– изменить систему корпоративного управления, включая финансовую и управленческую отчетность;

– упростить выход юридических лиц на фондовый рынок;

– создать стабильные и предсказуемые правила отношений бизнеса и власти, законодательную основу для защиты прав собственности.

– усовершенствовать системы учета, клиринга и расчетов на фондовом рынке [3].

Таким образом, совершенствование механизма первичного публичного размещения акций украинских эмитентов является одной из наиболее важных научно-прикладных задач, поскольку предоставляет новые возможности для привлечения инвестиционных ресурсов.

Список литературы

1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Эльга: Ника-Центр, 2004 – Т. 1. – 621 с.

2. Ванькович Д. В. Аналіз фінансових джерел формування інвестиційних ресурсів в Україні / Д. В. Ванькович, Н. Б. Демчишак // Фінанси України. – 2007. – № 7. – С. 72–84.

3. Лукашов А. В. Ценные бумаги для бизнеса: Как повысить стоимость компании с помощью IPO, облигационных займов и инвестиционных операций / А. В. Лукашов. – М. : Альпина Юбизнес Букс, 2006. – 350 с.

УДК 338.47:656.13]:330.322(477.54)

А. А. Кащавцев

Научный руководитель: канд. экон. наук О. А. Иванова

ОЦЕНКА ПОТРЕБНОСТИ В ПОДВИЖНОМ СОСТАВЕ ДЛЯ СИСТЕМЫ ГОРОДСКОГО ПАССАЖИРСКОГО ТРАНСПОРТА

Резюме

У статті розглянуто проблематику економічного обґрунтування закупки нової техніки як одного з ключових завдань при оновленні рухомого складу. Представлено методи одержання первинної інформації про пасажиропотоки. Проаналізовано один зі способів оцінки потреби в рухомому складі.

Summary

The article provides information on the problem of economic justification of new equipment purchase as one of the key tasks during transport facilities upgrade. Methods of receiving primary data on passenger flows are presented. One of the ways of estimating the need in transport vehicles is analyzed.

Ключевые слова: пассажирский транспорт, методика исследования, подвижной состав, инновационная деятельность, пассажиропотоки, распределение транспорта.

Одна из ключевых задач любого предприятия, работающего в сфере общественного транспорта – это обеспечение высокого уровня комфортности и безопасности перевозок. Этого можно достичь, прежде всего, за счет постоянного обновления подвижного состава. Данный вопрос становится особо актуальным в периоды высокой нагрузки на городскую транспортную систему (например, проведение массовых мероприятий).

При решении указанной проблемы обязательным этапом должно стать экономическое обоснование закупки нового подвижного состава перед заключением каждого договора на поставку транспортных средств. Данный вопрос является крайне важным с точки зрения оптимизации системы городского пассажирского транспорта. Успешность реализации задач, поставленных в рамках рационализации городской транспортной сети, в значительной степени зависит от качества обоснования закупки новой техники.

Однако в действительности данному вопросу не уделяется должного внимания, не проводится глубокий экономический анализ факторов, влияющих на принятие решения о закупке новой техники. На наш взгляд, основная причина данного факта состоит в отсутствии четкого контроля качества перевозок со стороны местных органов власти, что зачастую приводит к тому, что с целью максимизации прибыли перевозчики жертвуют безопасностью пассажиров.

Анализ литературных источников по проблеме оценки экономической эффективности инноваций в транспортной сфере показал, что данная тематика широко представлена в различных исследованиях. В частности, вопросы экономики транспорта разрабатываются профессорами Харьковской национальной академии городского хозяйства В. И. Торкатюком, Н. П. Паном, В. В. Коненко, Ю. А. Давидич [7, 4]. Проблеме безопасности перевозок уделяет значительное внимание О. М. Ермак [1]. Методики анализа пассажиропотоков предлагают в своих статьях и учебниках В. А. Гудков, О. Н. Ларин, И. В. Спиринов, А. А. Михальченко [2; 3; 5; 6]. В результате анализа литературных источников выявлено, что проблематика комплексного экономического обоснования оптимизации сети городского пассажирского транспорта на сегодняшний день проработана недостаточно. В вышеуказанных исследованиях присутствуют отдельные элементы экономического обоснования внедрения транспортных инноваций, однако отсутствуют подходы к объединению отдельных элементов в единую систему, пригодную для практической реализации.

С целью формирования такой системы в данной статье рассматриваются проблемы анализа потребности в подвижном составе городского пассажирского транспорта. Основой расчетов потребности в транспортных средствах является определение и анализ величины пассажиропотоков на основных направлениях перевозок в городе. Российский ученый И. В. Спиринов выделяет три группы методов обследования пассажиропотоков: отчетно-статистические (основаны на использовании действующей системы учета и отчетности по перевозкам), экспериментальные (обследования, проводимые по разработанным программам, методикам и правилам) и расчетно-аналитические (основаны на использовании моделей пассажирообразования и пассажиропоглощения) [6].

На сьогоднішній день в Харківке найбільш актуально застосування експериментальних методів дослідження пасажиропотоків, оскільки вимагається достатньо високий рівень точності визначення ключових показників, однак в той же час в системі громадського транспорту повністю відсутня будь-яка система автоматизованого обліку пасажирів. Інші методи не використовуються, оскільки не задовольняють або критеріям точності (наприклад, метод підрахунку пасажирів за кількістю виданих квитків), або недоступні через високу вартість їх застосування (усі можливі варіанти автоматизації обліку пасажирів). Серед експериментальних методів отримання первинної інформації про пасажиропотоки виділяють наступні [2; 6]:

- візуальний (водій, перебуваючи на зупинках, заповнює спеціальну форму, в якій за 5-бальною шкалою оцінює заповненість транспортного засобу);
- силуетний (лічильники на зупинках візуально визначають заповненість маршруту за силуетами шести типів);
- таблицьний (лічильники, перебуваючи на зупинках або в транспортному засобі, заповнюють спеціальні таблицьні форми, в які вносять дані про кількість вихідних і вступних пасажирів);
- опитувальний (опитування пасажирів на зупинках про те, куди вони їдуть, чи здійснюють пересадку на інший маршрут і т. п.);
- талонний (видача і збір талонів у пасажирів на зупинкових пунктах, в результаті чого можна отримати інформацію про міжзупинковий кореспонденції).

Після збору і узагальнення масиву первинних даних проводиться їх аналіз. В першу чергу визначають транспортну рухливість населення як найбільш загальну характеристику потреби в русі з використанням громадського транспорту. Цей показник вимірюється кількістю поїздок на міському пасажирському транспорті на одного жителя за рік. Варто зазначити, що транспортна рухливість населення зростає при збільшенні чисельності населення міста, що пояснюється розширенням міської території і пропорційним зростанням середньої дальності переміщень.

З урахуванням загальних показників, що характеризують транспортну систему, визначають частині показники пасажиропотоків на

маршрутах города, которые, прежде всего, характеризуют неравномерность распределения пассажиропотоков в течение определенного периода времени (на протяжении суток, по дням недели и т. д.). Также важными для дальнейших расчетов потребности в транспортных средствах являются показатели, характеризующие сменяемость пассажиров, в том числе средняя дальность одной поездки на каждом маршруте.

На основании результатов анализа приведенных выше показателей определяется общий валовый объем перевозок на маршруте. Этот показатель является базовым при определении потребности в подвижном составе. Также учитывается необходимость назначения на каждый маршрут такого количества единиц подвижного состава, которое обеспечит минимизацию издержек перевозчика при условии полного освоения пассажиропотока с соблюдением нормативных требований к качеству транспортного обслуживания.

Таким образом, по результатам определения потребности в подвижном составе формируется список транспортных средств (количество и тип), рекомендованных к использованию на каждом маршруте. Эти данные затем передаются в другие службы транспортного предприятия, которые уже занимаются отбором конкретных моделей подвижного состава к закупке на основе критериев технического уровня подвижного состава, его экономичности, а также комфортабельности и безопасности для пассажиров.

Научные способы оценки потребности в подвижном составе следует внедрять как автотранспортным предприятиям, так и предприятиям городского электрического транспорта для того, чтобы добиться оптимального выпуска транспорта на линию на всем протяжении суток, рационализировать режимы труда и отдыха водителей, а также обеспечить высокий уровень безопасности перевозок.

В данном контексте также представляется целесообразным внедрение более жесткого регулирования вопросов пассажирских перевозок местными органами власти. Среди проблем, требующих государственного регулирования, – массовая закупка частными перевозчиками автобусов малой вместимости с целью минимизации издержек на содержание автопарка. Однако в то же время игнорируются вопросы комфорта и безопасности перевозок, поскольку

подобные транспортные средства не отвечают современным требованиям качества. Кроме того, объемы пассажиропотоков в часы-пик, как правило, значительно превышают возможности малых автобусов, что приводит к значительным неудобствам для пассажиров. Наконец, закупка большого количества такого подвижного состава способствует увеличению нагрузки на дорожную сеть и возникновению заторов на наиболее напряженных направлениях. В связи с этим еще на этапе конкурса на право обслуживания маршрута необходимо ставить четкие условия касательно типа используемого подвижного состава на будущем маршруте, основываясь на оценке необходимого количества и типа подвижного состава.

В целом адекватная оценка потребности в закупке подвижного состава перевозчиками и органами государственной и местной власти является первичным условием устойчивого развития транспортной системы города в долгосрочной перспективе. Это позволит высвободить значительные средства, которые ранее шли на закупку излишнего подвижного состава. За счет такой экономии становится возможным решение проблемы создания сбалансированной транспортной инфраструктуры, которая включает в себя:

- сооружение остановочных павильонов с полной информацией о режиме работы общественного транспорта;
- внедрение единой карты оплаты за проезд в общественном транспорте;
- формирование объединенной диспетчерской системы для оперативного контроля над текущей ситуацией в транспортной системе города;
- прочие мероприятия, направленные на сокращение времени пребывания пассажира в пути.

Список литературы

1. Єрмак О. М. Визначення місця розташування зупиночного пункту міського пасажирського транспорту в межах перехрестя / О. М. Єрмак // Комунальне господарство міст. – 2008. – № 34. – С. 338–343.
2. Ларин О. Н. Организация пассажирских перевозок : учеб. пособие / О. Н. Ларин. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2005. – 104 с.
3. Михальченко А. А. Развитие транспортной системы крупных городов в условиях ограниченных ресурсов / А. А. Михальченко // Коммунальное хозяйство городов. – 2009. – № 1. – С. 159–163.

4. Основы экономики транспорта : конспект лекций и задания к самостоятельной работе для студентов 3–4 курсов всех форм обучения направления подготовки 1004 (6.070101) – «Транспортные технологии (по видам транспорта)» / [В. И. Торкатюк, Н. П. Пан, В. В. Коненко и др]. – Харьков : ХНАГХ, 2009. – 159 с.
5. Пассажи́рские автомоби́льные перево́зки : учеб. для вузов. / В. А. Гудков, Л. Б. Миротин, А. В. Вельможин, С. А. Ширяев ; под ред. В. А. Гудкова. – М. : Горячая линия. – Телеком, 2006. – 448 с. : ил.
6. Спи́рин И. В. Организа́ция и управле́ние пассажи́рскими автомоби́льными перево́зками : учеб. для студентов учреждений сред. проф. образования / И. В. Спи́рин. – 5-е изд., перераб. – М. : Изд. центр «Академия», 2010. – 400 с.
7. Формирование целевой функции определения рациональной длины перегона маршрута городского пассажирского транспорта / Ю. А. Давидич, Д. П. Понкратов, Е. И. Куш, Д. С. Матренина // Науч.-техн. сб. ХНАГХ. – 2009. – № 56. – С. 368–372.

УДК 336.763.34 (477)

О. О. Кудря

Науковий керівник: канд. екон. наук О. А. Іванова

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Резюме

Статья посвящена проблемам, возникающим на ипотечном рынке, перспективам его развития и путям усовершенствования. Рассматривается альтернатива внедрения новых для украинского рынка американской и европейской моделей ипотечного кредитования. Также в статье исследуются позитивные и негативные последствия нового внедрения.

Summary

This article covers problems that arise in the mortgage market, the prospects for its development and ways of improvement. The alternative of implementing new for the Ukrainian market mortgage lending models such as American and European models are studied. The positive and negative consequences of the new implementation are considered.

Ключові слова: іпотека, іпотечне кредитування, кредитування, моделі іпотечного кредитування, американська модель іпотечного кредитування, європейська модель іпотечного кредитування.

Розвиток іпотечного кредитування в Україні стримується існуванням низки проблем, що не дозволяють повною мірою використовувати іпотеку як гарантію своєчасного повернення банківських позик і не сприяють розвитку іпотечного кредитування. Кредитування має стати невідемним елементом ринкової економіки, що формується в Україні, і сприяти економічному і соціальному розвитку нашої держави. Іпотечний ринок функціонує в системі інших ринків, зокрема, товарних, ринків фінансових послуг, ринку позичкових капіталів. Він сприяє створенню і забезпеченню функціонування неінфляційного механізму залучення фінансових ресурсів. Цей механізм дозволяє акумулювати тимчасово вільні ресурси суб'єктів господарювання, а також заощадження населення і трансформувати їх у довгострокові інвестиції. Отже є підстави стверджувати, що іпотечне кредитування є важливим аспектом в діяльність фінансово-кредитних установ, який потребує подальшого розвитку. Але для цього потрібно знайти шляхи вирішення багатьох проблем.

Вирішенням проблем розвитку іпотечного ринку займалась велика кількість економістів, серед яких Л. П. Козаченко, О. М. М'якишевська, В. Ф. Присяжнюк, О. В. Жук та інші [5]. Як одну з головних проблем вони виділяють становлення вітчизняного іпотечного ринку – формування необхідних грошових ресурсів для здійснення іпотечного кредитування. Законодавча база щодо іпотеки залишається недосконалою, оскільки відсутні єдині системоутворюючі принципи. До числа факторів, які перешкоджають розвитку іпотечного кредитування, економісти відносять: інфляційні ризики, нерозвиненість механізмів залучення коштів населення, непрозорість взаємовідносин учасників ринку, ризик процентної ставки, незначна роль Державної іпотечної установи на ринку іпотечних кредитів. У сучасних умовах в українській банківській практиці виникли проблеми із реалізацією принципу захисту прав кредитора та невідворотністю виконання обов'язків повернення позики; не виконуються рішення судів щодо майна, на яке повинно бути спрямоване стягнення. Серйозні проблеми для іпотечного кредитування створює наявність тотальної дебіторської заборгованості між вітчизняними підприємствами [4].

Особливо важливим стратегічним питанням для зменшення ризиків іпотечного кредитування постає політика кредитної установи та держави в галузі іпотечних стандартів, яка спрямована на створення потенційно безризикових активів. Використання таких стандартів значно знижує не тільки кредитні ризики, а також всі ризики, що виникають в процесі іпотечних боргів та емісії цінних паперів, створених на їх базі. Теперішній стан економіки України вимагає розробки українських стандартів, показників та критеріїв аналізу кредитних ризиків, орієнтованих саме на українську дійсність [6].

Економістами виділяються шляхи вирішення згаданих проблем, але не всі вони використовуються на практиці, тому потребують подальшого наукового дослідження.

Для ефективного функціонування іпотечного ринку в Україні необхідно проаналізувати альтернативу впровадження закордонних моделей іпотечного кредитування. Розглянемо проблеми та перспективи розвитку за даними моделями.

Іпотечний ринок, або ринок іпотечного капіталу, відіграє важливу роль у розвитку економіки, адже він, об'єднуючи фінансовий ринок із ринком нерухомості, сприяє капіталізації ресурсів.

Його розвиток залежить від загального макроекономічного стану та структури законодавчого забезпечення в державі, у свою чергу він сам стає стимулом для розвитку економіки.

Оскільки характерною рисою іпотечних кредитів є їх довготерміновість, то у більшості кредитних інституцій, що займаються іпотечним кредитуванням, постійно виникає проблема нестачі ресурсів.

Вирішення цієї проблеми є основною функцією іпотечного ринку – системи організованих на основі певних принципів та правових норм економічних відносин, які виникають у процесі купівлі та продажу фінансових зобов'язань, забезпечених нерухомістю.

Первинний іпотечний ринок визначається відносинами позичальника і банку, а його інструментом є заставна. Заставна оформлюється при наданні кредитною установою іпотечного кредиту, якщо її випуск передбачений іпотечним договором. Первинний іпотечний ринок передбачає такі можливості рефінансування з використанням заставних: продаж заставних, продаж заставних із зобов'язанням зворотного викупу (операції репо), передача заставної у заставу, емісія іпотечних цінних паперів.

При цьому виникають інструменти фондового ринку, тобто створюється вторинний іпотечний ринок. Інструментами цього ринку є цінні папери, забезпечені іпотечними кредитами, такі як іпотечні облігації та іпотечні сертифікати [1].

Зміст вторинного іпотечного ринку складає ланцюжок: позичальник – банк – інвестор, це – однорівнева модель вторинного іпотечного ринку. Або: позичальник – банк – посередник – інвестор, це – дворівнева модель вторинного іпотечного ринку. При однорівневій моделі банк на першому етапі надає позичальнику іпотечний кредит. Щоб отримати кошти для подальшої кредитної діяльності, банк має право рефінансування шляхом випуску іпотечних облігацій.

Для цього банками формуються пули заставних (група заставних, які мають однорідні риси: термін, строковість, відсоткова ставка тощо).

На другому етапі на основі пулу заставних банк емітує іпотечні облігації терміном від 1 до 10 років. Найбільш поширені терміни – 3, 5 та 10 років. Розмір пулів, як і їх структура, постійно змінюється (видаються нові позики, старі погашаються). Проте, за законом банки зобов'язані постійно підтримувати рівновагу між розміром активів пулу і пасивами у формі облігацій. Погашаються облігації, як правило, в кінці терміну разовим платежем, а відсоткові платежі – щорічно. Заставлене майно служить для задовольнення вимог покупців іпотечних облігацій, які у випадку банкрутства банку мають першочергове право на його іпотечні активи.

Інструментом однорівневого вторинного іпотечного ринку є іпотечні облігації. Іпотечна облігація засвідчує внесення грошових коштів її власником і підтверджує зобов'язання емітента відшкодувати йому номінальну вартість цієї облігації та грошового доходу, а в разі невиконання емітентом зобов'язань надає її власнику право задовольнити свою вимогу за рахунок іпотечного покриття [1]. У разі емісії іпотечних облігацій іпотечний кредитор тримає заставні на своєму балансі, тобто ризики за іпотечними кредитами залишаються у банку. Законом України «Про іпотечні облігації» передбачено два види облігацій: звичайні іпотечні облігації, які є інструментами однорівневого вторинного іпотечного ринку (європейська модель іпотечного кредитування), та структуровані іпотечні облігації, які є інструментами дворівневого вторин-

ного іпотечного ринку (американська модель іпотечного кредитування) [3].

При дворівневій моделі вторинного іпотечного ринку кредитор може отримувати кошти для подальшої кредитної діяльності шляхом продажу заставних спеціалізованій іпотечній установі (SPV – Special Purpose Vehicle). Цей процес називається сек'юритизацією, яка, відповідно до Нової Базельської угоди щодо капіталу (Базель II), означає передачу банком іншим особам свого права власності та ризиків, пов'язаних зі схильністю до кредитних ризиків. SPV під забезпечення пулу заставних випускає іпотечні цінні папери та продає їх інвесторам, тобто заставні повністю знімаються з балансу іпотечного кредитора та передаються на баланс SPV, яка є емітентом іпотечних цінних паперів. Сек'юритизацію почали застосовувати в США, тому в літературі дворівнева модель вторинного іпотечного ринку називається американською моделлю іпотечного кредитування. Використання цієї моделі дозволяє підвищити ліквідність банків. Сек'юритизація також покращує показник фінансового леверіджу банку (співвідношення власних та залучених коштів).

Перший рівень моделі – це первинні кредитори – банки та небанківські фінансові установи, що видають іпотечні кредити. Другий рівень – спеціалізовані іпотечні установи (SPV), яким банки продають пули заставних. SPV є основною структурною ланкою вторинного іпотечного ринку.

Спочатку іпотечний кредитор формує пул заставних. Потім продає цей пул спеціалізованій іпотечній установі (SPV), тобто іпотечні активи передаються з балансу іпотечного кредитора на баланс SPV. SPV стає власником іпотечних активів і емітує під них іпотечні цінні папери. Згідно зі статутом, SPV має право займатися іншим бізнесом. Таким чином, емітовані іпотечні цінні папери падають тільки під ризики іпотечних активів, що сек'юритизуються.

Емітовані та забезпечені пулом заставних цінні папери SPV продає інвесторам, сплачуючи іпотечному кредитору частину коштів, отриманих від цього продажу. Інструментами дворівневого вторинного іпотечного ринку є цінні папери, забезпечені пулом заставних: MBS (mortgage-backed securities).

Високий рівень іпотечного кредитування у багатьох розвинутих країнах став можливим насамперед завдяки розвитку та функціонуванню потужного вторинного іпотечного ринку, на якому діють

як банки, так і спеціалізовані кредитні установи. Обсяг іпотечних кредитів у США та країнах Європейського Союзу становить у середньому близько 50% до ВВП, сягаючи 70% у Нідерландах та Данії.

Перевага дворівневої моделі вторинного іпотечного ринку полягає у тому, що комерційний банк через спеціалізовану іпотечну установу може залучати для надання кредиту значні фінансові ресурси.

Недоліків ця модель має значно більше порівняно з європейською, оскільки її механізм є досить складним, а його використання потребує більших витрат. Це, у свою чергу, призводить до збільшення вартості кредитів. Серед недоліків цієї моделі – складність законодавчого регулювання.

Проте, незважаючи на недоліки, ця модель на сьогодні поширюється у світі, особливо в країнах із високим рівнем розвитку ринку цінних паперів. Взаємодія ринків іпотечних облігацій і MBS збільшується з кожним роком. У континентальних європейських країнах починають використовувати американську систему сек'юритизації активів.

Для залучення довгострокових коштів на ринок іпотечного кредитування необхідно існування вторинного іпотечного ринку. Варто впроваджувати нові технології іпотечного кредитування, що передбачають використання іпотечних облігацій. Вони потрібні банкам для акумуляції довгострокових та дешевих коштів, які мають пенсійні фонди, страхові компанії тощо.

Функціонування нових фінансових інструментів має ввести забезпечені іпотекою зобов'язання у вільний господарський обіг із метою підвищення ліквідності операцій іпотечного кредитора та запровадження дієвих механізмів довгострокового рефінансування.

На українському іпотечному ринку склалася ситуація, коли через недостатню капіталізацію банківських установ і відсутність у структурі пасивів довгострокових депозитів існує об'єктивна необхідність у впровадженні дворівневої моделі іпотечного кредитування, але при цьому відсутні будь-які передумови для реструктуризації існуючої однорівневої моделі в дворівневу. Така ситуація зумовлена, насамперед, відсутністю належних інструментів, що дають змогу трансформувати забезпечені іпотекою зобов'язання, які виникли на первинному ринку, в похідні зобов'язання з рефінансування іпотечного кредитування, що мають обіг на вторинному ринку.

Враховуючи викладене вище, пропонується впроваджувати в Україні таку модель іпотечного кредитування, яка б з урахуванням сучасних економічних умов і вітчизняної ментальності поєднувала б у собі найприйнятніші риси європейської та американської моделей іпотечного кредитування. Для успішної реалізації обох моделей іпотечного кредитування в нашій країні необхідно зробити певні кроки, які мають бути спрямовані на гарантування та забезпечення надійності й ефективності роботи фінансово-кредитної системи, розвиток фондового ринку та ринку нерухомості, підвищення платоспроможності населення країни, встановлення стабільності загального економічного стану держави.

Впровадження дворівневої моделі іпотечного кредитування створить необхідні передумови для ефективного використання технології надання іпотечних позик із застосуванням іпотечних цінних паперів, зокрема іпотечних облігацій. Дана технологія допоможе, перш за все, підтримати ліквідність банківських установ та мінімізувати ризики, а також, завдяки використанню більш дешевих довгострокових ресурсів, знизити ціну іпотечного кредиту. Зниження вартості іпотеки забезпечить зростання прибутків банків, покращення добробуту населення, розвиток фінансово-банківської системи та реального сектору економіки.

Список літератури

1. Про іпотечні облігації : Закон України від 22.12.2005 р. № 3273–IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.kiev.ua>. – Назва з екрану.
2. Жук О. В. Стан і перспективи розвитку ринку кредитування в Україні / О. В. Жук // Екон. простір. – 2009. – № 23/1. – С. 308–315.
3. Минц В. М. Модели ипотечного кредитования и перспективы их применения в России / В. М. Минц // Банк. дело. – 2002. – № 6. – С. 30–34
4. Мусина И. В. Доступная ипотека: типичные риски и источники «длинных» денег / И. В. Мусина, А. Г. Богданов // Банк. дело. – 2005. – № 9. – С. 62.
5. М'якишевська О. М. Стан і перспективи іпотечного кредитування / О. М. М'якишевська // Фінанси України. – 2006. – № 11. – С. 112–118.
6. Пилипець О. Уніфікація стандартів іпотечного кредитування як інструмент мінімізації ризиків / Олексій Пилипець // Юрид. газета. – 2005. – № 2 (38). – С. 10–15.

УДК 338.46(477)

О. М. Мельник*Научный руководитель: канд. экон. наук О. Е. Сомова***АНАЛИЗ ОПЫТА ОЦЕНКИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
СФЕРЫ УСЛУГ****Резюме**

У роботі проаналізовано низку методик оцінювання конкурентоспроможності підприємств сфери послуг. Визначено переваги та недоліки існуючих методик. Зроблено висновок щодо доцільності розробки окремих методик оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств різних секторів сфери послуг.

Summary

Methods of evaluating competitiveness of the enterprises in service have been analysed. The advantages and disadvantages of existing techniques have been defined. A few methods of evaluating competitiveness of enterprises in service have been suggested.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, оценка, сфера услуг, метод, методика.

Современное состояние сферы услуг характеризуется усилением конкуренции, появлением новых форм и методов конкуренции, увеличением затрат на обеспечение конкурентоспособности (КС) как предприятия, так и его продукции. Следовательно, проблема повышения КС предприятий сферы услуг, которая зависит как от факторов внешней среды, так и от внутренних факторов, является актуальной и имеет практическое значение. Эта проблема нашла свое отражение в ряде прикладных исследований [2; 3; 6], однако является еще недостаточно изученной. В связи с этим целью данной статьи является систематизация и обобщение накопленного опыта по оценке КС предприятий сферы услуг.

Конкурентоспособность имеет двойственное значение: с одной стороны, она является стимулом повышения эффективности деятельности предприятия, с другой стороны, она выступает в качестве ее мерила, соответственно возможны различные подходы к определению КС [6].

Методологически неразрывно связанной с решением проблемы повышения КС предприятия является ее оценка, поскольку только на основе такой оценки могут быть сделаны выводы об уровне КС хозяйствующего субъекта. Указанная оценка является отправной точкой разработки мероприятий по повышению КС предприятия и в то же время – критерием результативности этих мероприятий. В частности, оценка КС предприятия необходима для достижения следующих целей: разработки стратегии развития предприятия; разработки мероприятий по повышению КС; выбора контрагентов; составления программы выхода предприятия на новые рынки сбыта; осуществления инвестиционной деятельности.

Анализ литературы [2; 3] по рассматриваемой тематике позволяет выделить несколько подходов к оценке КС предприятий сферы услуг.

1. Матричные методы. Данный подход базируется на маркетинговой оценке деятельности предприятия и его продукции. В основе методики – анализ КС с учетом жизненного цикла продукции предприятия. Преимущество данного подхода заключается в том, что при наличии достоверной информации об объемах реализации он позволяет обеспечить высокую репрезентативность оценки. Однако этот метод исключает проведение анализа причин происходящего и усложняет выработку управленческих решений.

2. Методы, основанные на оценке конкурентоспособности продукции предприятия. Эта группа методов базируется на суждении о том, что КС предприятия тем выше, чем выше КС его продукции. Для определения КС продукции используются различные маркетинговые методы, в основе большинства из которых лежит нахождение соотношения цена/качество. Данный метод учитывает одну из наиболее важных составляющих КС предприятия – КС его продукции. К числу недостатков метода следует отнести отсутствие возможности судить о преимуществах и изъянах в работе предприятия, поскольку КС предприятия подменяется КС товара и не отражает других аспектов деятельности предприятия.

3. Методы, основанные на теории эффективной конкуренции. Суть подхода заключается в оценке способностей предприятия по обеспечению КС. Каждая из сформулированных в ходе предварительного анализа способностей предприятия по достижению конкурентных преимуществ оценивается с помощью либо технико-

экономических показателей, либо баллов, выставляемых экспертами. Данный подход позволяет учесть весьма разносторонние аспекты деятельности предприятия. Однако недостатком является то, что сумма отдельных элементов сложной системы, каковой является любое предприятие, не дает того же результата, что и вся система в целом.

4. Комплексные методы. Оценка КС предприятия в рамках подобных методов ведется на основании выделения текущей и потенциальной КС предприятия. В большинстве случаев текущая КС определяется на основании оценки КС продукции предприятия, потенциальная – по аналогии с методами, основанными на теории эффективной конкуренции. Преимущество комплексного подхода к оценке КС состоит в том, что он учитывает не только достигнутый уровень КС предприятия, но и его возможную динамику в будущем. Недостаток – конкретные способы и приемы, используемые при определении текущей и потенциальной КС, в конечном счете, воспроизводят методы, используемые в рассмотренных ранее подходах.

Как мы видим, в экономической литературе приводится несколько методик оценки КС предприятий сферы производства товаров. Однако мы считаем, что данные методики нельзя в полной мере применить к оценке КС предприятий сферы услуг, что связано с определенной спецификой самого рынка услуг: в отличие от товаров, услуги потребляются в момент их производства и не могут храниться; услуги неотделимы от своего источника, потребитель становится вовлеченным в процесс производства и оказания услуги; существует сложность стандартизации качества услуг и т. д.

Все вышеперечисленное доказывает сложность оценки качества услуги, а как следствие – и сложность оценки КС самого предприятия, оказывающего услуги.

Анализ существующих методик оценки КС предприятий сферы услуг показывает, что они могут быть применимы только к определенной сфере услуг и зачастую содержат показатели, которыми предприятие не всегда располагает.

Например, И. Андреев [1] при оценке КС банковских услуг предлагает учитывать следующие показатели: имидж банка, территориальная доступность банка и его тарифная политика. Данная методика оценки КС банковских услуг дает интегральный

показатель КС в числовом выражении. Сложность методики заключается в том, что показатель имиджа банка определяется экспертной оценкой. В качестве экспертной оценки могут использоваться отзывы СМИ, акции PR, реклама и т. д.

И. М. Лифиц разработал методику оценки КС предприятий торговли [4]. При этом показателем КС выступает интегральный показатель качества услуги магазина, который определяется как отношение обобщенного показателя качества услуги к относительной стоимости товаров в сравниваемых магазинах. Недостатком этого метода является некоторая сложность в определении показателя качества самой услуги, к тому же товары магазинов должны быть примерно одинакового ассортимента. На наш взгляд, важное значение имеет месторасположение магазина, которое никак в данной методике не учтено.

Для рынка образовательных услуг также разработаны отдельные методики. Авторы Н. Моисеева, Н. Пискунова и Г. Костин основным фактором КС вуза называют его имидж, который включает такие показатели, как общая известность и репутация, скорость реагирования на изменения запросов потребителей, инновационный потенциал и его реализация, престиж специальностей, рекламная политика, уровень зарубежных связей, финансовая обеспеченность (устойчивость), конкурентный статус [5]. Но при этом авторы не приводят способов расчета и формул этих показателей.

Таким образом, можно утверждать, что универсальных методов оценки КС предприятий сферы услуг к настоящему времени разработано очень мало. Существующие методики ориентированы на конкретный вид услуг, носят не описательный, а конкретно-экономический характер. Также стоит отметить, что отсутствует универсальная общепринятая методика оценки КС. Предложенные различными авторами комплексные методики еще недостаточно совершенны, сложны в применении и требуют существенной доработки.

Поскольку не существует универсальной методики, позволяющей оценивать КС предприятий сферы услуг различных направлений деятельности, возникает необходимость разработки индивидуального метода оценки КС для каждого конкретного случая. Данный подход может быть трудоемким, однако он позволит максимально

учесть все весомые факторы, что значительно повысит точность полученной оценки, а, следовательно, позволит более точно сформулировать конкурентную политику предприятия.

Список литературы

1. Андреев И. Критерии конкурентоспособности однородных банковских услуг / И. Андреев // Маркетинг. – 1998. – № 1. – С. 35–40.
2. Кара А. Сравнение методик оценки конкурентоспособности / А. Кара, Е. Ерохина // АИМ-Пресс. – 2003. – № 12 (31) – С. 22–28.
3. Кротков А. М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А. М. Кротков, Ю. Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 59–68.
4. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2005. – 224 с.
5. Моисеева Н. Маркетинг и конкурентоспособность образовательного учреждения (вуза) / Н. Моисеева, Н. Пискунова, Г. Костин // Маркетинг. – 1999. – № 5. – С. 77–89
6. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : учеб. / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО «Бизнес-шк. «Интел-Синтез», 2000. – 638 с.

УДК 658.016.7 (477)

Д. Ю. Миргородский

Научный руководитель: канд. экон. наук Е. Ф. Пелихов

ОСНОВЫ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СТРАТЕГИИ ПЕРЕВООРУЖЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

У статті аналізуються проблеми, що існують на вітчизняних промислових підприємствах та пов'язані з процесом технічного переозброєння. Пропонуються варіанти вирішення означених проблем, націлені на побудову збалансованої стратегії технічного переозброєння.

Summary

The article deals with the problems existing at domestic industrial enterprises and connected with the process of technical renovation. The alternatives to solutions of the mentioned problems, which aim at building the balanced strategy of technical renovation, are given.

Ключевые слова: техническое перевооружение, стратегия, формирование, финансирование, источники, управление, обновление.

В условиях постепенного выхода из финансового кризиса для крупных промышленных предприятий актуален рост конкурентоспособности продукции на внутреннем и международном рынках. При этом по-прежнему важна проблема повышения эффективности использования ограниченных ресурсов. Необходимо констатировать, что эта проблема практически неразрешима в ситуации, когда физический и моральный износ основных производственных фондов достигает на отдельных предприятиях 80%. При таких обстоятельствах необходимо предпринимать неотложные мероприятия по обновлению парка основных производственных фондов.

Эта проблема украинских предприятий, рассмотрена в ряде публикаций отечественных ученых. Так, А. Гиль [2] отводит очень важную роль техническому перевооружению производства в процессе модернизации промышленности. Автор рассматривает организационно-управленческий аспект процессов технического перевооружения, модернизации производства и предлагает различные пути решения проблем, возникающих перед отечественными предприятиями.

Исследования, проводимые Л. Сильвестровой [7], О. Журан [4], уделяют значительное внимание проработке механизмов формирования стратегии технического развития предприятия. В этих работах рассмотрен процесс принятия управленческих решений в процессе технического перевооружения.

Значительный вклад в разработку проблемы формирования методологической базы для оценки эффективности инвестиций в техническое перевооружение внесли следующие украинские ученые-экономисты: Т. Бень [1], В. Кишеня [5], А. Хотомлянский [9], Н. Мамонтенко [6], С. Довбня [3].

В условиях динамичной внешней и внутренней среды предприятий, как отмечает в своей работе Л. Федулова [8], важное место следует также отвести изучению соответствия темпов разработки инноваций срокам, необходимым для их внедрения в экономику.

Отдавая должное трудам указанных авторов, следует констатировать, что вопрос технического перевооружения отечественных промышленных предприятий все еще остается нерешенным. Это

особенно важно в связи с тем, что на предприятиях в настоящее время имеют место весьма серьезные перспективы и предпосылки восстановления и развития промышленного производства. Поэтому одновременно с созданием теоретической базы формирования стратегии перевооружения необходимо решить вопросы обновления основных фондов на практике.

Цель работы – выработка основных принципов, на которые можно ориентироваться при формировании сбалансированной стратегии технического перевооружения предприятий в условиях выхода из кризиса. В статье предпринята попытка проанализировать основные финансовые, технико-технологические и организационные проблемы развития, существующие в отечественной промышленности.

Одним из важнейших вопросов при формировании стратегии технико-технологического перевооружения является наличие источников финансирования. В качестве основных источников финансирования крупного промышленного производства можно выделить государственный бюджет, инвестиции со стороны, а также заемные и собственные средства предприятия. В сложных современных условиях, при существовании недостатка ликвидности на предприятиях жизненно важным становится именно наличие государственной поддержки процессов технического перевооружения. Этот вид финансирования в первую очередь необходим крупнейшим государственным промышленным предприятиям, которые обладают конструкторскими и технологическими разработками, все еще способными конкурировать на международном рынке, а в некоторых аспектах даже лидировать. Но в условиях неподготовленности производства, отсутствия замкнутого технологического цикла под угрозу ставится не только развитие предприятий, но и выполнение существующих заказов, в том числе и международных контрактов. Поэтому первое, на что следует обратить внимание, – это усиление контроля над эффективностью использования основных производственных фондов и финансирования их обновления. Например, изучение деятельности харьковского завода им. Малышева показало, что, даже при наличии финансирования перевооружения, часто на предприятиях не используют ранее закупленные основные фонды.

В настоящее время в Украине существует очень немного

предприятий, способных финансировать техническое перевооружение за счет собственных средств. Среди этих предприятий следует выделить Новокраматорский машиностроительный завод, Сумское НПО им. Фрунзе, ОАО «Турбоатом». Возможности менее успешных предприятий ограничиваются лишь частичным или полным покрытием текущих издержек. Свободных средств хватает лишь на закупку самой необходимой части сырья, материалов и оснастки. Привлечение заемного капитала тоже является проблематичным в связи с тем, что на предприятиях существует задолженность по ранее полученным кредитам.

Подводя итог рассмотрения возможностей финансирования, можно сделать вывод, что одним из ключевых решений при выходе из сложившейся финансовой ситуации можно назвать максимальную диверсификацию источников финансирования и налаживание эффективной системы контроля над использованием финансовых и материальных ресурсов.

Руководителями крупных производственных комплексов также решается вопрос выбора направления развития. Устаревшее производственное оборудование, отсутствие системы планирования и анализа экономической эффективности деятельности, большая текучесть кадров, их дефицит и возрастная структура препятствуют выведению предприятий на конкурентоспособный уровень. Кроме того, одной из основных задач менеджеров должна быть разработка внутренних инновационных программ развития. Автором сделана попытка выделить основные положения сбалансированной стратегии, направленной на повышение эффективности деятельности предприятий в долгосрочной перспективе.

С целью обеспечения эффективного использования парка основных фондов рекомендуется в первую очередь нарастить объемы производства до достаточного уровня на наиболее проблемных участках. Эта мера позволит обеспечить выполнение текущих заказов, что в свою очередь позволит привлечь на предприятие дополнительные денежные средства. Другими словами, имеются случаи, когда приобретается дорогостоящее высокопроизводительное оборудование, которое нет возможности использовать из-за недостатка техники на предыдущих технологических переделах.

Для повышения эффективности использования основных производственных фондов (ОПФ) целесообразна некоторая

децентрализация структуры управления. Этот шаг является уместным в связи с тем, что в условиях экономической и политической нестабильности руководство крупных предприятий периодически меняется. Одной из важных проблем при этом выступает очень низкий уровень преемственности при смене руководства в линейной структуре управления: изменяются ключевые стратегические ориентиры деятельности, но данные изменения не доходят до оперативного уровня.

В существующей экономической ситуации приобретение дорогостоящего оборудования далеко не всегда является подходящим методом решения проблемы обновления парка ОПФ. В настоящее время темпы развития технологий значительно опережают скорость прироста доходов как населения, так и предприятий. Это явление обуславливает необходимость жесткого отбора только самых эффективных инноваций и поиска наиболее эффективных путей использования уже имеющихся мощностей.

Многие устаревшие станки, тем не менее, обладают рядом преимуществ, которые весьма важны. На ряде предприятий используется автоматическое оборудование, позволяющее снизить трудоемкость производства отдельных деталей по сравнению с современными обрабатывающими центрами. При этом стоимость модернизации и обслуживания этих станков значительно ниже стоимости закупки современных аналогов. Преимуществом станков с цифровым программным управлением является гибкость и простота адаптации к частым изменениям в номенклатуре выпускаемой продукции или в самом продукте. С учетом высокой стоимости такого технического перевооружения, в условиях относительно устойчивой номенклатуры товаров эффективнее будет модернизация имеющихся на предприятиях основных фондов.

Еще одним фактором, который должен занять важное место в системе управления предприятия, является подбор и обучение персонала как управленческого корпуса, так и рабочих специальностей. Сейчас в Украине имеет место парадоксальная ситуация, когда вместе с нехваткой квалифицированных кадров по многим специальностям наблюдается безработица на рынке труда на уровне 9% (по данным Международной организации труда). Это явление вызвано рядом причин. Наиболее очевидная из них – на многих предприятиях имеют место длительные задержки в выплатах

заработной платы, что особенно характерно для государственных предприятий. Другим негативным моментом необходимо признать низкую популярность рабочих специальностей. Иные причины явления – невысокий уровень зарплат, недостаточное развитие культуры производства, условия труда, не удовлетворяющие современным требованиям. Возрастная структура кадров на производственных участках также является неудовлетворительной.

Для того чтобы создать на предприятиях условия для реализации программы стратегического перевооружения, необходимы такие кадровые мероприятия, как формирование позитивного имиджа рабочих специальностей вместе с одновременным улучшением существующих условий труда. Обязательно погашение хотя бы части задолженности по заработной плате и платежам в фонды социального страхования. Вышеупомянутые мероприятия должны в конечном итоге иметь своей целью снижение среднего возраста работников и замещение востребованных вакантных позиций.

Следует заключить, что в рамках повышения эффективности работы промышленных предприятий и экономики в целом перевооружение играет ключевую роль. Очевидно, что крайне проблематично проводить эффективные мероприятия по техническому перевооружению без четко сформулированной стратегии развития предприятия. Поэтому нами предложены базовые принципы стратегии развития и предпринята попытка учета и анализа основных современных проблем и закономерностей такого развития на примере крупных промышленных предприятий.

Изучение и обобщение трудностей, которые наиболее часто встречаются на предприятиях и требуют скорейшего решения, приводит к выводу, что одним из важнейших вопросов является финансирование процессов перевооружения и качественное обоснование внедряемых технико-технологических инноваций. При ограниченной платежеспособности предприятий и недостаточных возможностях государственной поддержки следует проводить перевооружение главным образом за счет поэтапного обновления и модернизации оборудования. Постепенное наращивание объемов деятельности позволит постепенно уменьшить зависимость от бюджета и займов и перейти на самостоятельное финансирование.

Наряду с решением финансовых задач предприятиям необходимо решать и другие управленческие проблемы, возникающие

в ходе реализации мероприятий по перевооружению. Одной из таких задач является соответствие системы менеджмента уровню развития производства. Одновременно с внедрением технических инноваций необходимо проводить постепенное усовершенствование аппарата управления. Эти мероприятия могут включать в себя внедрение единой информационной системы, переход от практики планирования издержек к планированию стоимости, что позволит в дальнейшем более эффективно использовать производственные мощности, человеческие ресурсы, возможности рынка.

Очевидно, что необходимо более углубленное изучение данной проблемы, а также разработка и внедрение практических программ как на действующих предприятиях, так и на государственном уровне. Ряд вопросов остаются нерассмотренными и требуют дальнейшего внимания.

Список литературы

1. Бень Т. Сравнительный анализ определения экономической эффективности инвестиционных проектов по разным методикам / Т. Бень // Экономика Украины. – 2009. – № 11. – С. 34–41.
2. Гиль А. Организационные аспекты технологической модернизации в машиностроении / А. Гиль // Экономика Украины. – 2004. – № 9. – С. 80–82.
3. Довбня С. Б. Новий підхід до оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів / С. Б. Довбня, К. А. Ковзель // Фінанси України. – 2007. – № 7. – С. 62–71.
4. Журан О. А. Стратегія прийняття рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства / О. А. Журан // Економіка і упр. – 2007. – № 4. – С. 45–51.
5. Кишеня В. И. Методы оценки эффективности инвестиционных проектов реструктуризации / В. И. Кишеня // Упр. персоналом. – 2009. – № 20. – С. 46–49.
6. Мамонтенко Н. С. Метод эффективного использования инвестиций в инновации / Н. С. Мамонтенко // Акт. пробл. економіки. – 2007. – № 11. – С. 150–156.
7. Селіверстова Л. С. Шляхи формування ефективної стратегії підприємства / Л. С. Селіверстова // Акт. пробл. економіки. – 2008. – № 7. – С. 133–136.
8. Федулова Л. Технологічна конкурентоспроможність економіки: виклики та шляхи для України / Л. Федулова // Економіст. – 2007. – № 12. – С. 30–33.

9. Хотомлянський А. Л. Совершенствование методики определения экономической эффективности капитальных вложений / А. Л. Хотомлянський, П. А. Знахуренко // *Акт. пробл. економіки.* – 2007. – № 3. – С. 155–161.

УДК 658

М. А. Мирошниченко

Научный руководитель: канд. экон. наук А. В. Строкович

ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

У статті розглянуто проблему вибору стратегії підвищення рівня конкурентоспроможності мережі магазинів мобільних телефонів. Запропоновано методи вибору певної стратегії.

Summary

This paper examines the problem of choosing the strategy to increase the competitiveness of mobile phones chain of stores. A few methods of choosing a strategy have been suggested.

Ключевые слова: конкурентные стратегии, конкурентные преимущества, методы выбора конкурентной стратегии.

Постановка проблемы. В современных условиях хозяйствования одним из важных факторов успешного функционирования предприятия является повышение и поддержание уровня конкурентоспособности. Достаточно важным аспектом для предприятия выступает разработка и выбор конкурентной стратегии, а для реализации выбранной стратегии необходима адаптивная гибкость и качественный менеджмент, что даст возможность предприятию достичь высоких показателей деятельности на соответствующем рынке.

Каждое предприятие должно осуществлять мониторинг комплекса показателей, который повысит эффективность функционирования в отрасли. В условиях рыночной экономики возрос уровень конкуренции. В этом есть как положительные стороны, так и отрицательные. Положительной стороной является то, что предприятие

вынуждено повышать уровень конкурентоспособности и поддерживать его на достаточном уровне, что способствует его развитию, улучшению качества предоставляемых товаров и услуг, повышению качества обслуживания и др. Отрицательной стороной для производственных предприятий в связи со снижением платежеспособности населения является использование менее качественного сырья для сокращения издержек и установления более лояльной ценовой политики, но тем самым ухудшается качество продукции. Также возможно сокращение ассортимента, что повышает риск потери определенного сегмента покупателей.

Для определения уровня конкурентоспособности предприятия осуществляют сравнительную оценку по ряду показателей. На основе полученных данных разрабатывают стратегии для повышения уровня конкурентоспособности и выбирают одну для дальнейшей реализации.

Цель реализации конкурентной стратегии – достижение конкурентного преимущества на рынке и создание круга лояльных покупателей. Конкурентная стратегия должна предусматривать краткосрочные тактические ходы для немедленной реакции на изменение ситуации и долгосрочные действия, от которых зависят будущие конкурентные возможности предприятия и его позиция на рынке.

Анализ последних исследований и публикаций. Признаки классификаций и процессы разработки, выбора и реализации стратегий повышения конкурентоспособности предприятий рассмотрены в работах украинских и зарубежных ученых. Так, Н. К. Моисеева выделила глобальные, корпоративные и функциональные стратегии конкуренции [2]. М. Портер квалифицирует конкурентные стратегии предприятия по конкурентным преимуществам: ценовое лидерство, дифференциация и концентрация. А. Ю. Юданов указывает на четыре стратегии конкурентного поведения: пациентная, виолентная, коммутантная, эксплерентная [4]. В работах В. О. Василенко определены основные характеристики для выбора конкурентной стратегии [1].

Выделение неисследованных частей общей проблемы. В вышеперечисленных трудах определены стратегии конкурентного поведения предприятий, основанные на определенных классификационных признаках. Н. К. Моисеева выделяет стратегии,

основанные на управленческой и функциональной сторонах деятельности предприятия [2], а М. Портер больше склоняется к ценовой политике и формированию конкурентных преимуществ предприятия [3]. Недостаточно исследованной является область, которая объединяет комплекс показателей конкурентоспособности. Необходимо объединить показатели, учитывающие конкурентные позиции, маркетинговую политику, внутренние особенности, потенциал предприятия и качество принятия управленческих решений. И для выбора конкурентной стратегии необходимость рассмотрения всех факторов в совокупности является очень важным аспектом.

Цель исследования. Определить факторы, которые необходимо учитывать при выборе конкурентной стратегии предприятия.

Основные результаты исследования. Одним из подходов к выбору конкурентной стратегии для предприятия является рассмотрение позиции предприятия на рынке и определение дальнейшего направления деятельности.

Стратегия лидерства по издержкам предусматривает снижение полных издержек закупки и реализации товаров.

Стратегия широкой дифференциации направлена на придание товарам специфических черт, отличающих их от товаров конкурентов, что способствует привлечению большего числа клиентов.

Стратегия оптимальных издержек позволит покупателям получить большую ценность, а предприятию – преимущества за счет сочетания низких издержек и широкой дифференциации товаров.

При стратегии рыночной ниши, основанной на низких издержках и ориентированных на узкий круг покупателей, предприятие опережает потенциальных конкурентов за счет более низких издержек производства.

Целью сфокусированной стратегии дифференциации товарного ассортимента является обеспечение представителей сегмента соответствующего рынка товарами, наиболее полно отвечающими вкусам потребителей.

Другой подход к выбору направлений и методов конкурентной стратегии предусматривает анализ финансовой и конкурентной позиции предприятия, привлекательности и стабильности рынка. На основании полученных данных строят геометрическую фигуру, которая выявляет вид оптимальной стратегии, и определяют одну

из четырех возможных стратегий конкурентного поведения организации на рынке.

Выбор стратегии повышения конкурентоспособности для каждого предприятия является обособленным, так как предприятия отличаются различными характеристиками и каждое имеет конкурентные преимущества по отношению к другим. Для сокращения времени на определение конкурентной стратегии существуют рекомендации, которые касаются нескольких ключевых характеристик.

Первой характеристикой является ментальная правильность. Знание и понимание направления деятельности предприятия, учет практически значимых аспектов сферы деятельности предприятия.

Следующей характеристикой выступает применение ситуационного подхода к решению проблемы. В современных условиях хозяйствования часто возникают новые факторы, которые требуют немедленного реагирования и принятия соответствующего управленческого решения.

Третья характеристика – уникальность. Для успешного функционирования на рынке предприятию необходимо определить более сильные и уникальные аспекты деятельности. Определенные уникальные качества должны быть заложены в конкурентную стратегию и способствовать усилению конкурентных преимуществ субъекта хозяйствования.

Последней характеристикой является гибкость и адекватность стратегии. Для реализации стратегия предприятия должна быть организована достаточно гибко, чтобы иметь возможность реагировать на изменения внешней среды и быть адекватной в отношении внешних изменений.

В работе предлагается исследование предприятия в отрасли мобильной связи, а именно продажи мобильных телефонов и сопутствующих товаров, послепродажного обслуживания. Тенденции развития сети магазинов мобильных телефонов на данном этапе развития рынка являются положительными. Появляются новые участники на рынке, расширяются существующие. Соответственно, каждая сеть нуждается в формировании преимуществ и повышении уровня конкуренции. Для данного рода предприятий конкурентными преимуществами могут быть аспекты, связанные

с маркетинговой, ценовой и обслуживающей политикой сети. Рассмотрим более подробно каждый аспект.

Основная задача сетей магазинов продажи мобильных телефонов – привлечение потребителей. Для данной цели важным критерием является маркетинговая политика предприятия. Маркетинговая политика сети должна быть направлена на покупателя. У каждого потребителя есть определенные требования, на которые возможно повлиять и изменить. Для нового потребителя выбор будет склоняться к тому предприятию, реклама которого оказывает более сильное воздействие, является более интересной, захватывающей, целенаправленной и содержательной. В данном случае важным является первое впечатление от рекламной кампании. Поэтому на рекламу тратится много сил и средств. Для потребителей, которые уже являются клиентами сети, важным фактором может быть поддержание имиджа предприятия за счет рекламы и актуальность информации, которую потребители могут получить из рекламных материалов. Большое влияние на потребителей оказывают акции, подарки, которые предоставляются при покупке товара. Маркетологи предприятия должны анализировать рекламную кампанию конкурентов и учитывать новые тенденции в рекламе, при возможности, изучать реакцию потребителей. Сложной статьёй для анализа и учета является увеличение дохода от рекламной кампании, но не менее важной, чем другие статьи доходов.

Ценовая политика предприятия также имеет большое значение для потребителей. Так как товары во всех сетях магазинов являются практически идентичными, то основная разница состоит в цене товара и соответствии качества. Известное соотношение «цена – качество» обязательно присутствует в данной отрасли. На цену влияет много факторов как внутренних, так и внешних. Задача предприятия – сокращать влияние факторов и предоставлять качественный товар за приемлемую или даже минимальную цену. Одним из положительных факторов влияния на потребителя является предоставление скидки на товар. Это своеобразное стимулирование покупки и, возможно, не одного товара. Влияние на цену оказывают поставщики и дистрибуторы, которые работают с предприятием. Наличие определенного товара; его цена, условия продажи, например, рекомендованная цена на определенный товар;

наличие бонусных программ для предприятия; компенсации за участие в акциях от дистрибуторов – все перечисленные факторы достаточно сильно влияют на цену товара для конечного потребителя.

В цене товара закладываются издержки предприятия не только на его покупку и доставку, а и расходы, связанные с рекламой и обслуживанием. Поэтому предприятие должно стремиться к сокращению издержек и их минимизации для поддержания конкурентных позиций по цене на рынке.

И третий фактор – обслуживание потребителей как до-, так и послепродажное. Персонал в сети магазинов – лицо предприятия. Владение персонала коммуникативными навыками должно дополняться приветливостью, ответственностью, доброжелательностью и терпением к клиенту. Одних знаний мало, необходим практический опыт. Для повышения уровня обслуживания предприятия проводят тренинги, установочные занятия, что позволяет персоналу почерпнуть новые и полезные знания и перенять практический опыт наставников. Поэтому при подборе персонала, который непосредственно будет контактировать с конечным потребителем, должна быть четкая направленность и понимание того, что от этого персонала зависит большая часть дохода предприятия.

Выводы. Для обеспечения рационального выбора конкурентной стратегии предприятия целесообразно акцентировать внимание на таких факторах, как маркетинг, ценовая политика, система обслуживания потребителей и послепродажного сервиса, а также подготовка персонала для работы с клиентами.

Список литературы

1. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 398 с.

2. Моисеева Н. К. Современное предприятие: маркетинг, конкурентоспособность, обновление / Н. К. Моисеева. – М. : Внешторгиздат, 1993. – 222 с.

3. Портер М. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер ; пер. з англ.: А. Олійник, Р. Скільський. – К. : Основа, 1998. – 390 с.

4. Юданов А. Ю. Конкуренция: анализ, стратегия, практика : учеб.-практ. пособие / А. Ю. Юданов. – М., 1998. – 381 с.

УДК 658.152

Д. И. Музгина

Научный руководитель: канд. экон. наук Е. Ф. Пелихов

АНАЛИЗ ВЫБОРА ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Резюме

Статтю присвячено питанню вибору джерел фінансування інвестиційних рішень на підприємстві. Надаються основні характеристики джерел інвестиційних рішень. Здійснюється порівняльний аналіз кредиту і лізингу.

Summary

The article is focused on a choosing sources of financing investment decisions at the enterprise. The main characteristics the sources of investment decisions are given. A comparative analysis of loans and leasing has been carried out.

Ключевые слова: источники, финансирование, выбор, инвестиции, инвестиционная деятельность.

Инвестиционная деятельность украинских предприятий становится особо значимой на современном этапе рыночных преобразований отечественной экономики. Характерной особенностью этой деятельности предприятий сегодня является рост многообразия привлекаемых источников финансирования в результате перехода к рыночной модели инвестирования с присущим ей изменением соотношения между внутренними и внешними источниками финансирования инвестиций. При этом одной из приоритетных задач финансового менеджмента, от качественного решения которой во многом зависит эффективность и экономическая безопасность инвестиционной деятельности, является оптимальный выбор источников ее финансирования. На основе оптимизации структуры источников финансирования обеспечиваются необходимый уровень доходности и финансовой устойчивости, динамическое финансовое равновесие, максимизация стоимости предприятий.

Именно анализ выбора источников финансирования инвестиционных решений, способный дать эффективную оценку использования

собственных средств и привлеченного капитала и качественное решение задач повышения конкурентоспособности, является ключевым фактором успеха в реализации рыночной стратегии предприятия.

Наибольший вклад в формирование современного отечественного финансового менеджмента внесли: К. Т. Бясов [1], Б. А. Габович [2], Л. Ф. Левина [3]. Содержание большинства их работ по финансам идентифицировано с отечественными условиями, повышена значимость и качество аналитического аппарата. Однако в современной литературе не достаточно уделено внимание сравнительной характеристике источников финансирования и экономическому обоснованию выбора более эффективного из них. Поэтому статья посвящена теоретическим аспектам обозначенной проблемы.

Финансирование предпринимательских фирм – это совокупность форм и методов, принципов и условий финансового обеспечения простого и расширенного воспроизводства. Под финансированием понимается процесс образования денежных средств или, в более широком плане, процесс образования капитала фирмы во всех его формах. Понятие «финансирование» довольно тесно связано с понятием «инвестирование»: если финансирование – это образование денежных средств, то инвестирование – их использование. Оба понятия взаимосвязаны, однако первое предшествует второму. Фирме невозможно планировать какие-либо инвестиции, не имея источников финансирования. Источниками инвестиционных средств для создания или развития производства могут быть собственные накопленные средства компании и/или привлеченные средства. В предпринимательской практике существуют такие базовые источники инвестиций: фонды развития, в том числе нераспределенная прибыль, амортизация, ресурсы, привлеченные за счет дополнительной эмиссии ценных бумаг, коммерческие и вексельные кредиты, банковские кредиты и ссуды различных видов, государственный кредит и прямые государственные инвестиции в рамках какой-либо централизованной инвестиционной программы [1].

В настоящее время использование собственных средств как источника инвестиций, как правило, доступно только сравнительно крупным, устойчиво работающим компаниям. При недостатке собственных средств, основное внимание компаний направлено на

возможности привлечения «внешних» инвесторов и инвестиционных ресурсов.

Заемные средства – это деньги, полученные в кредит и, следовательно, подлежащие возврату. Источниками заемного капитала выступают: долгосрочный кредит инвестора под залог, кредит банка под гарантии, лизинг. Среди вышеперечисленных заемных источников финансирования рассмотрим два конкурирующих варианта: кредит и лизинг. Как правило, при предоставлении кредита банки требуют соответствующие гарантии. Это может быть имущественное обеспечение или надежное поручительство. В качестве гарантийного обеспечения могут выступать ценные бумаги, основные средства и другое движимое и недвижимое имущество, валюта, а также гарантии крупных банков, предприятий или даже государства.

Лизинг – это вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора физическим или юридическим лицам за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором [1; 2].

Достоинства и недостатки кредита и лизинга рассмотрены в табл. 1.

Таким образом, сравнивая кредит и лизинг, можно сделать вывод, что оба метода существенно отличаются в организационном и экономическом содержании, поэтому необходима экономическая оценка привлечения каждого из денежных ресурсов с учетом их влияния на экономическую эффективность технологического развития предприятия или производства. Также необходимо учитывать текущее финансовое положение фирмы, финансовые планы и состояние финансовых рынков. Что касается формальных факторов, то используются следующие критерии: максимизация рентабельности собственного капитала или общей стоимости компании, минимизация стоимости увеличения капитала.

Исследования инвестиционной деятельности иностранных фирм в Украине показывает, что при выборе объектов вложения средств иностранцы прежде всего учитывают стабильность спроса на продукцию, состояние инфраструктуры, технический и технологический потенциал компании, структуру основного капитала [3; 4].

В настоящее время, ввиду хронического дефицита финансовых средств на производственных предприятиях, анализ источников

Таблиця 1

Сравнительный анализ кредита и лизинга

Характеристики	Кредит	Лизинг
Необходимое количество документов	15–20	6–8
Количество договоров для подписания	Минимум 4 (договор кредита, залога, купли-продажи, страхования)	Максимум 2 (договор лизинга, страхования)
Количество платежей при оформлении договора	10–15 (авансовый платеж, страховой платеж, комиссия банка, и др.)	2 (авансовый платеж, страховой платеж)
Количество платежей	4–5 (погашение тела кредита, проценты и др.)	1 (лизинговый платеж)
Минимальный срок деятельности клиента	От 12 месяцев	От 6 месяцев
Региональная зависимость	Зависит от расположения банка и прописки клиента	Не зависит
График погашения платежей	Стандартный для всех клиентов	Индивидуален под клиента

финансирования становится наиболее важной сферой интересов компании. Сравнение различных методов финансирования позволяет предприятию выбрать оптимальный вариант финансового обеспечения, текущей эксплуатационной деятельности и покрытия капитальных затрат.

Список литературы

1. Бясов К. Т. Основные аспекты разработки инвестиционной стратегии организации / К. Т. Бясов // Финансовый менеджмент. – 2003. – № 4. – С. 65–74.
2. Габович Б. А. Стохастическая модель принятия инвестиционных решений в условиях рынка / Б. А. Габович, А. З. Данг, А. В. Мищенко // Финанс. менеджмент. – 2003. – № 4. – С. 50–64.
3. Левина Л. Ф. Теория инвестиционных решений / Л. Ф. Левина // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 5. – С. 84–105.
4. Анализ капитальных вложений и их финансовое обеспечение на предприятии [Электронный ресурс] // Бизнес-портал. – Режим доступа: <http://payer.su/index.php>. – Загл. с экрана.

УДК 658.012.2

Т. А. Онофрийчук

Научний керівник: канд. екон. наук А. В. Строчкович

ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Резюме

У роботі представлено результати аналізу існуючих підходів щодо вибору стратегії розвитку підприємства за умов нестабільності. Запропоновано узагальнену систему факторів, які впливають на вибір стратегії розвитку підприємства.

Summary

The results of analyzing the current approaches to the selection of the enterprise development strategy in conditions of instability have been shown. A generalized system of factors affecting the selection of the enterprise development strategy has been suggested.

Ключевые слова: стратегия развития, анализ макроокружения, анализ непосредственного окружения, подходы к выбору стратегии развития.

...Для того чтобы знать,
что делать, надо знать,
чего не должно делать.

Л. Н. Толстой

В последнее время для отечественных предприятий большое значение приобретает проблема определения стратегических перспектив, которые позволяют повысить их конкурентоспособность. Всем предприятиям в условиях жесткой конкуренции, нестабильности внешней и внутренней среды целесообразно концентрировать внимание не только на текущем состоянии дел, но и формировать стратегию долгосрочного выживания, которая позволяла бы им адекватно реагировать на происходящие изменения. Предприятия акцентируют внимание в основном на текущей работе, на внутренних проблемах, связанных с повышением эффективности использования ресурсов. Однако в условиях нестабильности целесообразно определить приоритеты и ориентиры развития,

которые обеспечивают адаптацию предприятия к быстро меняющейся окружающей среде.

Целью статьи является исследование существующих подходов к выбору стратегии развития предприятия и определение особенностей их применения в условиях нестабильности.

По мнению М. Портера, существует три основных подхода к выработке стратегии поведения предприятия на рынке:

1. Лидерство в минимизации издержек производства. Предприятие добивается наиболее низких издержек производства и издержек по реализации продукции, результатом являются более низкие цены и, следовательно, возможность расширения собственной доли рынка.

2. Специализация в производстве продукции. В этом случае предприятие осуществляет высокоспециализированное производство и качественный маркетинг для занятия лидирующей позиции на рынке.

3. Фиксация определенного сегмента рынка и концентрация усилий. Предприятие детально определяет потребности данного сегмента рынка и определенного типа продукции и далее базирует стратегию развития именно на этих потребностях.

В нынешних условиях нестабильности ни один из предложенных выше вариантов не может быть успешно использован, для достижения оптимального результата предприятие должно совмещать и модернизировать данные подходы к выработке стратегии.

В процессе выбора стратегии развития в условиях нестабильности особую значимость приобретает анализ макроокружения как наиболее влиятельного и неконтролируемого фактора для предприятия в настоящее время. Существует несколько подходов к определению факторов внешней среды, которые следует учитывать в анализе. Первый включает анализ макроокружения и анализ непосредственного окружения предприятия [1]. Данный подход детально представлен на рис. 1. Второй включает целый перечень показателей, характеризующих макроокружение предприятия: уровень конкуренции, социальная среда, политическая среда, ментальная среда, экология [3].

Наиболее оптимальной представляется система, которая будет включать факторы внешней среды, оказывающие непосредственное



Рис. 1. Выбор стратегии развития на основе анализа макроокружения и непосредственного окружения

существенное влияние на деятельность предприятия в условиях нестабильности. Рассмотрим ниже предложенную систему (рис. 2).

Одним из факторов, непосредственно влияющих на выбор стратегии развития предприятия в условиях нестабильности, является состояние экономики в комплексе. Для стратегического управления при изучении внешней среды предприятия особое значение имеет состояние экономики: экономическая составляющая макроокружения (величина валового национального продукта, темпов инфляции, уровня безработицы, процентной ставки, норм налогообложения и т. п.), контрагенты (наличие альтернативных поставщиков, условия взаимодействия предприятий) и конкуренты (уровень конкуренции на рынке, степень монополизации).

Анализ должен быть комплексным, позволяющим определить чувствительность предприятия к изменению внешней среды, которое оказывает существенное влияние на деятельность предприятия.

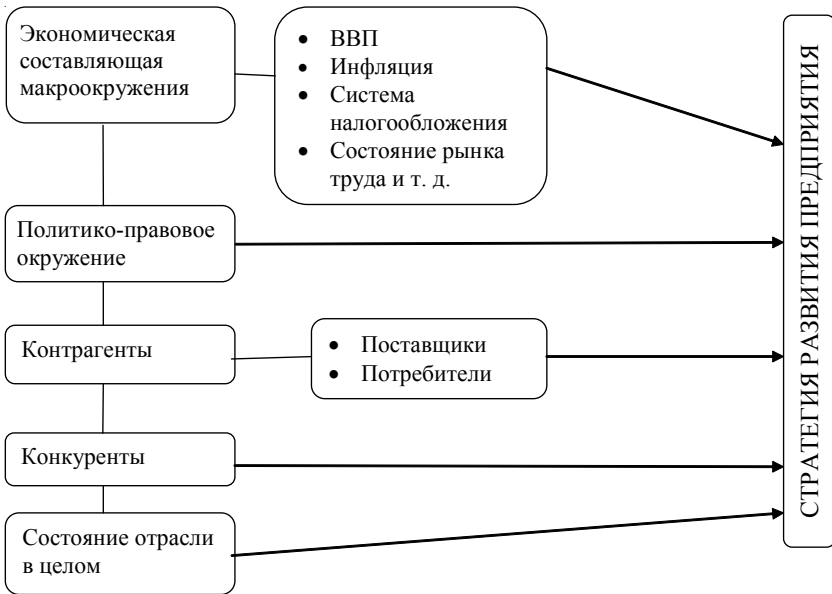


Рис. 2. Обобщающая система факторов внешней среды, оказывающая непосредственное влияние на деятельность предприятия в условиях нестабильности

Другим фактором является политико-правовое окружение. При анализе этого фактора в рамках стратегического управления целесообразно определить: степень правовой защиты, стабильность законодательства, наличие различного рода льгот. Очень важным является выяснение степени обязательности действия правовых норм, неотвратимости применения санкций в случае нарушения. Этот фактор важен для предприятия, так как дает возможность определить допустимые границы действий во взаимоотношениях с другими субъектами рынка.

Помимо пристального внимания к макросреде в условиях нестабильности особое внимание уделяется состоянию отрасли и позиции предприятия в отрасли. Ведущие предприятия должны стремиться к максимальному использованию возможностей, обусловливаемых их лидирующим положением, и к укреплению этого положения. Лидирующие предприятия в зависимости от состояния отрасли

должны выбирать различные стратегии роста. Предприятия с малой долей рынка должны вести себя иначе: выбирать те стратегии, которые могут привести к увеличению их уровня использования потенциала. Для всех предприятий предпочтение отдается тем стратегиям, которые обеспечивают наибольшую степень адекватного реагирования на изменяющиеся условия внешней среды.

Однако представляется существенным отметить специфические аспекты деятельности предприятия, которые учитываются при выборе стратегии в условиях нестабильности:

1. Тенденции политических изменений (изменение политики государства в целом, а также по отношению к определенной отрасли).

2. Изменение законодательной базы (налоговая и таможенная система).

3. Мировые тенденции экономики (например, скорость выхода из кризиса).

4. Международные отношения, стабильность государства на мировой арене.

5. Инновации в данной отрасли, интенсивность обновления оборудования, технологий и т. д.

6. Уровень глобализации и интернационализации отрасли.

Практика предпринимательства показала, что не существует универсальной стратегии, единой для всех предприятий. Уникальность предприятия предполагает специфику стратегии в каждом случае. Более конкурентоспособным является то предприятие, которое способно адекватно реагировать на изменения как внешней, так и внутренней среды.

Таким образом, по результатам проведенных исследований и обобщений была предложена к рассмотрению система факторов, определяющих выбор стратегии развития предприятия, адаптированная под современные условия предпринимательства, а именно нестабильную хозяйственную среду.

Список литературы

1. Виханский О. С. Стратегическое управление : учеб. / О. С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Гардарики, 1998. – 296 с.

2. Колпаков В. Стратегия развития: факторы, достижения и поражения / В. Колпаков, О. Анисимов // Персонал. – 2004. – № 2. – С. 66–70.

3. Пушкарь А. Разработка стратегии развития предприятия / А. Пушкарь, А. Тридид // Бизнес Информ. – 1998. – № 20. – С. 65–70.

4. Тридид О. Структура і загальні принципи побудови механізмів формування і реалізації функціональних стратегій розвитку підприємства / О. Тридид, О. Пушкар // Регіональні перспективи. – 2000. – № 4. – С. 9–13

5. Хрущ Н. Концепція розвитку стратегії компанії в сучасному динамічному середовищі / Ніла Хрущ // Економіст. – 2008. – № 9. – С. 62–65.

УДК 658.153

Н. Л. Панфилова

Научный руководитель: д-р экон. наук О. Л. Яременко

УПРАВЛЕНИЕ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Резюме

Тема цієї статті – «Управління обіговим капіталом суб'єкта господарювання», – в межах якої було проведено дослідження структури капіталу підприємств, визначено основні проблеми та шляхи їх вирішення. Проаналізовано способи підвищення ефективності використання капіталу.

Summary

The theme of this article is «Working capital management entity» in which the capital structure of enterprises is investigated, the basic problems and their solutions are defined. The methods and ways of calculating the optimal structure of the company are analyzed.

Ключевые слова: финансы предприятия, оборотный капитал, кредитная политика, предприятие как субъект хозяйствования.

В условиях развития рыночных отношений и усиления конкуренции особое значение для разработки стратегии и тактики финансового менеджмента приобретают такие методы анализа, оценки потребности и эффективности использования оборотного капитала, которые позволяют совершенствовать управление оборотным капиталом через управление товарным ассортиментом, качественной структурой капитала, дебиторской задолженностью, учет внешних факторов [4]. Для этого необходимо четко ориентироваться в сложившейся конъюнктуре спроса, правильно оценивать

потребности рынка в различных товарах и услугах, совершенствовать стратегии их продвижения, а также обладать инструментарием для оценки эффективности использования оборотного капитала, функционирующего в производстве, и продвижения отдельных товаров и товарных групп. Сравнительно короткий цикл жизни оборотного капитала и быстрая трансформация его составных элементов, изменчивость спроса на товары повышают актуальность исследования методов эффективного управления оборотным капиталом.

Актуальность темы исследования определена следующими положениями:

1. Важную роль в обеспечении эффективного управления оборотным капиталом играет ускорение кругооборота капитала и рост его рентабельности.

2. Показатели, характеризующие потребность в оборотном капитале и эффективность управления этим капиталом предприятия, должны базироваться на изучении финансового состояния предприятия.

3. Необходимо управлять оборотным капиталом с позиции его авансирования в развитие деятельности компании.

Для дальнейшего исследования проблемы определим терминологию оборотного капитала. Термин «оборотный капитал» (его синоним в отечественном учете – оборотные средства) относится к мобильным активам предприятия, которые являются денежными средствами или могут быть обращены в них в течение года или одного производственного цикла. Чистый оборотный капитал определяется как разность между текущими активами (оборотными средствами) и текущими обязательствами (кредиторской задолженностью) и показывает, в каком размере текущие активы покрываются долгосрочными источниками средств [4]. Аналог этого показателя в отечественной практике – величина собственных оборотных средств. Оборотные средства могут быть охарактеризованы с различных позиций, однако основными характеристиками являются их ликвидность, объем и структура [5]. В процессе производственной деятельности происходит постоянная трансформация отдельных элементов оборотных средств. Предприятие покупает сырье и материалы, производит продукцию, затем продает ее, как правило, в кредит, в результате образуется дебиторская задолженность, которая через некоторый промежуток времени

превращается в денежные средства. Этот кругооборот средств показан на рис. 1.



Рис. 1. Кругооборот текущих активов

Циркуляционная природа текущих активов имеет ключевое значение в управлении оборотным капиталом. Текущие активы различаются по степени ликвидности, то есть по их способности трансформироваться в денежные средства, обладающие абсолютной ликвидностью. Денежные эквиваленты наиболее близки по степени ликвидности к денежным средствам. Ликвидность дебиторской задолженности уже может ощутимо варьировать. Наименее ликвидны материально-производственные запасы; из них готовая продукция более ликвидна, чем сырье и материалы. По отношению к готовой продукции наиболее ликвидным активом является дебиторская задолженность, конечно, если дебитор добросовестный и соблюдает условия договоренностей. Естественно, трудно в абстрактном понятии определить степень ликвидности тех или иных активов, поскольку для каждой отрасли, компании существуют свои условные рамки. Фактор риска присущ каждому, даже малейшему действию в сфере хозяйственных отношений, особенно в условиях неопределенности, хотя именно данные факторы подталкивают к эффективным и хорошо взвешенным решениям. С позиции повседневной деятельности важнейшей финансово-хозяйственной характеристикой предприятия является его ликвидность, то есть способность вовремя гасить краткосрочную кредиторскую задолженность. Для любого предприятия достаточный уровень ликвидности – одна из важнейших характеристик стабильности хозяйственной деятельности [1]. Потеря ликвидности чревата не только дополнительными издержками, но и периодическими остановками производственного процесса, что приведет к возникновению новых проблем, зачастую связанных с неплатежеспособностью. Величина оборотных средств определяется не только потребностями производственного процесса, но и случайными факторами. Еще одним значительным фактором, влияющим

на финансово-производственную деятельность, выступает инфляционный риск, преследующий хозяйственную деятельность практически всегда в большей или меньшей степени [1; 2]. В первую очередь, это связано с возможным изменением собственного оборотного капитала в условиях изменяющихся цен на многие виды ресурсов. Проблема регулирования инфляции является одной из наиболее приоритетных задач финансовой политики. Инфляция, будучи неизбежным макроэкономическим явлением, связана, прежде всего, с циклическим характером развития экономики. Проблема состоит в том, чтобы установить над ней надежный контроль, удерживать умеренный темп повышения цен, постоянно контролируя их. Зная предполагаемый размер прибыли предприятия на основании, например, бизнес-плана или проведенного финансового анализа, а также размер собственного оборотного капитала и величину амортизации, можно определить пороговое значение темпов инфляции m (определить внутреннюю норму доходности), при которых реальная величина капитала будет возрастать.

На рис. 2. показан риск ликвидности при высоком и низком уровнях чистого оборотного капитала. Если денежные средства, дебиторская задолженность и производственно-материальные

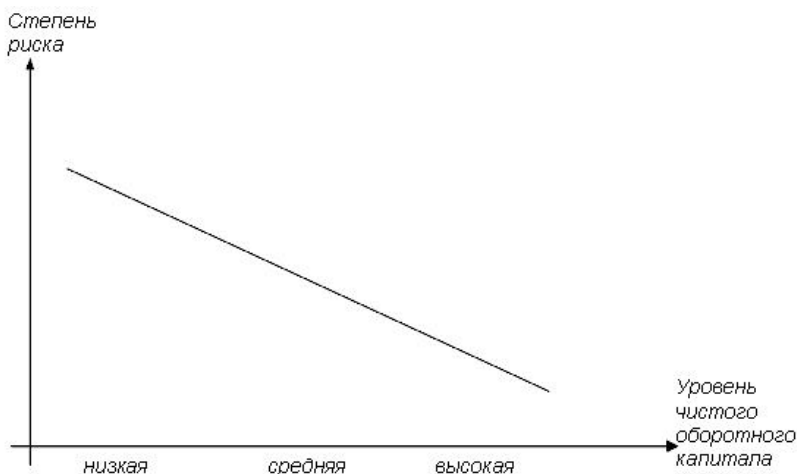


Рис. 2. Риск и уровень оборотного капитала

запасы поддерживаются на относительно низких уровнях, то вероятность неплатежеспособности или нехватки средств для осуществления рентабельной деятельности велика. На графике видно, что с ростом величины чистого оборотного капитала риск ликвидности уменьшается. Безусловно, взаимосвязь имеет более сложный вид, поскольку не все текущие активы в равной степени положительно влияют на уровень ликвидности [2]. Тем не менее, можно сформулировать простейший вариант управления оборотными средствами, сводящий к минимуму риск потери ликвидности: чем больше превышение текущих активов над текущими обязательствами, тем меньше степень риска; таким образом, нужно стремиться к наращиванию чистого оборотного капитала.

Целевой установкой политики управления оборотным капиталом является определение объема и структуры текущих активов, источников их покрытия и соотношения между ними, достаточного для обеспечения долгосрочной производственной и эффективной финансовой деятельности предприятия. Взаимосвязь данных факторов и результатных показателей достаточно очевидна. Хроническое неисполнение обязательств перед кредиторами может привести к разрыву экономических связей со всеми вытекающими отсюда последствиями [3]. Сформулированная целевая установка имеет стратегический характер, не менее важной является оптимизация управления текущей деятельностью.

При низком уровне оборотного капитала производственная деятельность не поддерживается должным образом, отсюда – возможная потеря ликвидности, периодические сбои в работе и низкая прибыль. При некотором оптимальном уровне оборотного капитала прибыль становится максимальной. Дальнейшее повышение величины оборотных средств приведет к тому, что предприятие будет иметь в распоряжении временно свободные, бездействующие текущие активы, а также излишние издержки финансирования, что повлечет снижение прибыли. При повышении ликвидности оборотного капитала не следует забывать о том, что необходимо создать благоприятные условия для работы субъекта хозяйствования, например, постоянный остаток денежных средств на расчетном счете – некоторый аналог резервного капитала. Таким образом, хотелось бы отметить наиболее оптимальное условие – обеспечение платежеспособности. Такое условие отсутствует, если предприятие

не в состоянии оплачивать счета, выполнять обязательства и, возможно, объявляет о банкротстве [6]. Предприятие, не имеющее достаточного уровня оборотного капитала, может столкнуться с риском неплатежеспособности, в следствии чего снижается уровень приемлемого объема, структуры и рентабельности активов.

Известно, что различные уровни разных текущих активов по-разному воздействуют на прибыль. Например, высокий уровень производственно-материальных запасов потребует соответственно значительных текущих расходов, в то время как широкий ассортимент готовой продукции в дальнейшем может способствовать повышению объемов реализации и увеличению доходов. Каждое решение, связанное с определением уровня денежных средств, дебиторской задолженности и производственных запасов, должно быть рассмотрено как с позиции рентабельности данного вида активов, так и с позиции оптимальной структуры оборотных средств.

Список литературы

1. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс. – М. : Олимп-Бизнес, 1997. – С. 657.
2. Коваленко Л. А. Финансовый менеджмент / Л. А. Коваленко, Л. М. Ремнева. – М. : Знание, 2005. – 456 с.
3. Мищенко С. В. Влияние финансового кризиса на реализацию денежно-кредитной политики центральных банков / С. В. Мищенко // Акт. пробл. экономики. – 2009. – № 9. – С. 209–218.
4. Телиженко А. М. Разработка комплексной системы формирования и использования собственного заемном капитала фирмы / А. М. Телиженко, Н. А. Федоренко, Ю. А. Мирошниченко // Акт. пробл. экономики. – 2008. – № 2. – С. 209–220.
5. Стояновой Е. С. Финансовый менеджмент / Е. С. Стояновой. – М. : Перспектива. – 2003. – С. 247–263.
6. Бланк И. А. Финансовый механизм управления эффективностью операционных расходов предприятия / И. А. Бланк // Финансы Украины. – 1998. – № 8. – С. 14–20.

УДК 658.8+659.4

*Т. А. Романенко**Научный руководитель: д-р экон. наук Е. А. Довгаль***МАРКЕТИНГ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ:
ОБЩЕЕ И ОТЛИЧНОЕ****Резюме**

У статті проаналізовано спільні та відмінні характеристики маркетингу та паблік рилейшнз. Визначено сутність паблік рилейшнз. Розглянуто інструменти паблік рилейшнз: прес-посередництво, пабліситі, реклама.

Summary

Common and distinctive characteristics of marketing and public relations have been analyzed. The essence of public relations has been defined. Instruments of public relations such as press-mediation, publicity, advertisement have been considered.

Ключевые слова: паблік рилейшнз, маркетинг, ПР.

С развитием рыночных отношений и все большим обострением конкуренции ключевой задачей современного предприятия становится выделиться из массы подобных фирм и организаций, сделать свою продукцию узнаваемой посредством формирования позитивного имиджа и деловой репутации. Такие цели на предприятии призвана решать служба паблік рилейшнз. Однако из-за недостаточности теоретической базы происходит смешивание функций подразделений маркетинга и паблік рилейшнз и подмена этих понятий.

Цель статьи – определить сущность паблік рилейшнз, выделить общие и отличительные характеристики между маркетингом и паблік рилейшнз и близкой к ним деятельностью.

Паблік рилейшнз (далее ПР) является новым социальным институтом в украинском обществе, который только начал развиваться в начале 90-х годов XX века. Поэтому существует необходимость научно-теоретических разработок в этой сфере. К отечественным специалистам по ПР, рассматривающим эту проблему, можно отнести Г. Г. Почепцова [6], Р. Е. Ромата [7], В. Г. Королька [2], Л. А. Мороз [4] и др. Однако эта тема требует

дальнейших исследований как в теоретическом, так и в практическом аспектах.

Некоторые авторы рассматривают паблик рилейшнз как часть маркетинговых коммуникаций. Такого мнения, в частности, придерживаются Мороз Л. А. и Ромат Е. В. Другие же специалисты в области ПР выделяют их отдельно, оговаривая, что маркетинг и паблик рилейшнз используют лишь общие инструменты (Королько В. Г., Почепцов Г. Г.). Попробуем разграничить понятия «маркетинг» и «паблик рилейшнз», разобравшись в сущности ПР.

Дословно паблик рилейшнз переводится как «связи с общественностью». На сегодняшний день существует множество определений ПР, которые, по сути, сосредоточены на отдельном признаке или направленности деятельности специалистов в области паблик рилейшнз. Третье издание международного Вебстеровского словаря определяет паблик рилейшнз как «науку и искусство налаживания взаимного понимания и доброжелательности между личностью, фирмой или учреждением и общественностью» [2, с. 26]. Известный американский исследователь Рекс Ф. Харлоу попытался обобщить более пятисот дефиниций, накопившихся в специальной литературе XX века, и на основании этого предложил собственное определение: «Паблик рилейшнз – это особая функция управления, призванная устанавливать и поддерживать взаимосвязи, взаимопонимание, взаимопризнание и сотрудничество между организацией и ее публикой; осуществлять управление процессом разрешения проблем или спорных вопросов; помогать руководству в изучении общественного мнения и реагировании на него; определять и подчеркивать ответственность руководства в вопросах служения общественным интересам; помогать руководству эффективно изменяться в соответствии требований времени; выступать системой заблаговременного предупреждения, помогая предвидеть тенденции развития; в качестве своих основных средств использовать свои научные методы, основанные на этических нормах общения» [2, с. 26–27]. Деятельность по формированию связей с общественностью связана с информационной работой. А создание информации тесно связано с понятием управления. Таким образом, паблик рилейшнз – это специальная система управления информацией, если под управлением понимать процесс создания информационных поводов и информации заинтересованной в ней сторон, распространение

готовой информационной продукции средствами коммуникации для целенаправленного формирования желаемого общественного мнения.

Согласно определению Американской ассоциации маркетинга, принятому в 1985 году, маркетинг – это процесс планирования и реализации концепции (продукции), процесс ценообразования, продвижения на рынок и распространения идей, товаров и услуг с целью организации обмена, удовлетворяющего запросы как индивида, так и организации [2, с. 34]. Очевидно, что смешивание понятий маркетинга и ПР происходит в части продвижения на рынок и распространения идей. Однако следует заметить, что средства, с помощью которых достигаются эти цели, различны:

- для маркетинга характерно действие и немедленная реакция, ПР больше сориентированы на долговременную коммуникацию;
- маркетинг опирается на опробованные техники, измеримые результаты, ПР – на сумму техник, результат которых трудно измерить;
- маркетинг направлен на сегментацию аудитории с помощью демографических и психографических процедур, ПР обращены на множественную аудиторию со специальными интересами;
- маркетинг использует платные сообщения, ПР опираются на менее контролируемые коммуникации;
- маркетинг работает в области строго очерченного своего рынка, где задачей является увеличение продаж, ПР действует в более широкой плоскости общественного мнения [6, с. 170].

Сравнительную характеристику маркетинга и ПР можно представить в виде таблицы.

Современная ПР-деятельность переросла рамки маркетинга и оформилась в самостоятельную крупномасштабную функцию управления, способствующую установлению гармонии в отношениях с обществом. Следовательно, ПР выражает совокупную деятельность на грани бизнеса и социально-этических технологий, способствующих получению коммерческого успеха с учетом социальных потребностей общества.

Однако маркетинг и ПР имеют общие методы и инструменты. Взаимосвязь маркетинга и ПР подтверждается тем, что именно ПР служит результативным механизмом и действенным помощ-

Таблиця 1

Сравнительные характеристики маркетинга и ПР

Параметры сравнения	Маркетинг	ПР
Теоретическая основа	Микроэкономическая теория поведения потребителей	Комплекс социогуманитарных дисциплин (социология, социальная психология, теория коммуникаций)
Социальная направленность	На потребителя (социум рассматривается лишь с одной стороны)	На общественность, наиболее подготовленную к восприятию тех или иных корпоративных идей
Характеристики среды, на которую направлены коммуникации	Потребительская среда целевого сегмента сбыта	Социальная среда многообразных целевых аудиторий акционеров, инвесторов, партнеров
Характер связей	Односторонние	Многосторонние
Цель	Продвижение товаров, стимулирование сбыта, получение намеченного дохода	Достижение отношений равноправного партнерства между общественностью и фирмой, установление диалога между ними

ником в преодолении проблем сложного продвижения товаров от изготовителя к конечному потребителю.

Выделяются следующие элементы маркетинга, присущие всем основным составляющим ПР-процесса:

- продукт – производство конкретного товара более эффективно с учетом не только рыночных потребностей, но и общества в целом, а также реальных возможностей и уровня совокупных издержек обращения;

- цена – цена может стать более результативным инструментом стратегической политики фирмы, если она формируется с учетом не только рыночного состояния спроса и предложения, но и с учетом качественного уровня жизни общества, фискальной политики государства, а также наличия геоэкономических и геополитических факторов в мире;

– сбыт – это сложная система формирования рыночного спроса, его стимулирования, которая в большей степени нуждается в объективной оценке общественного мнения всех участников рыночного оборота. Система сбыта является четким выражением общего состояния рыночной инфраструктуры, необходимой для развития фирмы и сервисного обслуживания клиентов в нужное время и в нужном месте [4].

Таким образом, на всех этапах осуществления маркетинговой деятельности должен проявляться главный принцип ПР – обеспечение взаимной выгоды. ПР-услуги с использованием комплексных средств массовой информации и социальной психологии – неизменные спутники при разработке товарной политики, ценовой стратегии, товарного знака, марки, упаковки, фирменного цвета и стиля.

Практика паблик рилейшнз может охватывать различные виды деятельности: пресс-посредничество, паблисити, рекламу и др. Однако эти активности являются лишь инструментом ПР, поэтому не являются тождественными со связями с общественностью.

Пресс-посредничество – это написание материалов или организация специальных мероприятий с целью привлечения внимания средств массовой информации и обеспечения общественной заметности [2, с. 31]. Именно в плане привлечения внимания аудитории пресс-посредничество может быть важной составляющей общей системы ПР-деятельности.

Паблисити – информация из независимого источника, используемая средствами массовой информации потому, что она имеет ценность новости. Это неконтролируемый метод размещения сообщений в СМИ, поскольку источник сообщения ничего не платит прессе за размещение [2, с. 32]. Паблисити – не синоним ПР, а лишь одно из его средств, которым специалисты по паблик рилейшнз пользуются в своей работе.

Существенной является разница между ПР и рекламой. Стратегическая задача рекламы сводится к созданию желания, мотивации спроса на товар. Стратегической целью паблик рилейшнз является формирование доверия, на основе чего только может возникнуть положительное отношение к организации как социальному институту. Реклама выступает инструментом ПР, часто используемым как дополнение к паблисити, акциям продвижения и пресс-посредничества.

Обобщая сказанное, можно сделать вывод о том, что в современных рыночных условиях паблик рилейшнз превратилась в важную функцию управления, необходимую для формирования позитивных отношений между фирмой и общественностью. ПР отделился от маркетинга, преследуя другие цели и задачи, но имеет с ним общие элементы. Паблик рилейшнз использует различные инструменты, среди которых можно выделить пресс-посредничество, паблисити и рекламу. Данные понятия имеют свои особенности, их следует разграничивать с понятием ПР.

Список литературы

1. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи / А. Г. Зінченко // Український соціум. – 2005. – № 5–6. – С. 164–169.
2. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз / В. Г. Королько. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2001. – 528 с.
3. Краснящих П. Г. Паблик рилейшнз в Украине / П. Г. Краснящих // Вісник МСУ. – 2004. – Т. 7. – № 2. – С. 33–36.
4. Мороз Л. А. Маркетинг: підруч. / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай ; за ред. Л. А. Мороз. – 2-ге вид. – Львів : Інтеллект–Захід, 2002. – 244 с.
5. Орлова В. Ю. Практикум з PR / В. Ю. Орлова // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 1. – С. 23–25.
6. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для професіоналов / Г. Г. Почепцов. – 2-е изд. – М. : Рефл–бук; К. : Ваклер, 2000. – 622 с.
7. Ромат Е. В. Реклама : учеб. для студентів спеціальності «Маркетинг» / Е. В. Ромат. – 3-е изд., перераб. и доп. – К.; Х. : НФВ «Студцентр», 2000. – 480 с.

И. Ю. Рыльцев

Научный руководитель: канд. экон. наук В. В. Иваниченко

ФОРМИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

У статті розкривається важливість фінансової стратегії підприємства в умовах зовнішньополітичної нестабільності, нестабільності фінансового ринку, внутрішньої законодавчої нестабільності. Звертається увага на цілі та завдання фінансової політики підприємства; амортизаційну, дивідендну, інвестиційну, цінову, податкову політику; інструменти, які використовуються в фінансовій політиці.

Summary

The importance of the financial strategy of a company under the condition of the foreign-policy instability is discussed. It is emphasized that special attention should be given to the objectives and goals of financial strategy of the company, amortization, dividends, investments targets, taxation policies, and instruments of the financial policy.

Ключевые слова: финансовая стратегия предприятия, финансовая политика, нестабильность.

Эффективное финансовое управление становится одним из основных факторов поддержания конкурентного преимущества предприятия в современных нестабильных условиях ведения бизнеса. Грамотно построенная финансовая стратегия предприятия позволяет не только обеспечить предприятие финансовыми ресурсами и оптимизировать риски, но и определить пакет стратегических целей для дальнейшего эффективного развития предприятия. Теория финансовой стратегии исследует объективные закономерности рыночных условий хозяйствования, разрабатывает способы и формы выживания в новых условиях подготовки и ведения стратегических финансовых операций и дает финансовым менеджерам основные принципы и методы для их практического использования в бизнесе.

Некоторые авторы определяют финансовую стратегию как комплексное управление всеми активами и пассивами фирмы [1].

В работе, посвященной стратегии и тактике управления финансами, И. А. Бланк под финансовой стратегией предприятия понимает «формирование системы долгосрочных целей финансовой деятельности и выбор наиболее эффективных путей их достижения» [2]. М. Н. Крейнина конкретизирует такое определение и под стратегией управления финансами понимает общие направления и способы использования денежных средств для достижения поставленной цели в данной области, а под тактикой управления – конкретные методы и приемы достижения цели в определенных условиях [3]. Из этого определения следует и подразделение финансовой стратегии на основные виды: генеральную, оперативную и выполнение отдельных стратегических задач.

Процесс разработки финансовой стратегии определяет необходимость формирования специфических финансовых целей долгосрочного развития предприятия. Цели финансового развития предприятия должны обеспечивать реализацию миссии и целей его корпоративной стратегии и поддерживать цели других функциональных стратегий.

Стратегические цели финансовой деятельности предприятия представляют собой описанные в формализованном виде желаемые параметры его конечной стратегической финансовой позиции, позволяющие направлять эту деятельность в долгосрочной перспективе и оценивать ее результаты [2].

Выбор того или иного вида финансовой стратегии зависит от прогнозных расчетов, интуиции, опыта и здравого смысла руководителя, а также от факторов внешней и внутренней среды.

Финансовая стратегия предприятия охватывает все стороны деятельности предприятия, в том числе оптимизацию основных и оборотных средств, распределение прибыли, безналичные расчеты, налоговую и ценовую политику, политику в области ценных бумаг и др.

Финансовая стратегия обеспечивает соответствие финансово-экономических возможностей предприятия условиям, сложившимся на рынке продукции, учитывает финансовые возможности предприятия и рассматривает характер внутренних и внешних факторов. В противном случае предприятие может понести большие убытки и обанкротиться.

При разработке финансовой стратегии нужно учитывать

динамику макроэкономических процессов, тенденций развития отечественных финансовых рынков, возможностей диверсификации деятельности предприятия.

Финансовая стратегия, главной задачей которой является достижение полной самокупаемости и независимости предприятия, строится на определенных принципах организации и включает в себя следующее:

- текущее и перспективное финансовое планирование, определяющее на перспективу все поступления денежных средств предприятия и основные направления их расходования;

- централизацию финансовых ресурсов, их концентрацию на основных направлениях производственно-хозяйственной деятельности и формирование финансовых резервов, обеспечивающих устойчивую работу предприятия в условиях возможных колебаний рыночной конъюнктуры;

- безусловное выполнение финансовых обязательств перед партнерами и разработку учетно-финансовой и амортизационной политики предприятия;

- организацию и ведение финансового учета, составление финансовой отчетности предприятия и сегментов деятельности на основе действующих стандартов;

- финансовый анализ и финансовый контроль деятельности предприятия и его сегментов (приоритетных хозяйственных и географических сегментов, прочих сегментов в составе нераспределенных статей).

Охватывая все формы финансовой деятельности предприятия, а именно: оптимизацию основных и оборотных средств, формирование и распределение прибыли, денежные расчеты и инвестиционную политику, финансовая стратегия исследует объективные экономические закономерности рыночных отношений, разрабатывает формы и способы выживания и развития при новых условиях.

Финансовая стратегия включает в себя методы и практику формирования финансовых ресурсов, их планирование и обеспечение финансовой устойчивости предприятия. На основе финансовой стратегии определяется финансовая политика предприятия. Целью разработки финансовой политики предприятия является построение эффективной системы управления финансами, направленной на достижение стратегических и тактических целей предприятия.

Основные направления финансовой политики предприятия: амортизационная, дивидендная, инвестиционная, ценовая, налоговая.

Под налоговой политикой следует понимать политику, отличную от учетной политики для целей налогообложения, куда учетная политика входит как один из составных элементов. Налоговая политика, в свою очередь, является частью экономической политики предприятия. В ней фиксируется технология процесса налогового регулирования и порядок взаимодействия всех участников процесса. Там же раскрываются регламент функционирования налоговой политики. В качестве основных механизмов налоговой политики следует использовать учетную политику предприятия и методы ситуационного и балансового налогового планирования.

Ценовая политика представляет собой совокупность мероприятий и стратегий, которые использует предприятие при установлении цен на реализуемую продукцию. При выработке ценовой политики учитываются издержки производства, цены конкурентов, конъюнктура рынка, затраты на рекламу и стимулирование сбыта и т. д.

Выбор амортизационной политики имеет большое значение в финансовой политике предприятия. В соответствии с действующим законодательством предприятие вправе применять ускоренную амортизацию, то есть ускоренно накапливать средства на замену оборудования, в то же время увеличивая издержки (себестоимость продукции). Предприятие имеет также право проводить переоценку основных фондов, определять способ расчета амортизационных отчислений.

Дивидендная политика предприятия разрабатывается в акционерных обществах, производственных кооперативах, потребительских обществах.

При ее выборе необходимо обеспечить компромиссное решение, удовлетворяющее интересам как собственников-акционеров, так и менеджеров и работников, поскольку выплата дивидендов обеспечивает защиту интересов членов акционерных обществ, и в тоже время высокие дивиденды сокращают долю прибыли, направляемой на развитие предприятия. При разработке финансовой политики следует оценить преимущества и недостатки дивидендов, найти оптимальный вариант выплаты дивидендов, учесть затраты на перспективное развитие предприятия.

В процессе разработки финансовой стратегии особое внимание

отводится производству конкурентоспособной продукции, мобилизации внутренних ресурсов, максимальному снижению себестоимости продукции, формированию и распределению прибыли, эффективному использованию капитала и т. п.

Формирование и реализация финансовой стратегии как основы финансового планирования предприятия базируются на использовании следующих инструментов:

- финансовое управление, использующее методы финансового анализа, бюджетирования, финансового контроля;
- рынок финансовых услуг (кредит, факторинг, страхование, лизинг).

Финансовое планирование определяет важнейшие показатели, пропорции и темпы расширенного воспроизведения и является основной формой реализации главных целей предприятия. Перспективное планирование – важная часть финансовой стратегии предприятия и включает в себя разработку и прогнозирование его финансовой деятельности.

Проблема выбора финансовой стратегии деятельности предприятия в современных условиях является особенно актуальной в связи с необходимостью принятия финансовых решений в ситуации внешнеполитической нестабильности, нестабильности финансового рынка, внутренней законодательной нестабильности. Поэтому основное внимание должно отдаваться оценке текущего состояния субъекта хозяйственной деятельности. Приоритетными в данном направлении нам представляются обоснованное прогнозирование направлений развития предприятия, выработка конкретных рекомендаций для недопущения возможных ошибок и просчетов, а также констатирование и анализ фактического состояния дел.

Список литературы

1. Акулов В. Б. Финансовый менеджмент : учеб. пособие / В. Б. Акулов. – М. : ИНФРА-М, 2004. – С. 45
2. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия / И. А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 720 с.
3. Крейнина М. Н. Финансовый менеджмент : учеб. пособие / М. Н. Крейнина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело и сервис, 2001. – С. 312
4. Горицкая Н. Г. Финансовая стратегия / Н. Г. Горицкая // Финансовый директор. – 2005. – № 11. – С. 74–79.

УДК 338.26 (477)

Д. О. Соломко

Научный руководитель: канд. экон. наук А. В. Строкович

ОСОБЕННОСТИ ЭТАПОВ И МЕТОДОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Резюме

У статті проаналізовано основні теоретичні засади проведення стратегічного аналізу на підприємстві. Представлено порядок застосування методів відповідно етапам стратегічного аналізу. Визначено важливість розробки стратегії для забезпечення ефективного розвитку підприємства.

Summary

The article considers the theoretical grounds of carrying out strategic analysis at an enterprise. The order of the methods application in accordance with the stages of strategic analysis is shown. The importance of strategy planning for the effective development of an enterprise is defined.

Ключевые слова: стратегия, этапы стратегического анализа, методы стратегического анализа.

В современных быстроменяющихся социально-политических и экономических условиях перед предприятием стоит задача обеспечения не только выживаемости, но и непрерывного развития, реализации существующего потенциала в перспективе. Вопросы стратегического поведения хозяйствующих субъектов приобретают особое значение: конкурентоспособность и прибыльность производимой продукции во многом зависят от способности товаропроизводителей гибко реагировать на динамичное движение рынка, использовать его конъюнктуру и механизм формирования цен, информационные технологии и коммуникации. Каждое предприятие, находящееся в условиях рыночной экономики не может существовать без эффективной стратегии. Основное задание разработки эффективной стратегии состоит в поиске путей преодоления жесткой конкуренции на рынке и в обеспечении высоких темпов экономического развития предприятия. Именно поэтому возникает необходимость формирования эффективной стратегии развития предприятия, разработка которой предполагает проведение стратегического анализа.

Проблемы проведения стратегического анализа, выбора методов, а также обоснование стратегии предприятия достаточно глубоко раскрыты в литературе. Наибольший интерес представляют работы И. Ансоффа, Р. Гранта, Ф. Котлера, А. Томпсона, Г. Гольдштейна, Р. Фатхутдинова и других.

В указанных трудах, связанных с изучением среды предприятия, встречаются трудности методического характера. В ряде публикаций предлагается проводить анализ сначала внешней среды, затем внутренней в два этапа [4; 5]. При этом анализ ряда аспектов внутренней среды вызывает необходимость обращения к внешней, а изучив некоторые явления внешней среды, надо обратиться к внутренней. Представляется целесообразным начинать анализ с внутренней среды предприятия, а затем знакомиться с его окружением. Тогда резко ограничивается объем перерабатываемой информации. Следует отметить, что перечисленные этапы тесно взаимосвязаны, поскольку результат анализа – это синтез выводов.

Для решения проблемы разработки стратегии предприятия необходимо: определить теоретические основы проведения стратегического анализа на предприятии, которые представляют собой сложный многошаговый процесс, включающий анализ микроокружения и макроокружения предприятия. На основе выявленных факторов стратегического успеха производится построение новой стратегии развития предприятия.

В современных условиях критическую ситуацию для предприятий создают труднопрогнозируемая динамика рынка, рост агрессивности внешней среды. В такой ситуации большое значение приобретает продвижение в практику предприятий идей и технологий стратегического управления развитием, одним из важнейших элементов которого является стратегический анализ. Цель исследования – изучение особенностей проведения стратегического анализа, последовательности этапов, а также использования методов для системного анализа факторов внешней среды и ресурсного потенциала предприятия, что позволит определить текущее положение на предприятии, а также выявить условия дальнейшего успешного развития в условиях рынка. Таким образом, в результате анализа создается необходимая информационная база, позволяющая эффективным образом провести процесс целеполагания и выбора альтернатив.

В западных исследованиях в области стратегического планирования и управления уделяется большое внимание стратегическому анализу, который рассматривается как один из трех фундаментальных этапов планирования, совместно со стратегическим видением и выбором стратегии [5]. Существовавшая в течение нескольких десятилетий практика планирования на предприятиях в условиях директивного управления ориентировала специалистов на анализ хозяйственной деятельности и поиск резервов повышения эффективности производства, а внешние условия функционирования экономики достаточно жестко задавались вышестоящими органами [4]. В условиях же рыночной экономики ситуация кардинально изменилась. Предприятию, функционирующему в условиях неопределенного рынка, необходима информация о перспективах деятельности соответствующего рынка для обеспечения эффективного использования ресурсного потенциала. Этим объясняется обращение все большего числа ученых и практиков к проблемам развития методологии и методики стратегического анализа как информационного источника принятия управленческих решений. Задача стратегического анализа состоит в том, чтобы среди большого массива информации о различных фактах и аспектах деятельности предприятия выявить основные закономерности и тенденции развития, предоставить объективный информационный материал для принятия эффективных решений [3].

На первом этапе стратегического анализа необходимо идентифицировать миссию и цели, смоделировать будущее предприятия. Цель и основные задачи составляют условия, в которых формулируются предполагаемые стратегии, а также критерии, по которым они оцениваются. Миссия определяет предназначение, смысл существования предприятия, служит тем фокусом, на который направлены все усилия [5].

Следующим важным этапом стратегического анализа является изучение внутренней среды. На данном этапе определяется комплектность и качество ресурсов, имеющихся в распоряжении. То есть, в какой мере предприятие обладает внутренними силами для использования внешних возможностей, а также в какой мере выявленные внутренние слабые стороны могут усложнить проблемы, связанные с внешними опасностями. В результате анализа внутренней среды выводится оценка стратегического потенциала

в рамках поставленной цели: насколько по количеству и качеству ресурсов, состоянию функций и проектов предприятие отвечает целевым требованиям, а также проясняется картина сильных и слабых сторон [4]. Анализ внутренней среды вскрывает тот потенциал, на который может рассчитывать предприятие в конкурентной борьбе в процессе достижения своих целей.

Важным компонентом стратегического анализа является исследование характеристик внешней среды, в которой действует предприятие. Непосредственное окружение анализируется по следующим основным компонентам: покупатели, поставщики, конкуренты, рынок рабочей силы [4]. Для покупателей анализируется их географическое положение, демографические характеристики, социально-психологические характеристики, отношение покупателей к продукту. Торговая сила покупателя определяется информированностью, объемом закупок, степенью зависимости продавца и покупателя, наличием замещаемых продуктов, стоимостью для покупателя перехода к другому продавцу, а также чувствительностью к цене. При оценке поставщиков рекомендуется изучить стоимость поставляемого товара, гарантию качества, временной график поставок, пунктуальность и обязательность выполнения условий поставщиком. В ходе анализа конкурентов, в первую очередь, выявляют их слабые и сильные стороны.

Анализ внешней среды помогает получить важные результаты, что позволяет предприятию использовать время для прогнозирования возможностей, составления плана на случай непредвиденных обстоятельств, разработки системы раннего предупреждения на случай возможных угроз и время на разработку стратегий, которые могут превратить прежние угрозы в любые выгодные возможности [3].

Заключительный этап стратегического анализа представляет собой совместное исследование внутренних возможностей предприятия и внешних сил и обстоятельств, то есть оценку стратегической позиции предприятия.

В современных условиях в теории и практике стратегического управления все еще не существует единой общепризнанной классификации методов стратегического анализа. К числу наиболее распространенных и широко применимых на практике методов стратегического анализа следует отнести портфельный анализ,

матрицу Бостонской консалтинговой группы, матрицу «Мак-Кинси», модель жизненных циклов, SWOT-анализ.

Отметим, что каждый этап стратегического анализа требует соответствующего методического обеспечения. При анализе среды в разрезе каждого из рассмотренных этапов показана последовательность проведения этапов стратегического анализа, а также состав рекомендуемых инструментов (рис. 1).

В результате сбора данных для анализа и получения информации для моделирования будущего формулируется совокупность стратегических и краткосрочных целей. Далее оформляется план реализации и внедрения стратегии. Эффективная стратегия должна иметь количественную и качественную оценку своих целей, а также отображать экономический рост предприятия [1]. Для каждого предприятия создается своя уникальная стратегия, не терпящая стан-



Рис. 1. Характеристика этапов стратегического анализа на предприятии

дартных решений. В формировании приоритетных целей важную роль играет результат проведения анализа конкурентоспособности. Определение конкурентного преимущества предприятия можно считать движущей силой, которую характеризует качество выбираемых и реализуемых путей развития; уровень мобилизации потенциала; способность привлекать капиталовложения; методы, культура проведения изменений; адекватная реакция на изменения ситуации; скорость адаптации к изменениям [3].

Важнейшим аспектом активности является качество реализуемой стратегии, то есть соответствие цели развития, миссии и предназначению предприятия, ценностным ориентациям руководства и персонала, внешним и внутренним возможностям, глубине проникновения в сложившуюся ситуацию. В процессе реализации стратегии должен проводиться постоянный контроль и оценка результатов, а при необходимости коррекция плана. Качественная стратегия создает стабильное конкурентное преимущество, повышает интенсивность деятельности предприятия. Именно этот фактор является решающим в условиях нестабильной экономики.

Таким образом, в результате проведения стратегического анализа производится оценка деятельности предприятия с целью вложения средств в наиболее прибыльные и перспективные направления. Технология стратегического анализа на первой стадии включает разработку миссии и цели, оценку потенциала, условий, позиции и конкурентного преимущества предприятия. Применение соответствующих инструментов зависит от анализируемой среды предприятия. Результатом проведения стратегического анализа является получение адекватного представления руководства о положении предприятия на рынке для последующего принятия эффективных решений. Вторая стадия состоит в подготовке альтернативных и базовых стратегий, а также выбора и принятия предпочтительной. Формулировка стратегии и четкий инструментарий являются ядром управления предприятием. Третья стадия предусматривает организационные меры по реализации выбранной стратегии: разработку проекта и плана, реструктуризацию, контроль реализации решений, что обеспечит качество реализуемой стратегии.

Список литературы

1. Єрмошенко М. М. Стратегічна інформація та стратегічний аналіз в маркетинговому плануванні / М. М. Єрмошенко // Акт. пробл. економіки. – 2002. – № 1. – С. 42–46.
2. Суханов С. Стратегический анализ – практическая методология / С. Суханов // Финансовый директор. – 2004. – № 8. – С. 20–28.
3. Паршина О. А. Підвищення ефективності управління виробництвом нової конкурентоспроможної продукції на основі стратегічного аналізу та аналітичних технологій / О. А. Паршина // Економіка і упр. – 2007. – № 3. – С. 66–74.
4. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; пер. с англ. – 12-е изд. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2006. – 928 с.

УДК 339.137.2 (477)

О. О. Томків

Науковий керівник: канд. екон. наук Т. М. Кірік

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Резюме

В статье проанализированы теоретические положения и методы оценки конкурентоспособности предприятия. Рассмотрены методологические подходы и формирование соответствующих стратегических ориентиров рыночной деятельности.

Summary

Theoretical aspects and methods of enterprise competitiveness estimation are analyzed. Much attention is given to methodical approaches and forming of market activity strategic directions.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, стратегічні орієнтири.

Актуальність теми дослідження. Аналіз конкурентних можливостей є важливою складовою управління діяльністю підприємства. Зі становленням і розвитком ринкових відносин конкуренція на вітчизняних ринках усе більше зростає. Вивчення організаційно-

економічних основ підвищення конкурентоспроможності підприємства, створення ефективної системи управління – це важливі фактори, які забезпечують конкурентні переваги на ринку.

Дослідження і публікації. В дослідження теорії конкуренції та вивчення конкурентних переваг вагомий внесок зробили такі дослідники: Г. Азоев, І. Ансофф, Л. Балабанова, І. Должанський, М. Енрайт, М. Портер, Ю. Іванов, Р. Фатхудінов, А. Юданов та інші.

Мета статті. Аналіз наукових поглядів вітчизняних та іноземних вчених свідчить про те, що поняття конкурентоспроможності і конкурентних переваг підприємства є досить неточним і незрозумілим. Існує безліч трактувань, але жодне з них не дає ясності і чіткості. Саме тому перед нами постає проблема встановлення єдиного терміну конкурентоспроможності, конкурентних переваг та їх подальшої оцінки.

Вклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність – це багатоаспектне поняття, яке означає відповідність товару умовам ринку конкретними вимогами споживачів не тільки за своїми якісними, економічними, технічними, естетичними, ергономічними характеристиками, але і за комерційними та іншими умовами його реалізації (терміни поставки, ціна, канали збуту, сервіс, реклама).

Конкурентоспроможність підприємства – це його можливість довгий час займати бажане місце на ринку серед інших суб'єктів господарської діяльності за рахунок своїх конкурентних переваг [2].

Виходячи з останнього визначення необхідно розглянути поняття конкурентних переваг.

Конкурентні переваги – це переваги над конкурентами, які отримуються за рахунок пропозиції споживачам більш високої якості товару, за рахунок низьких цін, або надання більш широкого спектру додаткових послуг [3].

Ключові чинники успіху (або конкурентні переваги) – це характерний для певної галузі перелік чинників, що визначають переваги перед іншими підприємствами. Ці чинники не є постійними, вони змінюються залежно від особливостей галузі, сегментів ринку, які обслуговуються, а також часу та етапу «життєвого циклу» підприємства [6].

Конкурентні переваги підприємства включають в себе: високу якість продукції; використання прогресивних технологій, які дозволяють значно знизити собівартість продукції і підвищувати її

якість; наявність сильного підприємницького потенціалу підприємства; наявність мережі високоякісного післяпродажного сервісу; результативна маркетингова діяльність (рекламні кампанії, цінова стратегія, канали просування товару); стабільне фінансове становище, яке забезпечується оптимальною структурою управління грошовими потоками на підприємстві; адаптивність системи управління; наявність передових інформаційних систем управління; позитивний імідж підприємства в бізнес-середовищі; інвестиційна привабливість [3].

Оскільки конкурентні переваги не є сталою величиною, то виникає необхідність постійного спостереження (моніторингу) їх рівня та тенденцій зміни через певні проміжки часу з метою прийняття адекватних управлінських рішень [6].

Оцінити конкурентні переваги підприємства можна через аналіз економічних і фінансових показників. В якості таких показників використовуються: рентабельність продажів, капіталу, активів, продукції, ліквідність та інші. Кожен показник виконує свою роль, але за динамікою даних коефіцієнтів можна судити про конкурентоспроможність підприємства.

Метою оцінки конкурентоспроможності підприємства є визначення становища підприємства на галузевому ринку. Очевидним є те, що досягнення даної мети можливо тільки за наявності оперативної та об'єктивної методики оцінки конкурентоспроможності підприємства.

У наш час відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності організацій. У різних країнах діють різноманітні методи оцінки, їм властивий конкретно-економічний, кількісний характер.

Пропонується звести процес оцінки конкурентоспроможності підприємства до такої логічної послідовності:

- 1) визначення мети проведення оцінки (узагальнений поточний аналіз, для діагностики кризового становища, для інвесторів);
- 2) вибір групи підприємств-конкурентів для оцінки;
- 3) вибір методів подальшого аналізу;
- 4) визначення ключових показників конкурентоспроможності;
- 5) розрахунок показників підприємства і порівняння з конкурентами;
- 6) обґрунтування висновків;

7) розробка заходів і рекомендацій для подальшого покращення конкурентоспроможності;

8) формування необхідної стратегії підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства є результатом випуску конкурентоспроможної продукції в процесі його функціонування як системи. Вченими були розглянуті різні підходи для оцінки. Кожен з них має свої переваги і недоліки. Всі методи досить різні, кардинально відрізняються за своєю сутністю та базою формування показників. Їх використання може бути зручним в різних ситуаціях, в залежності від специфіки галузі, до якої відноситься досліджуваний об'єкт.

В. Г. Шинкаренко та А. С. Бондаренко розглянули такі групи методів оцінки конкурентоспроможності:

1. Методи засновані на теорії ефективної конкуренції. Недоліками даних методів є те, що оцінка конкурентоспроможності ототожнюється з оцінкою ефективності роботи підприємства в цілому. Перевагами є можливе використання для оцінки ефективності роботи підприємства всередині галузі.

2. Оцінка конкурентного стану підприємства на підставі його стратегічних потенціалів (А. П. Градов). Дана методика є складною в практичному застосуванні, є труднощі з підбором експертів, орієнтованих на довготривалий проміжок часу; включає ретроспективу та перспективу підприємства. Перевагою є те, що підхід теоретично дає змогу оцінити конкретний статус підприємства та його перспективи.

3. Методи засновані на оцінці конкурентоспроможності товару (Р. А. Фатхудінов). Дана методика не оцінює факторів конкурентоспроможності підприємства, а тільки товару.

4. Матричні методи («Бостон консалтинг груп», компанія «Мак-Кінзі» та інші). Недоліками цих методів є те, що матриця БКГ відображає результат конкурентної боротьби, не розкриваючи факторів конкурентоспроможності, а матриця «Мак-Кінзі» складна в застосуванні: ускладнено отримання необхідної інформації, відсутнє однозначне трактування понять «оптимальна стратегія» та «критичний рівень капітальних вкладень».

Основні переваги: матрицю БКГ можна використовувати для розподілу фінансів між різними товарними групами; матриця «Мак-Кінзі» теоретично дає змогу уявити конкурентний статус підприємства.

Крім цих груп методів, існує безліч поглядів різних вчених. М. Портер використав систему показників, що відображають ефективність використання підприємством ресурсів.

Більш повну оцінку конкурентоспроможності дозволять отримати методи, що базуються на теорії ефективної конкуренції, згідно якої конкурентоспроможними є підприємства, де найкраще організоване виробництво, збут продукції та ефективне управління фінансами. Прикладом цього підходу може бути методика консультаційної американської фірми «Дан енд Бредстрит», що містить три групи показників. Перша група – це показники ефективності виробничо-збутової діяльності підприємства, друга – показники, що характеризують стан виробничої сфери діяльності підприємства, третю групу формують показники, що пов'язані з фінансовою діяльністю підприємства.

І. Н. Герчикова виділяє такі показники, як конкурентоспроможність продукції та ефект від її реалізації, відношення вартості реалізованої продукції до її кількості за поточний період, відношення прибутку до загальної вартості продажів, завантаження виробничих потужностей, портфель замовлень, обсяг капіталовкладень та інші [5, с. 249–255].

Л. І. Цигичко вивчає конкуренцію за допомогою порівняння підприємства з конкурентами. Даний метод рекомендується доповнити інформацією щодо абсолютних фінансових результатів (чистий прибуток і рентабельність) [4, с. 166–168].

А. Олів'є, А. Дайян, Р. Урсе вивчають підприємство за допомогою багатокутника. Вони використовують такі основні критерії: якість, ціна, фінанси, торгівля, післяпродажне обслуговування, зовнішня політика, підготовка перед продажем, концепція товару [1, с. 512–514].

Також в процесі проведення стратегічного аналізу об'єкту використовуються такі методи, як STEP-аналіз, SWOT-аналіз, SPACE-аналіз, GAP-аналіз, метод аналізу LOTS, PIMS-аналіз, система 111-555.

Підводячи підсумок аналізу методів оцінки конкурентоспроможності, пріоритетне положення мають методи оцінки зведеного рівня, основою якого є систематизований набір показників, за умови використання надійних експертних оцінок.

Висновки. Розглянувши декілька методів оцінки конкурентоспроможності, пропонується удосконалити методіку оцінки, яка, на відміну від існуючих, базується на одночасному і паралельному використанні декількох методів оцінки; звернути увагу на набір оцінюючих показників та організаційні підходи стратегічного планування, здійснити розробку конкурентних стратегічних альтернатив розвитку підприємства та визначити перспективи розвитку підприємства в умовах впливу факторів економіки.

Рекомендується за основні методи брати матричні, охоплюючи максимум показників, не надавати великого значення методам, де використовуються експертні оцінки, оскільки вони не є точними.

Список літератури

1. Академия рынка: Маркетинг : пер. с фр. / А. Дайан, Ф. Букерель, А. Оливье и др. ; науч. ред. А. Г. Худокормов. – М. : Экономика, 1993. – 571 с.
2. Гриньова В. М. Фінанси підприємств : навч. посіб. / В. М. Гриньова, В. О. Коюда. – 3-тє вид., переробл. і допов. – Х. : ІНЖЕК, 2004. – 431 с.
3. Данилюк М. О. Фінансовий менеджмент / М. О. Данилюк, В. І. Савич. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 203 с.
4. Еферин В. П. Оценка конкурентоспособности при маркетинговых исследованиях / В. П. Еферин, В. В. Мотин. – М. : Домодедово, 1993. – 23 с.
5. Ноздрева Р. Б. Маркетинг: как побеждать на рынке / Р. Б. Ноздрева, Л. И. Цыгичко. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 304 с.
6. Шубалий О. М. Методика порівняльної оцінки конкурентних переваг підприємств галузі / О. М. Шубалий // Акт. пробл. економіки. – 2008. – № 1. – С. 70–77.

УДК 330. 322

К. В. Фостій*Науковий керівник: канд. екон. наук Т. М. Кірік***КРИТЕРІЙ ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ
В УКРАЇНІ****Резюме**

В статті проаналізовані теоретичні аспекти інвестування. Обґрунтована можливість використання динамічних показувачів для оцінки ефективності інвестицій в розвиток підприємства. Показано, що інвестиції в розвиток підприємства оправдані, якщо вони мають високий рівень окупності.

Summary

The article deals with the theoretical aspects of investment. The possibility of using dynamic parameters for evaluating the effectiveness of capital investment has been confirmed. It is shown that investments in an enterprise are justified if they have a high level of return.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційні рішення, інвестиційна діяльність.

Актуальність теми. Економічне зростання та економічний розвиток багато в чому залежать від інвестиційної діяльності, ефективність яких визначає прогрес суспільства. Однією з головних причин стримування розвитку інвестиційної діяльності є прийняття неефективних рішень щодо використання інвестиційних ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання інвестиційних рішень є предметом досліджень багатьох науковців та наукових колективів. Інвестиційний підхід розглядають практично всі дослідники інвестиційного капіталу.

Серед наукових розробок вітчизняних та російських вчених, які присвячено проблемам впливу рішень на інвестиційну діяльність, варто відзначити роботи І. Борщука, О. Бугрова, В. Варені, В. Головатюка, А. Дагаєва, І. Дворака, О. Зальотова, О. Іваницької, М. Клапківа, В. Мартиненка, А. Пересади, О. Чечелюка, В. М. Хобта та інших. Разом з тим слід зауважити, що існують питання, які вимагають подальшого розв'язання та комплексного дослідження, тобто теоретичні та прикладні аспекти визначення ефективності інвестиційних рішень.

Подальше дослідження та вирішення теоретичних та науково-методичних проблем в галузі інвестиційних рішень та діяльності як на загальнодержавному, так і підприємницькому рівнях є важливим завданням, що має державне значення та зумовлює актуальність теми роботи.

Мета статті. Метою даної роботи є аналіз теоретичних положень та методичних результатів для забезпечення раціонального використання інвестиційних ресурсів та стимулювання їх залучення.

Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких завдань: уточнити сутність понять «інвестиційні рішення» та «інвестиційна діяльність», розглянути наявні методи та інструменти державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні, обґрунтувати загальні принципи інвестиційних рішень.

Вклад основного матеріалу. На сучасному етапі розвитку економіки однією з найбільш гострих проблем України залишається досягнення стабільного економічного зростання. Серед факторів, які безпосередньо впливають на динаміку економічного розвитку, провідне місце, безсумнівно, належить інвестиційній сфері.

З економічної точки зору слово «інвестиція» походить від латинського «invest», що означає вкладати. Сьогодні значення інвестицій в економіці підприємства досить високе. Для того щоб підприємство могло успішно функціонувати, підвищувати якість продукції, знижувати витрати виробництва і підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції, воно повинно направляти фінансові ресурси на поточні витрати та на інвестиції.

Інвестиційна діяльність – це широкий комплекс цілеспрямованих проектних, організаційних, економічних, фінансових, управлінських дій, що виконуються в інтересах ефективної реалізації інвестицій. Основною метою сучасної інвестиційної діяльності є переведення економіки на інтенсивний шлях розвитку в умовах ринкових відносин з послідовним скороченням витрат на екстенсивне зростання виробничого потенціалу та збільшення вкладень в інтенсифікацію вже створених виробничих фондів.

Під час економічної кризи інвестиційна діяльність в Україні значно знизилася. Попит на інвестиції падав значно швидше, ніж виробництво валового продукту. Однією з причин цього було те, що інфляція суттєво знецінювала інвестиційні засоби. Протягом останніх років, незважаючи на значне уповільнення темпів інфляції,

зменшується частка довгострокових кредитів, наданих суб'єктам господарювання усіх форм власності, в загальному обсязі кредитів в економіці країни [1].

Значне поліпшення інвестиційного клімату стає одним з найважливіших завдань економічної політики уряду. В умовах обмеженості бюджетних ресурсів державі необхідно не тільки створити всі умови, що полегшують приплив приватних інвестицій у реальний сектор, але і зробити вкладення у вітчизняну економіку однією з найбільш вигідних форм використання вільних фінансових ресурсів приватних інвесторів [2].

Інвестиційний клімат – економічні, політичні, фінансові умови, які впливають на приплив внутрішніх і зовнішніх інвестицій в економіку країни.

Дослідження теоретичних та методичних моделей функціонування інвестиційних процесів створили можливість виявити існуючі вади формування інвестиційних ресурсів та визначити основні резерви й умови активізації джерел фінансування національного господарства.

Для перехідної економіки України необхідна власна модель, яка враховує як загальні, так і специфічні вимоги ринкової економіки. Загальнотеоретичне дослідження дало змогу удосконалити концепцію формування інвестиційних ресурсів і визначити місце й роль нагромадження амортизаційного фонду та прибутку суб'єктів господарської діяльності у створенні особистих джерел. Об'єктом інвестиційної діяльності є інвестиційні ресурси – матеріальні, фінансові та інші цінності, які вкладаються в економічну діяльність для отримання прибутку чи економічного ефекту, тому в роботі обґрунтовано чинники, що забезпечують постійну керуючу дію, спрямовану на активізацію джерел інвестиційних ресурсів, ефективну акумуляцію та розподіл їх для реалізації на основі досвіду розвинутих країн.

На етапі переходу до ринкової економіки формується новий підхід до моделювання і починають з'являтися окремі економіко-тематичні формулювання завдань з комплексного моделювання. Останнім часом усе більшого поширення набувають принципи поетапного коригування економічної політики на базі прогнозуючих еталонних моделей, тобто моделей бажаного розвитку економічних процесів.

В Україні здійснюється економічна реформа, тому сьогодні як

ніколи необхідні зусилля для поживлення господарчого життя з метою забезпечення стабілізації економіки й економічного зростання [4].

Серед завдань інвестиційної діяльності пріоритетними є максимізація доходу (прибутку) від інвестиційної діяльності і забезпечення високих темпів економічного розвитку компаній (фірм) та підприємств при достатній їх фінансовій стійкості.

Сутнісну характеристику інвестування та його подвійність чітко виявив Дж. Кейнс: з одного боку, він бачить у них величину акумульованого доходу з метою накопичення та обсягом ресурсів. Тобто потенційний інвестиційний попит. З іншого боку, інвестиції виступають у формі вкладень (витрат), які визначають приріст вартості капітального майна, тобто як реалізовані попит та пропозиція. Крім того, Дж. Кейнс трактував інвестиції як «поточний приріст цінностей капітального майна внаслідок виробничої діяльності даного періоду. Це – «...та частина доходу за даний період, яка не була використана для споживача» [3].

Для будь-якого підприємства є важливою розумна і цілеспрямована інвестиційна діяльність, оскільки вкладення коштів у реалізацію різних проектів несуть у собі завдання досягнення визначених цілей у залежності від проведеної підприємством політики. Цілі можуть бути всілякими: підвищення рентабельності виробничого процесу, заміна застарілого устаткування, і як наслідок – підвищення ефективності, розширення виробництва, збільшення частки ринку, технологічний прорив та інше.

Висновки. Найважливішими критеріями для інвесторів при вирішенні проблеми доцільності інвестування є: обсяг капіталовкладень, термін окупності проекту, норма рентабельності, можливість захоплення суттєвої долі ринку.

Перспективними більшість інвесторів вважає проекти, норма рентабельності яких перевищує 30% на рік.

В умовах ризику й невизначеності найбільш цікавими для інвесторів на сучасному етапі є проекти, термін окупності яких не перевищує трьох років.

При вирішенні питання щодо фінансування проектів суттєву роль сьогодні відіграє джерело фінансування (бюджетні кошти, власний капітал, залучений капітал), а також «політичний фактор».

Список літератури

1. Ілляшенко К. В. Можливості підвищення економічної ефективності інвестицій за рахунок зниження ризиків / К. В. Ілляшенко // Економіка і регіон. Наук. вісн. Полтав. НТУ. – 2007. – 78 с.
2. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність : навч. посіб. / Т. В. Майорова. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 376 с.
3. Мустафаєва Е. Н. (Товкес). Розвиток інвестиційного проектування в Україні / Е. Н. Мустафаєва (Товкес) // Експрес-новини: наука, техніка, виробництво. – 1998. – № 9 – С. 32–33.
4. Новак І. М. Сучасні пріоритети інвестування людського капіталу в Україні / І. М. Новак // Зб. наук. пр. Харк. нац. екон. ун-ту. Упр. розвитком. – 2006. – № 4 – С. 83–86.

УДК 658.151

Е. П. Цяцка

Научный руководитель: д-р экон. наук О. Л. Яременко

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ КАК СПОСОБ
ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Резюме

У статті викладено результат дослідження теоретичних та практичних підходів до сутності поняття «інновації» та принципів управління інноваціями як джерелом економічного розвитку підприємства і зростання конкурентоспроможності товарів. Автором було сформульовано основні визначення. Запропоновано елементи щодо підвищення конкурентоспроможності за рахунок підвищення ефективності впровадження технологічних інновацій.

Summary

The article presents the results of studying theoretical and practical approaches to the essence of innovation and principles of innovation management as a source of economic development of an enterprise and competitiveness growth of a commodity. The author formulates basic definitions. Elements of the efficiency increase of competitiveness are suggested by means of increasing the efficiency of the technological innovation.

Ключевые слова: инновации, технологическая инновация, конкурентоспособность, управление конкурентоспособностью.

Постановка проблеми. Ключевыми признаками развития современных предприятий – лидеров региональных или национальных рынков – является внедрение технических инноваций, дифференциация которых происходит за счет увеличения конкуренции. В основе конкурентного преимущества предприятия лежит стимулирование обновления и совершенствования, то есть стимулирование производства инноваций. Таким образом, процесс создания и поддержания конкурентоспособности чрезвычайно локализован. Различия в экономике стран, в их культуре, населении, инфраструктуре, управлении, национальных ценностях и даже в истории – все это в той или иной степени влияет на конкурентоспособность национальных компаний. Несмотря на все возрастающее значение глобализации, национальная конкурентоспособность определяется набором факторов, зависящих от конкретных, локальных условий.

Цель исследования. На современном этапе экономического развития встает насущная необходимость системного подхода к управлению конкурентоспособностью, что объясняется большим количеством факторов, которые влияют на конкурентоспособность. Среди них можно выделить технологические, финансовые, информационные, рыночные и прочие. Конкуренция служит одним из важнейших факторов, стимулирующих повышение эффективности экономики страны и ее регионов.

Результаты исследования. Инновации, нововведения – новые или усовершенствованные технологии, виды продукции или услуг, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, способствующие продвижению технологий, товарной продукции и услуг. Инновация является конечным результатом основанной на использовании достижений науки и передового опыта деятельности по реализации нового или усовершенствования реализуемого на рынке продукта, технологического процесса и организационно-технических мероприятий, используемых в практической деятельности. Непременным свойством инновации является научно-техническая новизна. Поэтому необходимо отличать инновации от несущественных видоизменений в продуктах и технологических процессах (изменения цвета, формы и т. п.); незначительных

технических или внешних изменений продукта, а также входящих в него компонентов.

Технологическая инновация – инновация, связанная с разработкой и освоением новых или усовершенствованных технологических процессов. Инновация в области организации и управления производством, социальных или информационных технологий не относится к технологической инновации. Термин «инновация» стал активно использоваться в переходной экономике Украины как самостоятельно, так и для обозначения ряда родственных понятий: «инновационная деятельность», «инновационный процесс», «инновационное решение» и т. п.

Научно-техническая деятельность – деятельность, включающая в себя проведение прикладных исследований и разработок с целью создания новых или усовершенствования существующих способов и средств осуществления конкретных процессов.

Различные авторы, (например, Н. Мончев, И. Перлаки, В. Д. Хартман, Э. Мэнсфилд, Р. Фостер, Б. Твист, И. Шумпетер, Э. Роджерс и др.) трактуют это понятие в зависимости от объекта и предмета своего исследования [1; 2; 8].

В настоящее время применительно к технологическим инновациям действуют понятия, установленные Руководством Осло и нашедшие отражение в Международных стандартах в статистике науки, техники и инноваций.

В соответствии с этими стандартами инновация – конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам [5; 6].

Анализ сегодняшнего экономического состояния отраслей свидетельствует, что реальным является постепенное повышение технологического развития машиностроения, металлургии и химической промышленности, где уровень рентабельности почти неизменен, как и уровень дохода. К тому же в этих отраслях промышленности наибольшее количество предприятий внедряет новые технологические процессы и осваивает новые виды продукции, что также связано с совершенствованием технологий [4; 7].

С относительно постоянной рентабельностью работают химико-фармацевтическая, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность.

Вопросы внедрения научно-технологических разработок в производство еще остаются нерешенными. Сегодня свыше 90% произведенной в Украине продукции не имеет современного научно-технического обеспечения, что отражается на конкурентоспособности и рентабельности большинства отечественных товаров. Финансовое состояние большинства производств не позволяет им внедрять новые технологии, удерживать высококвалифицированных специалистов. По экспертным оценкам из-за недоиспользования современных достижений науки и технологии в производстве Украина ежегодно теряет 10 млрд долларов США.

Сегодня в мире существует несколько методик оценки уровня конкурентоспособности, но объединяет эти методики признание ведущей роли инноваций в обеспечении конкурентоспособности. Для этих целей разрабатываются большие массивы статистических данных.

Свою оценку инновационной активности предлагает Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в ежегодном докладе «Science, Technology and Industry Scoreboard». Для этого применяется ряд показателей, отражающих уровень и структуру усилий, предпринимаемых странами в области науки и технологий.

Во всех развитых странах существуют государственные преференции, связанные с инновационной деятельностью, это может быть освобождение от уплаты налога на прибыль, которая направляется на инновации и новое развитие, могут быть льготы на аренду земли, также льготы по ввозу нового оборудования или же право начислять ускоренную амортизацию. Такая политика в значительной степени может стимулировать отечественные предприятия к внедрению технологических инноваций [3; 6].

При внедрении технологических инноваций необходимо также учитывать нормативно-правовую базу, которая существует в государстве. Национальное правовое поле, которое формализирует практику отношений между субъектами инновационной деятельности, представлено совокупностью нормативно правовых актов различных органов государственной власти, к которым принадлежат Законы Украины «О научной и научно-технической деятельности»,

«Об инновационной деятельности», «О приоритетных направлениях инновационной деятельности», «О приоритетных направлениях развития науки и техники», «О специальном режиме инвестиционной и инновационной деятельности технологических парков», «О государственных целевых программах» и ряд других. Однако качество законодательной базы, по оценкам экспертов-практиков, оставляет желать лучшего. Отсутствие конкретных правовых механизмов, частое изменение законодательства, которое нередко приводит к ухудшению административных и налоговых условий, никоим образом не способствует позитивной динамике инновационных процессов. В 2004–2005 гг. были отменены льготы по уплате налогов на прибыль, на добавленную стоимость предприятий, которые принадлежат к технологическим паркам, по соображениям неэффективности этих льгот и роста непрозрачности и злоупотреблений в этой сфере.

Выводы и перспективы. В числе основных тенденций инновационного развития современной промышленности можно назвать следующие:

1) рост воздействия глобализации на производственные фирмы в результате повышения эффективности функционирования рынков, улучшения предпринимательской среды и корпоративного управления; снижение компьютерных, коммуникационных, транспортных и логистических издержек, либерализация торговли и инвестиций;

2) значительные сдвиги в сферах научно-технического прогресса, основанных на новых универсальных технологиях, в первую очередь информационных, которые могут быть распространены во всех секторах экономики и отраслях промышленности;

3) усиление, прежде всего в области наукоемкого производства, значения малых и средних, преимущественно венчурных фирм, возрастание их вклада в экономический рост, создание новых рабочих мест и повышение благосостояния населения;

4) зарождение и становление новых и новейших производств, а также замена отмирающих отраслей – суть структурных сдвигов в промышленности и одновременно основа ее устойчивого развития.

Также не стоит забывать о негативных моментах, с которыми сталкиваются предприниматели при внедрении инноваций в условиях современной Украины (отсутствие льгот, высокие налоги и пр.).

Мировой опыт показывает, что общество, которое не способно использовать высокотехнологические инновационные достижения, не может трансформироваться, развиваться и претендовать на место на мировом рынке, при этом развитие инновационной инфраструктуры должно стать приоритетной задачей государства. Новое время ставит перед Украиной жесткую альтернативу: либо наше государство создает механизмы технологического обновления экономики и формирует свой инновационный сектор на мировом рынке, либо превращается в зависимый придаток инновационно-развитых стран мира. Как отмечают эксперты в отрасли конкурентных стратегий, наибольшие преимущества экономическая структура может достигать через инновации, причем при условии использования нововведений в различных направлениях, таких как внедрение новых технологий и применение новых методов работы.

Список литературы

1. Рогозин Н. К. Роль технологических инноваций в экономическом росте передовых стран : моногр. / Н. К. Рогозин, А. А. Стриженко. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2010. – 188 с.
2. Вагин С. Г. Технологические инновации и конкурентоспособность стран на мировых рынках технологий / С. Г. Вагин // Соц.-экон. упр.: теория и практика. – 2009. – № 1. – С. 4–11.
3. Гарчук Ю. О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю / Ю. О. Гарчук // Акт. пробл. економіки. – 2008. – № 2. – С. 60–65
4. Згуровский М. В. Научно-технологическое развитие Украины в условиях мировой глобализации / М. В. Згуровский // Зеркало недели. – 2008. – № 12. – С. 14–16
5. Летников В. Б. Технологические инновации и конкурентоспособность бизнеса / В. Б. Летников // Российское предпринимательство. – 2005. – № 11. – С. 35–38
6. Макаренко М. В. Технологія управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / М. В. Макаренко // Акт. пробл. економіки. – 2010. – № 4. – С. 114–119
7. Попрозман О. І. Управління якістю продукції як засіб впливу на ефективність виробництва / О. І. Попрозман // Економіка і управління. – 2005. – № 1. – С. 75–79
8. Кротков А. М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А. М. Кротков, Ю. Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 59–86.

Філологія



УДК 811.161.2255.4-051 Лукаш

Ю. В. Белєвцова

Науковий керівник: канд. філол. наук А. О. Івахненко

ПЕРЕКЛАДАЦЬКА СКАРБНИЦЯ МИКОЛИ ЛУКАША

Резюме

В статтю аналізується перекладеский стиль Миколи Лукаша. Осуществляється сравнение оригинальных текстов таких писателей, как Ф. Шиллер, Л. Кэрролл, Р. Бернс с переводами М. Лукаша. Автор исследования делает вывод о высоком художественном мастерстве украинского переводчика и его умении раскрывать потенциал украинского языка.

Summary

The article analyzes the translation style of Mykola Lukash's works. The comparison of original texts of such writers as F. Schiller, L. Carroll, R. Burns with translations of M. Lukash is realized. The author of the research comes to the conclusion as for the great mastery of the Ukrainian translator and his ability to disclose the potential of Ukrainian language.

Ключові слова: Микола Лукаш, переклад, новотвір, синонім, українська мова.

Об'єкт дослідження даної статті – перекладацький стиль Миколи Лукаша. *Предметом* є передача образних художніх засобів у перекладах М. Лукаша з англійської та німецької мов. *Метою* роботи є визначення перекладацьких прийомів, що їх використовував М. Лукаш. *Матеріалом* слугують вірші Р. Бернса «John Barleycorn», «John Anderson, My Jo», «Sweet Afton», Ф. Шиллера «Das Lied von der Glocke» та твір Л. Керролла «Alice in Wonderland» в оригіналах і перекладах М. Лукаша. *Актуальність* дослідження визначається необхідністю включення перекладів творів світової літератури у контекст україномовного літературного простору. *Наукова новизна* роботи полягає в порівняльному аналізі вищезазначених текстів за наявністю стилістично забарвлених слів, фразеологічних одиниць та інших стилістичних прийомів. *Перспективою* може стати аналіз відтворення емоційного забарвлення оригіналів у роботах М. Лукаша.

Автори монографічного дослідження Лукашевих праць зазначають таке: «Адекватна оцінка художньої вартості перекладу можлива лише за умови звернення до мовної особистості творця перекладу, конкретного носія національно-мовного матеріалу, в якому відтворюється перекладений твір» [3, с. 279]. Адже саме такий підхід дозволяє не тільки розкрити змістовні збіги з оригіналом, а й виявити, «який вклад в структуру художнього образу першотвору вносить мовна особистість перекладача». Лукашеві ж переклади характеризуються яскравою «поетичною індивідуальністю» [там само].

М. Лукаш «занурювався» у твори, які були матеріалом для його подальших перекладів, при чому перед ним було завдання не лише прочитати незнайомий твір, а й зрозуміти, що автор хотів передати читачу, знайти цікаве слово чи фразеологізм, який став би новотвором, або, взагалі, новим, незнайомим, але цікавим для українського читача виразом. Як справедливо зазначають дослідники, «для М. Лукаша оригінал не просто об'єкт для перекладу, для нього це своєрідний співрозмовник. Його діалог, художнє спілкування з першотвором спирається на відкритість, вміння слухати, готовність надати йому слова, щоб історичний зміст, закладений у творі, «заговорив» [3, с. 279]. Саме тут розкривається вміння перекладача досягнути замисел твору, актуалізувати чужу мову як свою, як художню єдність діалогу двох культур.

Творам М. Лукаша притаманна свобода і вільність володіння мистецтвом слова. Славетного перекладача приваблювали влучні авторські новотвори, рідкісні, призабуті слова й колоритні вислови, цікаві образи. Він невтомно фіксував їх упродовж усього життя, укладаючи багатотисячну картотеку – основу для майбутніх, за його задумом, лексикографічних праць, а при нагоді вводив їх у свої переклади, даруючи їм нове життя. Аналіз Лукашевих перекладів свідчить, що таке засвоєння лексичних та образних знахідок не було прямолінійним: він «не розчинявся у запозичених образах, а використовував їх широкі інтерпретаційні можливості для творення власної поетичної системи» [3, с. 251]. Він творив на рівні оригінального поета, шліфуючи свою унікальну манеру на багатих традиціях українського красного письменства. М. Лукаш був переконаний, що лексичним багатством українська мова не поступається жодній із найрозвиненіших мов світу, і намагався це повсякчас

доводити своїми перекладами. Особливо він захоплювався синонімічними можливостями української мови. Ось приклад, коли М. Лукаш утворює два синоніми з одного словосполучення:

There was three kings unto the east,	Зійшлись колись три королі
Three kings both great and high,	Суміжних володінь
And they have sworn a solemn oath	І поклялись, заприсяглись,
John Barleycorn should die.	Що згине Джон Ячмінь.
(Poem 222) [4]	[1, с. 152]

Або взагалі з несинонімічних слів утворює синоніми:

Prasselnd in die dürre Frucht	Шквал нестримний огневий
Fällt sie, in des Speichers Räume,	Вже залив сухі амбари,
In der Sparren dürre Bäume.	Затопив хліви й кошари.
[6]	[1, с. 144]

Хотілося б наголосити на тому, що як першокласний перекладач М. Лукаш, звісно, не перекладав слово в слово. Наведемо декілька прикладів, де він «шліфував» свій переклад під українського читача:

John Anderson, my jo John,	Джон Андерсон, мій друже!
When we were first acquent	Як я тебе спізнав,
Your locks were like the raven,	Твій чуб був чорний, як смола,
Your bonnie brow was brent.	В очах огонь ще грав.
(Poem 221) [4]	[1, с. 166]

Слід наголосити на тому, що точний переклад був би тут *чорний як ворон*, але українці так не кажуть.

У вірші «Sweet Afton» Роберта Бернса Микола Лукаш також «змінив» птахів, використавши вираз «голубе сизий», що є звичним для українського читача. Коли б він дослівно переклав «lapwing» як «чайка», це, без сумніву, «різало» б слух.

Thou stock-dove, whose echo resounds thro' the glen,
Ye wild whistling blackbirds in yon thorny den,
Thou *green-crested lapwing*, thy screaming forbear,
I charge you disturb not my slumbering fair.

(Poem 395) [4]

Ти, вутко, плинь хутко, мовчи, не ячи,
Ти, дрозде, сядь осьде, не так щибечи,
Ти, *голубе сизий*, не вельми гуди –
Хай спить моя Мері, не знає біди.

[1, с. 168]

У деяких випадках М. Лукаш унікав перекладу власних назв, наприклад, у «Alice in Wonderland»:

«You are old, Father William,» the young man said. [5]

– Ти старий, любий діду, – сказав молодик. [1, с. 216]

«How doth the little crocodile	Хороший крокодилонько,
Improve his shining tail	Скачавшися в піску,
And pour the waters of the Nile	Пірнає в чисту хвиленьку,
On every golden scale!»	Споліскує луску.
[5]	[1, с. 215]

До речі, в останньому з наведених віршів Лукаш переклав «little crocodile» не як «маленький крокодил», а передав цей вираз зменшувально-пестливим словом «крокодилонько», зберігши такий стиль і нижче, замінивши «waters of the Nile» на «хвиленьку».

Як було зазначено вище, М. Лукаш дуже часто вдавався до «прикрашань» оригіналів під час перекладу, і одним із методів цих «прикрас» були новотвори. Найбільш багатим на новотвори є Лукашевий переклад «Alice in Wonderland» Льюїса Керрола, у якому особливу увагу привертає вірш «Jabberwocky». Наведемо приклад декількох рядків з новотворами:

Був смажень, і швимкі яски
 Спірали в кружві,
 І марамульки йшли в пшашки,
 Як трулі долові.
 «Мій сину, бійсь Курзу-Верзу,
 То зубий дряполап!
 Не знайся з птицею Зу-зу
 І велезем Хап-Хап!»

[1, с. 219]

Наголосимо, що саме в цьому вірші новотвори – не особливість стилю Лукаша, а характерна риса оригіналу, яку Лукашеві вдалося блискуче зберегти в своєму перекладі. В той час як, наприклад, перекладаючи вірш «Tweedledum and Tweedledee» [5] того ж Льюїса Керрола, Микола Олексійович переклав звичайне словосполучення «nice new rattle» стилістично забарвленим словом «торохтілка».

Хотілося б навести декілька прикладів фразеологізмів, які найчастіше зустрічаються в працях М. Лукаша: «мимо вух пускав» [1,

с. 224], «ото хай дурня не валя, до перцю привикає» [1, с. 217], «то він все одно не страчає надій» [1, с. 219]. А якщо взяти, скажімо, поняття смерті, то у Лукашевих перекладах налічується близько 100 фразеологізмів із ним: «випустити духа», «вивалити язика», «бути на останній дорозі», «брести до домовини», «бути під землею», «заснути непробудно» [2, с. 55].

Таким чином, можна зробити висновок, що творчий доробок М. Лукаша багатогранний, включає серйозні напрацювання в галузі художнього перекладу, перекладознавства, мовознавства, зокрема, лексикографії. Високомайстерні переклади М. Лукаша з більш ніж двох десятків мов та понад ста авторів репрезентують найкращі зразки світового епосу, лірики і драми, засвідчуючи якісно новий етап розвитку українського художнього перекладу. Збереження ритмомелодики оригіналу, майстерне відтворення звукопису, багатство рим; максимальне використання морфологічних, синтаксичних та пунктуаційних засобів експресії; проникнення крізь твір оригіналу в універсальну глибину й віднайдення того, що об'єднує різні культури; пошук відповідних мотивів та образів в українській літературній традиції; оновлення, поглиблення, розвиток традиційних образів української літератури і фольклору – ось характерні ознаки Лукашевого перекладу.

Список літератури

1. Лукаш М. Від Бокаччо до Аполлінера / М. Лукаш. – К. : Дніпро, 1990. – 510 с.
2. Лукаш М. Перекладацькі студії / М. Лукаш // Всесвіт. – 1997. – № 2. – С. 131–160.
3. Черноватий Л. М. Микола Лукаш: Моцарт українського перекладу : біогр.-бібліогр. та мист. нарис / Л. М. Черноватий, В. І. Карабан та ін. – Вінниця : Нова Книга, 2009. – 445 с.
4. Burns R. Poems [Електронний ресурс] / Robert Burns. – Режим доступу: <http://www.robertburns.org/works>. – Назва з екрану
5. Carroll L. Fiction [Електронний ресурс] / Lewis Carroll. – Режим доступу: <http://www.hoboes.com/FireBlade/Fiction/Carroll/Alice>. – Назва з екрану.
6. Schiller F. Gedichte [Електронний ресурс] / Friedrich Schiller. – Режим доступу: <http://www.derweg.org/personen/werke/glocke.html>. – Назва з екрану.

УДК 821.111255.4

О. О. Велика

Науковий керівник: канд. філол. наук А. О. Івахненко

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДІВ ВІРША В. ВОРДСВОРТА «LUCY GRAY, OR SOLITUDE»

Резюме

Автор статті аналізує російський (Ігн. Ивановський) і український (М. Стріха) варіанти перекладу вірша. Сделан вывод, что каждый перевод можно считать правильным, поскольку он представляет собой одно из возможных трактований данного стиха.

Summary

The author of the article analyses the Russian translation made by Ign. Ivanovsky and Ukrainian translation made by M. Strikha. The conclusion is made that each variant is equally correct because it represents one of interpretations of this particular poetry.

Ключові слова: поетичний переклад, порівняльний аналіз, перекладацькі прийоми.

Об'єктом статті є проблема поетичного перекладу, *предметом* – переклад поезії англійських романтиків, *метою* – порівняння різних підходів до передачі одного тексту. *Матеріалом* слугують вірш В. Вордсворта «Lucy Gray, or Solitude» та два його переклади: українською мовою (М. Стріха) та російською (Ігн. Ивановський). *Новизна* полягає в комплексному підході до порівняльного аналізу оригіналу й перекладу. *Актуальність* роботи пов'язана з постійним інтересом науковців до проблем поетичного перекладу. *Перспективою* дослідження може стати подальше вивчення особливостей передачі поезії романтиків.

Розглянемо першоджерельний текст. У творі йде мова про маленьку дівчинку, яка перед бурею вирушила до міста зустрічати матір. На жаль, їй не судилося повернутися додому: непогода не дала їй змоги знайти дорогу назад. Сам поет охарактеризував свій твір як «спробу відтворити образ дівчинки, яка загубилася під час метелиці, надягнути на трагічні факти реального життя покривало уяви, перетворюючи справжній випадок на свого роду легенду» [2, с. 43].

Оригінал складається з чотирнадцяти строф по чотири рядки у кожній. Рима – чоловіча, тип рими – abab. Метр вірша – чотирьохстопний ямб в непарних рядках і тристопний – в парних рядках. Часто зустрічаються пірихії, наприклад, в таких рядках: *The solitary child, And sings a solitary song*. І. Р. Гальперін називає пірихії модуляторами ритму вірша, які «видозмінюють ритмічну сетку всередині строки, пристосовуючи її до нормам звучання живої розмовної мови» [3, с. 299].

Обидва переклади також написані чотирьохстопним (в непарних рядках) і трьохстопним ямбом (в парних рядках). Рима – чоловіча, тип рими – abab. В цільових текстах теж зустрічаються пірихії, наприклад, у таких рядках: *В задумчивой глуши, Но милой Люси никогда* у Ігн. Івановського чи *Мосі милої житло, Підстерегти наяд* у М. Стріхи [2, с. 78; 1]. Єдину формальну відмінність від оригіналу ми знайшли у варіанті, що його запропонував М. Стріха, а саме: кожен другий рядок починається з дещо більшого відступу від поля. Таке специфічне розташування відсутнє у початковому тексті.

Перейдемо до аналізу перекладу Ігн. Івановського. У цілому змістове наповнення було передано, але хотілося б звернути увагу на передачу змін настрою, присутніх в оригіналі, які були відтворені не зовсім точно. Так, наприклад, вже в четвертій строфі згадується буря. Вона турбує батька тому, що дівчинка мусить вирушати в дорогу назустріч матері і може зіткнутися з непогодою. Перекладач опускає цю інформацію і згадує бурю лише в шостій строфі, таким чином компенсуючи втрату при передачі даної строфи. У третій строфі автор першотексту згадує оленя та зайця. Ми вважаємо, що таким чином В. Вордсворт хотів викликати у читача образи чогось беззахисного і лякливого, якою і була лірична героїня твору. Але Ігн. Івановський замінює оленя на дрозда. Скупчення декількох приголосних у назві цього птаха надає їй дещо згрублого звучання, що в свою чергу викликає появу інших образів, відмінних від тих, що їх створив англійський поет.

У другій строфі В. Вордсворт називає свою ліричну героїню *The sweetest thing*. Слово *thing* не має достатньо повного відповідника ані в українській, ані в російській мовах, тому переклад цього слова викликає особливу цікавість. Так, Ігнат Івановський називає дівчинку *цветком*.

Слід відмітити також неточність в описі погоди. Наприклад, другу годину дня було замінено на третю, а словами «*Отец, я справлюсь дотемна*» Ігн. Івановський підкреслює те, що за вікном було досить світло, хоча в оригіналі вказується, що Люсі вже був потрібен ліхтар: *And take a lantern, Child*.

В сьомій строфі В. Вордсворт порівнює свою ліричну героїню з косулею, яка, незважаючи на непогоду, вперто продовжує рухатися вперед: *Not blither, With many a wanton stroke*. Перекладач, у свою чергу, використовує такі епітети: *стройна, проворна, легка*. Вони вказують на те, що лірична героїня без зусиль рухалась вперед. Можна припустити, що перекладач неправильно зрозумів зміст даного чотиривірша, спричинивши появу відмінностей у семантичному наповненні цільового та вихідного текстів.

Серед перекладацьких прийомів, які використовував Ігн. Івановський, можемо зустріти конкретизацію (*steep hills edge – косогор*), генералізацію значення (*hawthorn hedge – забор*), прийом смислового розвитку (*No mate, no comrade Lucy knew... – Нукто ей другом быть не мог...*), антонімічний переклад (*Beside a human door – В лесном краю растет*).

Перейдемо до аналізу перекладу М. Стріхи. Слід звернути увагу на те, що перекладач досить часто вдавався до часткової або повної заміни лексичного наповнення першотексту задля збереження образу, настрою, присутнього в оригіналі, наприклад, при передачі сьомої строфи. Автор оригіналу говорить про дівчинку як про косулю, якій досить важко рухатись вперед через сніг. У цільовому тексті М. Стріха теж відтворює образ косулі, але, крім снігу, вона ще бореться з бурею і громом: *With many a wanton stroke / Her feet disperse the powdery snow і Страхас бідну грім, / Її січе колючий сніг*. Якщо не брати до уваги, що в оригіналі буря починається пізніше, то можемо сказати, що перекладачеві вдалося передати загальний настрій даної строфи.

Слід звернути увагу на передачу словосполучення *the sweetest thing*. Перекладач пропонує наступний варіант: *Моя мила*, змінюючи образ самого ліричного героя, оскільки він виступає тепер не лише як оповідач, а й як людина, котра має певні почуття до Люсі.

У третій строфі першотексту мова йде про оленя та зайця – тварин, які асоціюються з чимось беззахисним і полохливим. На нашу думку, автор хотів підкреслити, що головна героїня ще зовсім

дитина. М. Стріха замінив *fawn* та *hare* на казкових та міфічних істот, а саме *фей* та *наяд*. Хоча внаслідок подібної лексичної заміни вірш почав нагадувати казку, але згадка про раніше названих істот все ж відтворює дитячі образи, про які йшлося в оригіналі.

Перекладач також опустив деякі деталі, що несли особливе змістове навантаження. Так, у четвертій строфі темп вірша дещо пожвавлюється: в ньому згадується буря, що наближається. Але навіть за таких обставин батько просить дівчинку піти до міста з ліхтарем і зустріти матір. У варіанті, що його запропонував М. Стріха, читаємо: *Візьми ж ліхтар собі світить / Крізь снігові нурти*. З даних рядків можемо зробити висновок, що причина подорожі дівчинки невідома.

Проаналізуємо переклад рядка *an open field they crossed*. М. Стрісі досить точно вдалося передати зміст, хоча слід відмітити деякі розбіжності лексичного характеру: в цільовому тексті читаємо *через шир снігів*. На наш погляд, така генералізація може бути цілком виправданою, оскільки, по-перше, і поле, і шир використовуються для позначення відкритої місцевості; по-друге, вона допомогла зберегти авторський метр вірша.

В. Вордсворт описує міст так: *the bridge of wood, A furlong from their door*. Таким чином автор підкреслює трагічність долі маленької дівчинки, котрій судилося загинути неподалік від дому. У перекладі М. Стріхи лише говориться, що сліди Люсі Грей зникають на мосту, але нічого не сказано про те, де саме він знаходиться.

М. Стріха застосовував наступні перекладацькі прийоми: прийом смислового розвитку (*And further there were none – А далі тільки сніг*), прийом цілісного перетворення (*You yet may spy the fawn at play, / The hare upon the green; – У непрях можна стріми фей, / Підстерегти наяд*), конкретизація (*The storm came on before its time – Неждано вітер налетів. / На землю впала мла*), генералізація (*hawthorn hedge – живоплім*).

На основі проведеного аналізу можемо зробити висновок, що обом перекладачам вдалося відтворити образи і настрої, присутні в оригіналі, хоча вони й використовували для цього різні засоби. Утім, неможливо точно визначити, який переклад краще передав зміст першоджерела, адже кожен поетичний твір має безліч трактувань, і перекладач лише обирає серед них [5, с. 317; 6, с. 88]. Він

переосмислює зміст першоджерела, виділяє основні моменти, які слід підкреслити, а також обирає, чим можна знехтувати при перекладі саме цього тексту. Таким чином, він сам вирішує, яку інформацію слід обов'язково залишити, а яку можна опустити. «В деле стихотворного перевода словесная точность не только не является критерием достоинства, но напротив – в большинстве случаев она умерщвляет перевод как произведение искусства и потому решительно ему противопоказана» [4, с. 118]. Отже, пріоритетним для перекладача поезії залишається відтворення образу, створеного автором.

Список літератури

1. Вордсворт В. Поезії / В. Вордсворт // Всесвіт. – 1991. – № 5. – С. 174–178.
2. Вордсворт У. Избранная лирика : сб. / У. Вордсворт ; сост. Е. Зыковой. – М. : Радуга, 2001. – 592 с.
3. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка / И. Р. Гальперин. – М. : Изд-во лит. на иностр. яз., 1958. – 459 с.
4. Гончаренко С. Ф. Поэтический перевод и перевод поэзии: константы и вариативность / С. Ф. Гончаренко // Тетради переводчика : науч.-теор. сб. / ред. Л. С. Бархударов. – М. : Междунар. отношения, 1999. – № 24. – С. 107–122.
5. Пермінова А. О. Три причини множинності поетичного твору / А. О. Пермінова // Нова філологія : зб. наук. пр. – Запоріжжя : ЗНУ, 2008. – № 29. – С. 314–318.
6. Рильський М. Т. Проблеми художнього перекладу / М. Т. Рильський // Мистецтво перекладу: статті, виступи, нотатки. – К. : Рад. письменник, 1975. – С. 25–92.

Е. С. Головастикова

Научный руководитель: канд. филол. наук Л. В. Михайлова

СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ВЕЖЛИВОСТИ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Резюме

Мовленнєва комунікація є однією з центральних проблем сучасної лінгвістики. Дотримання правил поведінки є запорукою успішної комунікації. Ввічливість трактуємо як набір стратегій уникнення конфлікту. Основним поняттям теорії ввічливості є поняття «обличчя». У теорії ввічливості розглядаємо «негативну» і «позитивну» ввічливість.

Summary

Interpersonal communication is one of the central problems of modern linguistics. Using the rules of speech communication makes this communication more effective. We interpret politeness as a set of strategies of avoidance of conflict. The basic concept of politeness theory is a concept of «face». In politeness theory we examine «negative» and «positive» politeness.

Ключевые слова: теория вежливости, речевой этикет, речевой акт, межкультурная коммуникация, ликоповреждающие акты.

Данная статья посвящена анализу способов выражения вежливости в современном английском языке.

Объектом изучения данного исследования является принцип вежливости в англоязычном дискурсе, *предметом* – способы выражения вежливости. Вежливость – универсальная категория, присущая всем культурным сообществам, но в тоже время она культурно вариативна [4]. Интерес к изучению данной категории является неизменным. *Актуальность* работы обусловлена тем, что исследование роли межличностной коммуникации остается одной из центральных проблем современной лингвистики [5].

Труды отечественных и зарубежных лингвистов охватывают широкий спектр проблем, связанных с пониманием вежливости.

Как предмет лингвистического анализа вежливость изучалась такими лингвистами, как Lakoff (1973); Brown, Levinson (1987); Kasper (1990); Leech (1993); Формановская (1989); Карасик (1992),

Земская (1994); Ратмайр (2003). В их исследованиях вежливость анализируется либо с точки зрения общих стратегий поведения, либо с точки зрения выявления специфики выражения положительного отношения к человеку на материале отдельных речевых актов в конкретном языке. Вежливость, по общему убеждению, является демонстрацией уважения к собеседнику. Вежливость трактуется как корпус стратегий ухода от конфликтов [8, с. 197], а также как тип социальной индикации (прагматический подход к вежливости как лингвистическому явлению) [3, с. 76].

Основные положения теории вежливости представлены в исследовании П. Браун и С. Левинсона [7]. Остановимся подробнее на этой теории как наиболее полной и непротиворечивой, по мнению большинства исследователей.

Основным понятием этой теории является «лицо» (*public self-image face*), под которым подразумевается позитивная социальная ценность, которой обладает каждый член общества. Любое действие совершается с целью сохранить «лицо» или избежать «потери лица».

Используя концепты «сохранение/потеря лица», П. Браун и С. Левинсон разрабатывают общую теорию, в которой обосновывают предсказуемость в реализации категории вежливости, исходя из оценки «весомости» речевого акта. Эта весомость определяется следующими факторами: различием в социальной дистанции между говорящим и слушающим и трудоемкостью выполнения действия, связанного с угрозой потери лица [7].

Основная мысль данной теории заключается в положении, согласно которому, чем больше говорящий создает угрозу потери лица для слушающего (*face threatening acts*), тем вежливее он будет говорить [6].

Различают «негативную» и «позитивную» формы вежливости (*positive and negative politeness*). Негативная вежливость связана с предоставлением коммуникации, позитивная вежливость – с демонстрацией единства и солидарности [7].

Принципы вежливости предстают и как прагматические особенности речи. Одним из принципов, сформулированных Г. П. Грайсом, является принцип вежливости, играющий решающую роль в оформлении высказывания и в отборе речевых вариантов выражения этикетных речевых актов [1, с. 229].

Рассмотрим постулаты, которые Г. Грайс ввел в научный обиход и сформулировал в виде основного принципа кооперации и четырех правил, вытекающих из этого принципа:

– постулат качества/истинности (сообщение не должно быть ложным или не имеющим под собой должных оснований);

– постулат количества/информативности (понимание сообщения зависит от его информативной насыщенности. Говорящий должен учитывать экстралингвистическую реальность, все компоненты коммуникативного контекста, включающего в себя фоновые знания и отношения между коммуникантами);

– постулат отношения/релевантности (высказывание должно быть по существу; переход говорящего к новому предмету разговора сопровождается сигналом о перемене темы);

– постулат модальности (речь идет о выборе говорящим языкового кода, лексических и грамматических средств; сообщение должно быть ясным, четким, не содержать непонятных для адресата слов и выражений) [1].

Эти правила дополняются и корректируются принципами вежливости Г. Лича, которые включают следующие постулаты:

– постулат такта (причиняй минимум неудобств и оказывай максимум удобств другому);

– постулат великодушия (оказывай минимум удобств себе и максимум удобств другому);

– постулат одобрения (своди к минимуму отрицательную оценку других, стремись к максимально положительной оценке других);

– постулат скромности (минимально хвали себя, максимально порицай себя);

– постулат согласия (своди к минимуму разногласие между собой и другим, стремись к максимальному согласию между собой и другим);

– постулат симпатии (своди к минимуму антипатию между собой и другим, стремись к максимальной симпатии между собой и другим) [9].

В англоязычном дискурсе понятия вежливости и речевого этикета тесно связаны друг с другом.

Рассмотрим английский речевой этикет более подробно. Английский речевой этикет – это совокупность специальных слов и выражений, придающих вежливую форму английской речи, а также

правила, согласно которым эти слова и выражения употребляются на практике в различных ситуациях общения [2].

Английский речевой этикет имеет давние и очень авторитетные традиции – всякое отклонение от речевого этикета воспринимается как проявление невоспитанности, невежливости или как преднамеренная грубость [2].

В англоязычном обществе между культурными людьми общение ведется на трех уровнях вежливости – официальном, нейтральном и фамильярном. Каждому уровню вежливости соответствует свой собственный стиль речи [2].

Рассмотрим примеры этих стилей речи. Предположим, что у англичанина остановились часы, и он вынужден уточнить время. Обращаясь к приятелю, англичанин спросит:

- *What time is it, Tom?*
- *Который час, Том?*

Вопрос «What time is it?» соответствует фамильярному стилю речи и уместен на фамильярном уровне вежливости – в семье, в родственном кругу, между друзьями и приятелями.

Вежливый на фамильярном уровне вежливости, этот вопрос – «What time is it?», недостаточно вежлив, а иногда и груб на нейтральном уровне вежливости, когда англичанин обращается с этим вопросом не к приятелю, а к незнакомому прохожему. К незнакомому прохожему следует обратиться с вежливой просьбой:

- *Excuse me, could you tell me the time, please?*
- *Извините, вы не могли бы сказать который час, будьте любезны!*

Вежливая просьба: «Excuse me, could you tell me the time, please?» соответствует нейтральному уровню вежливости и нейтральному стилю речи, но на фамильярном уровне вежливости, в семейном или приятельском кругу, просьба «Excuse me, could you tell me the time, please?» покажется неестественной по тону или искусственно-напыщенной [2].

Зимой, в гололедицу, женщина поскользнулась и упала. В зависимости от того, кто помог ей подняться: полицейский, муж или случайный прохожий – соответственными и будут обращенные к ней речи:

- *Are you all right, madam?* – *вежливо осведомится полицейский.*
- *Are you all right, darling?* – *побеспокоится заботливый муж.*
- *Are you all right?* – *с участием спросит незнакомый прохожий.*

В приведенной ситуации все три лица – полицейский, муж и прохожий – спросили бы женщину об одном и том же, но обратились бы к ней по-разному.

Madam – это официальная форма обращения, употребительная на официальном уровне вежливости и соответствующая официальному стилю речи.

Darling – это фамильярная форма обращения, соответствующая фамильярному уровню вежливости и фамильярному стилю речи [2].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что категория вежливости и правила ее употребления достаточно специфичны в различных языках. Но принцип вежливости применяется в любой ситуации, особенно в рамках межкультурного общения. Речевой этикет помогает не оскорблять человека, не унижать его достоинство, а, напротив, выражать ему уважение, проявлять доброжелательство. Правила речевого поведения, в частности в англоязычных странах, являются залогом успешной коммуникации.

Список литературы

1. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубеж. лингвистике. – Вып. 16. Лингвист. прагматика / под. общ. ред. Е. В. Падучевой. – М., 1975. – С. 217–237.

2. Григорьев Л. Л. Английский речевой этикет [Электронный ресурс] / Л. Л. Григорьев. – Режим доступа: <http://www.englishhome.ru/english-k.html>. – Загл. с экрана.

3. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : Ин-т языкознания РАН, Волгоград. пед. ин-т, 1992. – 333 с.

4. Окладникова Л. В. Проблема универсальности вежливости [Электронный ресурс] / Л. В. Окладникова. – Режим доступа: <http://izvestia.isea.ru/pdf.asp?id=4863>. – Загл. с экрана.

5. Пеливан О. К. Просодические средства реализации вежливости/ невежливости в английском конфликтном диалогическом дискурсе [Электронный ресурс] / О. К. Пеливан. – Режим доступа: http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/zrgf/2009_24/Articles/Pelivan%20RGF24.pdf. – Загл. с экрана.

6. Тюрина С. Ю. Принцип вежливости в теории и практике межкультурной коммуникации [Электронный ресурс] / С. Ю. Тюрина. – Режим доступа: http://vfnglu.wladimir.ru/Rus/NetMag/v5/v5_ar05.htm. – Загл. с экрана.

7. Brown P. Politeness: Some Universals in Language Usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge, 1978. – 130 p.

8. Kasper G. Linguistic Politeness: Current Research Issues / G. Kasper // Journal of Pragmatics. – 1990. – № 2. – P. 193–218.

9. Leech G. N. Principles of Pragmatics / G. N. Leech. – London, 1983. – 230 p.

УДК 811.133.1'373.7'25

М. М. Голодюк

Научный руководитель: д-р филол. наук И. С. Шевченко

НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ ЦВЕТА И СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА

Резюме

Фразеологічні єдності з колористичним компонентом демонструють національно-культурну специфіку; відсутність прямих еквівалентів у перекладі. Дванадцять лексико-семантичних груп англомовних фразеологізмів з компонентом кольору, які виділено, потребують різноманітних способів перекладу.

Summary

Phraseological unities with colour component demonstrate national-cultural specific; absence of direct equivalents in translation. Selected 12 lexico-semantic groups of English phraseologisms with colour component require different translation methods.

Ключевые слова: фразеологическое единство, цвет, национальная специфика, переводческая эквивалентность.

Объект исследования данной статьи – национальная окрашенность семантики фразеологизмов с колористическим компонентом и их русский перевод в современном английском языке, *предмет* исследования – этнокультурные особенности фразеологических единиц с компонентом цветообозначения и способы достижения эквивалентности в переводе. *Материалом* исследования послужили 400 фразеологических единиц с колористическим компонентом, полученные путем сплошной выборки из 6 лексико- и фразеологических источников современного английского языка и их соответ-

ствия из двух лексикографических источников русского языка. *Новизна* исследования, по нашему мнению, состоит в уточнении характеристик и способов англо-русского перевода фразеологических единиц с компонентом «цвет». *Актуальность* исследования обусловлена неослабевающим интересом теоретиков и практиков перевода к проблеме перевода ФЕ с компонентом «цвет». *Перспективным* является рассмотрение лингвистических и переводческих особенностей фразеологизмов с иными национально-культурными компонентами в английском и славянских языках.

Термин **фразеология** возникает в начале XX столетия. Швейцарский лингвист Шарль Балли в своем труде «Французская стилистика» (1909) [2] предпринял попытку охарактеризовать фразеологию как лингвистическую науку и классифицировать фразеологические единицы.

Большой вклад во фразеологию как науку внесли такие отечественные ученые, как А. А. Шахматов, Ф. Ф. Фортунатов, И. И. Срезневский, М. М. Покровский, А. А. Потебня, Е. Д. Поливанов, Б. А. Ларин, В. Н. Телия и др. [6; 7].

К фразеологизмам в современной лингвистике относятся, по мнению В. Н. Телия, «все сочетания слов, для которых характерны три основные параметра: принадлежность к номинативному инвентарю языка, признак полной или частичной идиоматичности, а также свойство устойчивости, в той или иной степени ее вариабельности, проявляющееся в абсолютной или относительной воспроизводимости сочетаний слов в "готовом виде"» [7, с. 58].

Спорным остается вопрос об объеме фразеологии. В. Н. Телия определяет объем фразеологии, как «все типы узуально воспроизводимых сочетаний, которые группируются в сильно размытые множества на основании тех или иных характерных для каждого множества признаков и отношений между ними» [7, с. 59].

По нашим данным, в английском языке к фразеологизмам с колориистическим компонентом относятся единицы с лексемами: *black, white, red, green*. Рассмотрим фразеологические единицы, в состав которых входит черный цвет. Черный цвет символизирует ложь, обман, пессимизм, напр.: *to lie oneself black in the face* [1, с. 607], *to look at (или on) the black (или dark, gloomy) side (of things)* [1, с. 623]. Данный цвет характеризует такие понятия религиозной сферы, как церковь, церковнослужителей, монашеские

ордена. Например, *to wear the black cloth* [1, с. 996], что переводится как «принимать духовный сан». Фразеологизмы с лексемой *black* имеют как положительную, так и отрицательную коннотацию, когда речь идет о деньгах, напр.: *be in the black* [4, с. 86], что означает «вести дело прибыльно, получать прибыль, доход» или *black money* [1, с. 141], то есть «грязные» деньги.

Противоположным по значению к черному является белый цвет. Белый цвет символизирует такие понятия, как трусость, напр.: *to find a white feather in ones tail* [1, с. 332], *to fly (ули mount, show) the white feather*; злость – *at a white heat* [1, с. 47] и др.

Понятия гнев, ярость, обман номинируются в современном английском языке посредством лексемы «красный» в таких фразеологизмах, как *to drag (ули draw) a red (-) herring across the path (track ули trail)* [4, с. 126], *to see red* [4, с. 395], *to act as (ули like) a red rag acts upon a bull* [1, с. 17] и *to fly at one (ули something) like a bull at a red cloth (ули rag)* [1, с. 343]. Красный цвет тесно связан с английской армией и флотом (цвет их формы), военнослужащими и военными наградами. Рассмотрим следующие фразеологизмы: *the red, white and blue* [4, с. 624], *red-coated gentry* [1, с. 813] и *red ribbon* [1, с. 814]. Фразеологизм *the red, white and blue* переводится как английский флот и армия и соответствует цветам флага Великобритании. А фразеологическая единица *red ribbon* означает красную ленту ордена Бани – одного из высших орденов, который учрежден королем Георгом I в 1725 году. Красный цвет встречается в названиях печатных изданий государственных органов, например, *the Red Book* [1, с. 813] переводится как «Красная книга». «Красная книга» – это 1) справочник, содержащий основные сведения о представителях английских правящих классов; 2) финансовый отчет и доклад Казначейства Великобритании, выпускаемый в день принятия государственного бюджета.

Зеленый цвет может входить в состав географических названий, например: *the Evergreen State* [1, с. 307] – штат Вашингтон, большую часть территории которого занимают хвойные леса, *the Green Mountain State* [1, с. 441] – штат Вермонт. Посредством зеленого цвета в современном английском языке могут быть выражены противоположные понятия. Например, *green (ули small) years* [1, с. 441] – детские годы и *green old age* [1, с. 441] – здоровая или счастливая старость, пожилой возраст, а также *a green hand* [1, с. 193], *a green*

(или *fresh, raw*) *hand* (мж. *green horn*; а *green-horn, a greenhorn*) [1, с. 441], *green labour* [1, с. 441] – неопытный человек, неопытный работник, новичок и *to have a green thumb* (или *green fingers*) [4, с. 202] – разг. иметь «зеленые пальцы», золотые руки (об опытных садоводах или огородниках); что не посадит, все растет.

Фразеологизмы могут встречаться в различных стилях речи и при переводе на русский язык необходимо обращать внимание на: 1) переносный или образный компонент значения фразеологизма; 2) прямой или предметный компонент значения фразеологизма, составляющий основу образа, «образный стержень»; 3) эмоциональный компонент значения фразеологизма; 4) стилистический компонент значения фразеологизма; 5) национально-этнический компонент значения фразеологизма [3, с. 171]. На основе этих параметров В. Н. Комиссаров выделяет следующие типы фразеологических соответствий: фразеологические эквиваленты, фразеологические аналоги, калькирование и описательный перевод [3, с. 172–176].

При использовании первого типа переводчик пытается отыскать в русском языке фразеологизм, который совпадает по всем параметрам с фразеологизмом в английском языке, например, *blue blood* [4, с. 71] – часто ирон. голубая кровь, аристократическое происхождение. Второй тип подразумевает использование фразеологизма с таким же переносным значением, но основанном на другом образе: *to be born with a silver spoon in ones mouth* [4, с. 48] – родиться в сорочке, родиться под счастливой звездой. Калькирование применяется для сохранения образности, которая присутствует в английском языке. Также этот способ используется для передачи национально-культурного значения английского фразеологизма, напр.: *Gretna Green* (или *Scotch*) *marriage* – брак, заключенный в Гретна Грин. Чтобы образ был понятен, необходимо делать сноски и примечания. Д. Г. Мальцева пишет, что «в области фразеологии страноведческая специфика проявляется очень отчетливо, в ней находит отражение национальное своеобразие жизни и быта того или иного народа» [1, с. 11]. Описательный перевод применяется в тех случаях, когда переводчик не может применить ни один из перечисленных типов соответствий. При описательном переводе сохраняется только переносное значение фразеологизма, напр.: *Lombard Street to a China orange* [1, с. 620] – вещи, которые нельзя сравнить.

Можно сделать вывод, что «переводчик должен уметь самостоятельно разбираться в основных вопросах теории фразеологии, уметь выделять фразеологические единицы, раскрывать их значение и передавать их экспрессивно-стилистические функции в переводе» [8, с. 143]. Перспективно продолжить анализ фразеологизмов с колористическим компонентом в иных языках.

Список литературы

1. Англо-український фразеологічний словник / уклад. К. Т. Баранцев. – 2-ге вид., випр. – К. : Знання, КОО, 2005. – 1056 с.
2. Балли Ш. Французская стилистика / Шарль Балли ; пер. К. А. Долина. – М. : Изд-во иностр. лит., 1961. – 283 с.
3. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение : учеб. пособие / В. Н. Комиссаров. – М. : ЭТС, 2002. – 424 с.
4. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин ; лит. ред. М. Д. Литвинова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Рус. яз., 1984. – 944 с.
5. Мальцева Д. Г. Страноведение через фразеологизмы / Д. Г. Мальцева. – М. : Высш. шк., 1991. – 305 с.
6. Потебня А. А. Из записок по теории словесности / А. А. Потебня. – Х., 1905. – 652 с.
7. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
8. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода / Я. И. Рецкер ; доп. и коммент. Д. И. Ермоловича. – М. : Р. Валент, 2004. – 240 с.

Е. А. Гондаровская

Научный руководитель: канд. филол. наук Л. В. Михайлова

**ДИРЕКТИВНЫЙ РЕЧЕВОЙ АКТ,
РЕАЛИЗОВАННЫЙ КОСВЕННО
(на материале английского дискурса XVI века)**

Резюме

Мовленнєві акти розглядаються у рамках лінгвістичної прагматики. В основі класифікацій мовленнєвих актів є їх іллокутивна мета. Однією з головних відмінних ознак директиву є облігаторність виконання дії для адресату. Серед непрямих реалізацій директиву в ранненоанглійський період переважають розповідні директиви.

Summary

Speech acts are examined within the framework of linguistic pragmatics. The illocutionary purpose of speech acts is the basis of their classifications. One of the main distinguishing features of a directive speech act is the necessity of the action for the addressee. Narrative directives prevail among the indirect realization of directives during the Early Modern English period.

Ключевые слова: лингвистическая прагматика, речевой акт, репрезентатив, комиссив, экспрессив, директив, диалект, литературный язык, ранненоанглийский период.

Данная статья посвящена анализу косвенных реализаций директивного речевого акта (далее РА). *Объектом* изучения этого исследования является косвенная реализация директивного РА в англоязычном дискурсе XVI века. *Материалом* для нашего исследования послужили директивные РА, реализованные косвенно, полученные методом сплошной выборки из произведений Шекспира. Данное исследование является *актуальным*, так как интерес исследователей к анализу языковых явлений как в синхронии, так и в диахронии неизменен.

Речевые акты рассматриваются в рамках лингвистической прагматики. По мнению В. В. Богданова, лингвистическая прагматика изучает условия использования языка коммуникантами в актах речевого общения. К этим условиям относятся коммуникативные

цели собеседников, время и место реализации речевого акта, уровень знаний коммуникантов, их социальные статусы, психологические и биологические особенности, правила речевого поведения, принятые в данном обществе [2]. То есть лингвистическая прагматика включает в себя комплекс вопросов, связанных с говорящим, адресатом, их взаимодействие в коммуникации и с ситуацией общения [4].

В настоящее время лингвистическая прагматика развивается по нескольким направлениям. Одно из них – это учение о речевых актах. Рассмотрим его подробнее. «Речевой акт – это целенаправленное речевое действие, совершаемое в соответствии с принципами и правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе» [4, с. 412]. Речевые акты характеризуются намеренностью (интенциональностью), целеустремленностью и конвенциональностью [4].

РА могут быть реализованы прямо и косвенно. «Косвенные РА – это высказывания, в которых отсутствуют специальные языковые маркеры соответствующей им иллокутивной силы». То есть их форма закреплена за другой иллокутивной функцией (коммуникативным намерением) [5].

Изучением речевых актов занимался Дж. Р. Серль, американский философ. Он предложил свою классификацию РА, в основу которой положил 12 критериев, среди которых основными являются иллокутивная цель, различия в направлении приспособления между словами и миром, а также выраженное психологическое состояние [5]. Исходя из этого, Серль выделяет пять основных типов РА: репрезентативы, комиссивы, экспрессивы, декларации и директивы [5].

Репрезентативы служат для того, чтобы зафиксировать ответственность говорящего за сообщение о некотором положении дел, за истинность выражаемого суждения (to boast, to complain, to conclude, to deduce, to believe, to commit).

Believe me, love, it was the nightingale [6, p. 88].

Поверь мне, милый, то был соловей.

Цель комиссивов состоит в том, чтобы возложить на говорящего обязательство совершить какое-либо действие или следовать определенной линии поведения (to consent, to guarantee, to promise, to vow).

I promise you, but for your company, I would have been a-bed an hour ago [6, p. 86].

Признаться, если бы не ваш приход, я сам давно лежал бы уж в постели.

Экспрессивы используют для выражения психологического состояния относительно положения дел, определенного пропозицией (предложением) (to thank, to congratulate, to apologize, to condole, to deplore, to welcome).

Is it e'een so? Why, then, I thank you all; I thank you, honest gentleman; good night [6, p. 33 – 34].

Идете все же? Ну, благодарю, благодарю вас всех. Спокойной ночи.

Декларации используются для установления соответствия между пропозициональным содержанием и реальностью (to declare) [5].

Далее подробнее рассмотрим директивы. Согласно Серлю, директивы представляют собой попытки со стороны говорящего добиться того, чтобы слушающий совершил какое-либо действие. Директивы могут быть как скромными «попытками» (когда один приглашает другого или предлагает это ненавязчивым образом), так и выражать агрессию (если один настаивает на том, чтобы другой совершил это). К примерам директивов можно отнести следующие глаголы: to order, to command, to request, to ask, to question, to beg, to plead, to pray, to entreat, to invite, to permit, to advise, to dare, to defy, to challenge [5].

Ask for me tomorrow, and you shall find me a grave man [6, p. 68].

Приходи завтра и ты найдешь меня спокойным человеком.

Then say at once what thou dost know in this [6, p. 131].

Так говори скорее все, что знаешь.

История английского языка подразделяется на следующие периоды: древнеанглийский (середина V в. и до 1100 г.), среднеанглийский (с 1100 до 1500 г.) и новоанглийский период (с 1500 г. до настоящего времени) [3]. В пределах новоанглийского периода выделяют ранненовоанглийский и поздненовоанглийский период [1].

Рассмотрим более подробно ранненовоанглийский период (1500–1660 гг.). В этот период происходит становление и развитие национального английского языка. В XII–XV вв. на территории Англии существовал один общенародный язык, представленный

местными диалектами. Во второй половине XV в. англичане заселили остров Британия, а в конце XV в. полным ходом шел процесс становления английской нации [1].

Английский язык – это пример языка, который развивался путем объединения нескольких диалектов, то есть в процессе образования нации диалекты становились основой национального языка. Национальный английский язык развивался из лондонского диалекта [1].

В XVI в. происходит становление письменной формы литературного языка. Она представлена в произведениях Эдмунда Спенсера, Кристофера Марло, Филиппа Сидни, Френсиса Бэкона, Вильяма Шекспира. В этом очень важную роль сыграло введение книгопечатания в Англии в конце XV в. [1].

Согласно нашим данным, в ранненовоанглийский период преобладают в основном прямые реализации директивного РА (около 80%). Их характерной особенностью является употребление сложных обращений, таких как: *good sir, good doctor, kind gentleman.*

But now, my lord, what say you to my suit? [6, p. 15]

Но что вы мне ответите, синьор?

O gentle Romeo, if thou dost love, pronounce it faithfully [6, p. 41].

О милый Ромео, если любишь – скажи мне честно.

Three words, dear Romeo, and good-night indeed [6, p. 43].

Три слова, мой Ромео, и тогда уж простимся.

Come between us, good Benvolio; my wits faint [6, p. 52].

На помощь, друг Бенволио, мое остроумие ослабеваает.

Также их отличает наличие особых маркеров вежливости, таких как *I pray, I say, I beseech, pray* и др.

Perhaps you have learnd it without book. But, I pray, can you read anything you see? [6, p. 17]

Этому вы, может, и не по книгам научились; но будьте добры, скажите, умеете ли вы читать по писаному?

And if you be not of the house of Montagues, I pray, come and crush a cup of wine [6, p. 18].

И если только вы не из дома Монтеки, так милости просим к нам – опрокинуть стаканчик винца.

Good father, I beseech you on my knees, hear me with patience but to speak a word [6, p. 94].

Отец мой, умоляю на коленях, одно лишь слово дайте мне сказать.

Let me see the County; ay, marry, go, I say, and fetch him hither [6, p. 104].

Теперь я должен увидеть графа. Прошу, пошлите за ним.

Среди косвенных реализаций директива, по нашим данным, преобладают повествовательные директивы (директивы, выраженные повествовательными предложениями).

We must talk in secret [6, p. 19].

Нам надо поговорить наедине.

Изучение отдельных языковых явлений в синхронии дает возможность проводить также диахронические исследования, проследивать историческую динамику языковых форм. Именно диахронический анализ является следующим этапом данного исследования.

Список литературы

1. Аракин В. Д. История английского языка : учеб. пособие / В. Д. Аракин. – 2-е изд. – М. : ФИЗМАТЛИТ, 2003. – 272 с.
2. Богданов В. В. Лингвистическая прагматика и ее прикладные аспекты / В. В. Богданов // Прикладное языкознание. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 1996. – 380 с.
3. Ильиш Б. А. История английского языка / Б. А. Ильиш. – М. : Высш. шк., 1968. – 420 с.
4. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. энцикл., 1990. – 683 с.
5. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. – 424 с.
6. Shakespeare W. The Tragedy of Romeo and Juliet / W. Shakespeare. – New York : The Macmillan Company, 1911. – 158 p.

УДК 821.111-313.1.09(410)Теккерей

Е. Ю. Коваль

Научный руководитель: канд. филол. наук Т. М. Тимошенко

РОМАН «VANITY FAIR» В КОНТЕКСТЕ ТВОРЧЕСТВА УИЛЬЯМА ТЕККЕРЕЯ

Резюме

У статті розглядається роман У. Теккерей «Vanity Fair», його сатирична спрямованість, алегоричний зміст, елементи історизму та життєпису у розгортанні сюжетної лінії.

Summary

The article deals with W. Thackeray's novel «Vanity Fair», its satirical charge, allegoric meaning, historical background and everyday events as elements of the plot development.

Ключевые слова: исторический роман, плутовской роман, сатира, юмор, гротеск, жанровые, батальные, семейные сцены.

Имя Уильяма Теккерей широко известно как на родине писателя, так и далеко за ее пределами. Самое известное его произведение, «Vanity Fair» обращено к недалекому прошлому: действие происходит в годы наполеоновских войн. Создатель романа заимствовал название у писателя XVII в. Джона Бэньяна, который в своей аллегории «The pilgrim's progress» изобразил, как герой во время странствия в Град Спасения попадает на ярмарку, где можно приобрести все что угодно: дома, земли, титулы, жен, мужей. Когда Теккерей приступал к работе над «Vanity Fair», он был известен только в кругу профессионалов-литераторов, после же публикации романа он выдвинулся в первый ряд писателей XIX века и стал соперником самого Диккенса. Вероятно, Теккерей сознавал, что совершает серьезный и важный шаг: «Vanity Fair» – первое произведение, которое он подписал своим именем. Воссоздавая судьбы двух подруг по пансиону, принадлежащих к разным социальным слоям, Теккерей добился органического соотнесения частной жизни и исторических событий, которые во многом определяют судьбу героев. Роман, представляющий достоверную картину английского общества соответствующего исторического периода, затрагивает

сложную этическую проблематику. Это произведение стало вершиной творчества писателя. «Vanity Fair» вобрала в себя все то, что было создано Теккереем-художником за десять предшествующих лет, продолжила то, что было намечено в «The Book of Snobs» [3, с. 202].

Теккерей не просто словесно описывает снобов, он их живописует. Перед читателем проходят вереницы снобов, гордящихся своей родословной, а также снобов-выскочек. За портретами стоят социальные явления, характеристики повседневной жизни, нравов, общественного и частного бытия. Теккерей доверительно беседует со своим читателем, в духе романа XVIII столетия. Он становится в ряд с теми, кого высмеивает, выходит из этой толпы, разоблачает демагогию буржуазного парламентаризма, недостатки безупречной Конституции. В облике новоиспеченных аристократов, например, де Могинсов, купивших себе древнюю родословную и герб, угадывается не просто поучительный факт и достойный осмеяния феномен общественной жизни – здесь отчетливо просматривается характер «Young England», возглавляемой Дизраэли, стремящейся к возрождению нации компромиссными средствами. Аристократы и буржуа весьма недвусмысленно названы в книге Теккереем двумя шарлатанами, делящими власть в стране и идущими на любые сделки с совестью, чтобы отстоять свои интересы. Критику индивидуальных недостатков Теккерей связывает с осуждением общественных порядков и главный источник зла видит в предмете гордости британцев – Конституции [1, с. 201].

В романе «Vanity Fair» две сюжетные линии. Одна из них связана с судьбой Эмили Седли, другая – с судьбой Бекки Шарп. На какое-то время их жизненные пути пересекаются, потом расходятся, чтобы вновь сойтись. Сначала Эмилия производит впечатление положительной героини. Она приветлива, добра, заботится о своей подруге, желая компенсировать тот недостаток домашнего тепла и уюта, которого та лишена, оставшись сиротой. Но тот факт, что она забывает о родителях, полностью лишает Эмилию репутации «голубой героини» [2, с. 4].

Бекки – полная противоположность Эмили. Она сразу поражает своей хищнической цепкой хваткой, честолубием, ловким и изворотливым умом. Она обаятельна и приветлива, но ее глаза и обворожительная улыбка могут обмануть только неопытного человека.

Теккерей дает блестящую характеристику своей героине, ибо основным двигателем сюжета является именно Бекки, а не Эмилия. После смерти отца она плачет не от горя, а от сознания, что осталась нищей. Бекки постоянно ощущает свое одиночество, ведь ей в одиночку приходится бороться за существование. Вот почему она надевает маску лицемерия и носит ее до конца своих дней, даже когда станет всеми уважаемой почтенной дамой и будет заниматься благотворительностью. Бекки коварна, лжива, лицемерна, но все ее качества обусловлены ее положением в обществе, которое не считается с ней в связи с ее бедностью и зависимым положением.

Повествуя о судьбах своих героинь, Теккерей придерживается постулатов нравоописательного романа XVIII века. Характеры Бекки и Эмили – прямое следствие тех условий, в которых они живут.

Повествовательная линия в этом романе Теккерей играет очень большую роль и несет смысловую нагрузку. У Теккерей характеризует аллегорическим названием «*Vanity Fair*» современное ему буржуазное и аристократическое общество. Автор сравнивает героев романа с марионетками, а себя – с кукловодом, который и заставляет кукол двигаться и комментирует их поступки. Родон Кроули, отправленный в тюрьму за долги, неожиданно возвращается домой и застаёт Бекки в компании лорда Стайна, это конец их семейной жизни, конец карьеры Бекки в аристократическом обществе: «*All her lies and her schemes, and her selfishness and her wiles, all her wit and genius had come to this bankruptcy*», – заключает лорд Стайн. О своей роли в этой драме лорд предпочитает умалчивать.

Сатирическое мастерство Теккерей-художника проявилось в создании групповых портретов и массовых сцен. Перед нами разные семьи, разные социальные слои общества: семейство сэра Питта Кроули, аристократические особняки, в которые попадает Бекки, военно-чиновничья среда в Брюсселе и Лондоне, буржуазия из Сити, частные пансионы и учебные заведения. Лондон и Брюссель, гостиная Осборнов и Седли, рейнские сады, немецкая опера. К концу книги панорама жизни героев расширяется и заставляет их задуматься всерьез о собственной судьбе, что-то изменить в ней. Так происходит с Эмилией и Доббином, которые наконец обретают счастье после того, как Эмилия узнает от Бекки о неверности горячо

любимого ею мужа и теряет веру в своего жестокого и неверного идола [4, с. 258].

Концовка «Vanity Fair» завершает единство и целостность композиции, раскрывает глубину и значительность авторского замысла, умение Теккерея реализовать творческие возможности живописца и писателя. Рейнская земля, например, описана глазами живописца, а сцены паники в Брюсселе и калейдоскоп событий в финале романа созданы пером графика, унаследовавшего традиции Хогарта. Жанровые, батальные, семейные сцены написаны с безупречным мастерством писателем, поставившим перед собой задачу воспроизвести жизнь с точки зрения умного и наблюдательного романиста XVIII в., сатирика и реалиста, рассказчика и режиссера кукольного представления, сочинителя кукольных и человеческих судеб.

В «Vanity Fair», хотя роман этот по своим жанровым признакам скорее социально-бытовой, а не исторический, воплотились взгляды автора на способ изображения исторических событий в художественном произведении. В книге присутствуют и элементы плутовского романа. Эти элементы особенно четко прослеживаются в жизнеописании Ребекки Шарп.

Автор скрупулезно прослеживает связь между историческими событиями и повседневными судьбами рядовых людей. Уильям Теккерей придерживался точки зрения, что об истории нельзя судить только по официальному парадному фасаду. Разорение старика Седли, вдовство Эмили, сиротство ее сына – все это, как показывает автор, не менее значительные события, чем деяния полководцев и монархов, прославленных официальной историей [6, с. 82].

Хотя в истории английской литературы Теккерей известен прежде всего как автор «Vanity Fair» и «The Book of Snobs», «The History of Henry Esmond» и «The Virginians. A Tale of the Last Century», достойны внимания и другие произведения писателя, без которых картина его эволюции как художника и романиста не была бы исчерпывающей. Значимость вклада Теккерея в развитие романной формы бесспорно велика, а его произведения прочно вошли в сокровищницу мировой литературы [5, с. 325].

Список литературы

1. Аксельрод А. С. Диккенс-юморист и Теккерей-сатирик : [тез. докл. на студ. конф.] / А. С. Аксельрод. – Минск : ПГУ, 1967. – С. 201–202.

2. Бушканец И. Н. «Ярмарка тщеславия» В. Теккерей в первых русских переводах / И. Н. Бушканец // Уч. зап. Казан. гос. пед. ин-та., 1976. – Вып. 160. – С. 3–14.
3. Гуляев Н. А. Литературные направления и методы в русской и зарубежной литературе 17–19 веков : [кн. для учителя] / Н. А. Гуляев. – М. : Просвещение, 1983. – С. 200–202.
4. Литература: Справ. материалы : кн. для учащихся / Тураев С. В., Тимофеев Л. И., Вишневский К. Д. [и др.]. – М. : Просвещение, 1989. – 335 с.
5. Муравьев Д. П. Введенский / Д. П. Муравьев // Кратк. лит. энцикл. – М. : Сов. энцикл., 1962. – Т. 1. – С. 875.
6. Теккерей У. М. Творчество. Воспоминания. Библиография / У. М. Теккерей. – М. : Книж. палата, 1983. – С. 80–82.

УДК 81255.4-05 (477) Кочур

Ю. В. Кокарєва

Науковий керівник: канд. філол. наук А. О. Івахненко

УКРАЇНСЬКІ НАУКОВЦІ ПРО ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОГО СТИЛЮ Г. КОЧУРА

Резюме

В статтє анализируются существующие исследования стиля Григория Кочура. Рассматривается сравнение англоязычных текстов таких авторов, как Самюэль Т. Колридж, Эмили Дикинсон, Т. С. Элиот, с их украинскими вариантами Г. Кочура. Делается вывод о большом мастерстве переводчика и его умении использовать разные приемы в пределах одной стратегии.

Summary

The article analyzes the existing research of Gregory Kochur's style. The comparison of English texts of such authors as Samuel T. Coleridge, Emily Dickinson and T. S. Eliot with their Ukrainian variants by G. Kochur has been carried out. The author comes to the conclusion as for the great mastery of the translator and his skills in using various devices within his strategy.

Ключові слова: Григорій Кочур, переклад, епітетна конструкція, адаптація

Об'єкт дослідження даної статті – аналіз перекладацького стилю Григорія Кочура в роботах українських науковців, *предметом* є передача образних художніх засобів у його перекладах з англійської

мови. *Метою* даної статті є визначення перекладацьких прийомів, які використовував Г. Кочур. *Матеріалом* слугують поема «Christabel» Самюела Т. Колріджа, чотиривірші Емілі Дікінсон «Im Nobody! Who are you» та «Alter! When the Hills do», поема «East Coker» Т. С. Еліота в оригіналах і перекладах Г. Кочура. *Актуальність* дослідження полягає у необхідності розгляду найвидатніших перекладів задля розуміння особливостей роботи Майстрів. *Наукова новизна* роботи бачиться в аналізі існуючих досліджень в рамках кочурознавства. *Перспективою* може стати комплексний аналіз перекладацьких прийомів Г. Кочура.

Г. Кочур посідає чільне місце в історії українського художнього перекладу, і багато науковців, таких як О. Чередниченко, О. Медвідь, Р. Зорівчак, В. Ткаченко, В. Пехник та інші розглядали його твори, аналізуючи принципи, яких він дотримувався під час роботи. Праця Григорія Кочура у галузі перекладознавства є окремим етапом в історії українського художнього перекладу, у сприйнятті світової літератури читачем. Він залишив нам такі зразки перекладацького мистецтва, з якими дуже нелегко зрівнятися. Як пише Р. П. Зорівчак, «творча індивідуальність Г. Кочура ніколи не тяжіє над поезією, яку він перекладає: глибинне знання світової культури, філологічна компетентність та повна повага, з якою він ставиться до автора, творять це чарівне, дивне перевтілення» [3, с. 23–24].

Як відмічає О. Чередниченко, для Г. Кочура був характерний так званий «джерелоцентричний» переклад, тобто він намагався максимально наблизити читача українського варіанту до оригіналу. Цей принцип Майстер застосовував у роботі з творами як давньої, так і новітньої літератури. До джерелоцентричного метода можна віднести «одомашнення» як форму засвоєння первинного тексту [9, с. 41]. Використовуючи цей підхід, перекладач повинен самообмежуватися, стримуватися від власних додавань, що можуть вкрай змінити стиль тексту вихідного твору та його смислову структуру. Тому Г. Кочур прагнув точності і конкретності в своїх перекладах, щоб зберегти в них близькість до оригіналу. Ми можемо прослідкувати в його роботах економію слів, але, незважаючи на це, йому завжди вдавалося дуже яскраво передати ситуацію, яку намагався до нас донести сам автор первинного твору [9, с. 41].

Розглянемо українську версію поеми Т. С. Еліота «East Coker» у виконанні Г. Кочура.

In order to arrive at what you do not know
You must go by a way which is the way of ignorance
In order to possess what you do not possess
You must go by the way of dispossession
(«East Coker» Т. С. Еліот)

Щоб досягти того, чого не знаєте,
Мусите йти дорогою незнання,
Щоб знайти те, чого не маєте,
Мусите йти дорогою зречення...

[4, с. 159–160]

Ми бачимо, що Г. Кочур лаконічно й точно передав усі деталі, не додаючи нічого від себе. Його переклад досить стислий, але повністю передає суть оригіналу.

Г. Кочур, як зазначає О. Чередниченко [9, с. 43], широко використовує тактику замінів, щоб зберегти всі норми української мови та передати ритмомелодіку першотексту. Це дуже важливо для поетичного перекладу, тому бажано, щоб перекладач добре розумівся в поезії, а можливо – навіть сам був поетом. Але бувають такі випадки, коли, навпаки, треба свідомо порушити деякі літературні норми для збереження ритму та рими англійського вірша. Щодо стилю вторинних текстів, то Г. Кочур використовує різні епітетні конструкції: як сталі, так і авторські. Сталі епітети передають «оцінку якогось явища чи предмета, що закріпилась у певному соціумі й зумовлена різноманітними почуттями й асоціаціями, які викликає об'єкт реальної дійсності», – пише О. Грабовецька [2, с. 108].

Дослідниця О. Медвідь розглядає переклад уривка із «Christabel» С. Т. Колріджа. Її аналіз добре демонструє, як Г. Кочур влучно відтворює риму, поетичний розмір і евфонію вірша, а також підшукує гарний еквівалент епітетній конструкції *whispering tongues*.

Alas! They had been friends in youth
But whispering tongues can poison truth,
And constancy lies in realms above;
And life is thorny; and youth is vain;
And to be wroth with one we love
Doth work like madness in the brain [10]

Були вони друзі від юних днів,
Та дружбу зміїний язик отруїв;

І вірність на небі лиш можна зустріти,
 І юність – марнота, й життя – це тягар,
 І кривду від тих, кого любиш, терпіти –
 То краще дістати божевілля в дар [5, с. 56].

Як бачимо, Г. Кочур не перекладав вигук *alas*, але компенсував цю втрату метафоричним епітетом *зміінний*; замість епітетів *thorny* і *vain* ужив метафори *тягар* і *марнота*. Ці трансформації було зроблено для збереження ритмомелодики даного уривку [6, с. 153].

Щодо епітетної конструкції *whispering tongues*, то її можна було б передати як *злі язики*, як зазначає О. Грабовецька [2, с. 109], однак перекладач не використовує цю можливість; він «свідомо відкидає цей варіант, тонко відчуваючи, що йому бракує «звукості», яка так разить слух в оригіналі. Читаючи Колріджа, чуємо, як підлі підступні язики нашпигують, шиплять змієподібно» [2, с. 109]. Г. Кочур відчув ці аналогії та виклав їх в українському варіанті. Цей факт свідчить про те, що Майстер не замінює оригінальні епітетні конструкції українськими аналогами (хоча в деяких випадках ними можна було б обмежитись), а намагається якомога яскравіше передати стиль автора, тому шукає інші варіанти в рідній мові [2, с. 109].

На прикладі чотиривірша Емілі Дікінсон можна побачити, як Г. Кочур вміло передав іронічність твору:

G'm Nobody! Who are you	У світі я – ніхто – а ти?
Are you Nobody too?	Ти теж ніхто мабуть?
Then there's a pair of us!	Отож собі помовчимо вдвох,
Don't tell! They'd banish us – you know!	Бо ще нас проженуть
How dreary – to be Somebody!	Але ж бо нудно бути кимсь
How public – like a Frog	Як жаба день при дні
To tell your name – the livelong June –	Знай кумкати своє ім'я
To an admiring Bog! [1, с. 160].	В шановнім цім багні! [5, с. 387].

Як пише О. Медвідь, «використання різних засобів розмовного синтаксису, зокрема, спонукальних речень, часток, сприяє збереженню ширості, простоти та іронічного підтексту останнього двовірша» [6, с. 156]. Г. Кочур із великою майстерністю підбирає такі мовні засоби, які б краще передали почуття автора оригіналу, його ставлення до ситуації. Дослідниця відзначає, що досить цікаво звучить також інший чотиривірш Е. Дікінсон у перекладі Г. Кочура; тут відбулась заміна окличних речень питальними.

Alter! When the Hills do –	Чи змінюся? Як зміняться гори
Falter! When the Sun	Сумніватимусь? Як почне
Question if His Glory	Сумніватися сонце у тому
Be the Perfect one – [1, с. 170].	Що воно промінно-ясне [5, с. 390].

У своїх роботах Г. Кочур залишив велику кількість своїх ідей, принципів, уявлень про те, яким має бути вторинний текст. Власне теоретичних праць у Майстра небагато, але про те, як слід перекладати, як найкраще передати зміст оригіналу, ми можемо дізнатися, якщо звернемося до його власної практичної праці [7, с. 95].

Розглядаючи перекладацьку діяльність Г. Кочура, дослідники з упевненістю відмічають, що він «не лише вимуровував найновіший український переклад як цілість, не лише теоретично й історично осмислював його та оцінював – він без патетики, але твердо вводив перекладацьке «ремесло» у широкий потік національної культури» [8, с. 6].

Список літератури

1. Американская поэзия в русских переводах (XIX–XX века) / сост. С. Б. Джимбинов. – М. : Радуга, 1983. – 667 с. (На англ. и рус. яз.)
2. Грабовецька О. Епітетна конструкція в перекладах Григорія Кочура / О. Грабовецька // Григорій Кочур і український переклад : матеріал міжнар. наук.-практ. конф., Київ – Ірпінь, 2003. – К., 2003. – С. 108–111.
3. Зорівчак Р. П. Кочурознавство: джерела й перспективи / Р. П. Зорівчак // Григорій Кочур у контексті Української культури другої половини XX віку. – Львів : ЛНУ, 2007. – С. 22–27.
4. Коломієць Л. Поема «Іст Коукер» Т. С. Еліота в перекладі Г. Кочура: особливості відтворення стильової тональності / Л. Коломієць // Григорій Кочур і український переклад. – К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2004. – С. 158–170.
5. Кочур Г. П. Трете відлуння: Поетичні переклади / Г. П. Кочур. – К. : Рада, 2000. – 552 с.
6. Медвідь О. Англомовна поезія в перекладах Григорія Кочура / О. Медвідь // Григорій Кочур і український переклад. : матеріал міжнар. наук.-практ. конф., Київ – Ірпінь, 2003. – К., 2003. – С. 152–157.
7. Пехник Г. Григорій Кочур – теоретик і практик художнього перекладу / Г. Пехник // Григорій Кочур і український переклад : матеріал міжнар. наук.-практ. конф., Київ – Ірпінь, 2003. – К., 2003. – С. 95–100
8. Ткаченко В. Григорій Кочур як керманіч школи українського художнього перекладу 60–80-х років ХХ ст. / В. Ткаченко // Творчість Григорія

Кочура у контексті української культури XXI віку: до 100-річчя від дня народження Майстра. – Львів : ЛНУ, 2009. – С. 4–13

9. Чередниченко О. Проблема адаптації у світлі Кочурової концепції перекладу / О. Чередниченко // Творчість Григорія Кочура у контексті української культури XXI віку: до 100-річчя від дня народження Майстра. – Львів : ЛНУ, 2009. – С. 40–47.

10. The literature network [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.online-literature.com/coleridge/655>. – Назва з екрану.

УДК 811.11142

Т. А. Краснорудская

Научный руководитель: канд. филол. наук Л. В. Михайлова

ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКОГО РЕКВЕСТИВА (на материале английского дискурса XIX–XX веков)

Резюме

У статті аналізуються особливості мовленнєвого акту реквестиву. Реквестив – це прагматичний тип висловлювання, що виражає непряме спонукання адресата до дії. Дотримання правил ввічливості є дуже важливим для реалізації реквестиву. Засоби вираження ввічливості реалізуються на лексичному, граматичному та синтаксичному рівнях мови.

Summary

The article analyzes the peculiarities of the requestive speech act. The requestive speech act is a pragmatic type of statement which expresses the inducement of a speaker to perform an action. The analyzing of politeness forms is very important in the requestive speech act. The ways of realization of politeness are expressed at lexical, grammar and syntactical levels of the language.

Ключевые слова: речевой акт, реквестив, адресат, адресант, вежливость, просьба, директив.

Данная статья посвящена анализу особенностей речевого акта просьбы – реквестива в английском языке, а также особенностям перевода данных конструкций.

Научный интерес к речевой деятельности возник в середине XX века. Основными проблемами для изучения лингвистов оказались взаимосвязь человека и языка и способов воздействия

людей друг на друга в процессе общения. Существенный вклад в изучение данной области внес Дж. Остин, разработавший теорию речевых актов. Под понятием «речевой акт» понималась единица речи [5, с. 55–61]. Благодаря более поздним открытиям, сформировался термин «директив», то есть директивный речевой акт, который включает в себя несколько компонентов, одним из которых является реквестив.

Реквестив – это прагматический тип высказывания, выражающий не прямое побуждение адресата к действию [4, с. 17]. Реквестив подразделяется на следующие подвиды, а именно:

– просьбу

Will you tell her that I have come home? (Ch. Dickens).

Передайте ей, пожалуйста, что я вернулся домой (Ч. Диккенс).

– мольбу

I pray thee let me go, for I am the only daughter of a King, and my father is aged and alone (O. Wilde).

Я умоляю вас отпустить меня, потому что я единственная дочь короля, а мой отец стар и одинок (О. Уайльд).

– приглашение

Would you mind to go to the restaurant with me?

Вы бы не хотели пойти со мной в ресторан?

Основными признаками реквестива являются необязательность выполнения действия для адресата, возможность выполнения либо невыполнения действия, выгодность действия для адресанта [1, с. 12–16].

Статусно-фиксированный речевой акт просьбы состоит из пяти типичных компонентов:

1) начало разговора;

2) обращение;

3) просьба в просьбе («Можно обратиться к вам с просьбой?»);

4) мотивация просьбы;

5) собственно просьба [1, с. 12–16].

При реализации речевого акта реквестива для адресанта является важным соблюдение правил вежливости, так как в противном случае он может не достигнуть своей цели.

Помимо общепринятых тактик вежливости, применяемых в акте просьбы, существуют и такие способы реализации вежливой

просьбы, которые заложены в самом языке. Такие способы реализуются на различных уровнях языка – лексическом, грамматическом и синтаксическом. В соответствии с этим выделяют лексические, грамматические и синтаксические способы выражения вежливости в реквестиве [4, с. 17–34].

К лексическим способам выражения вежливости относятся слово *please*, перформативные глаголы *to ask, to beg, to pray*. Глагол *to ask* является нейтральным и прямо свидетельствует о просьбе. Глаголы *to beg* и *to pray* имеют определенную стилистическую окраску: адресант, употребляя их в просьбе, как будто ставит себя на ступень ниже адресата [2, с. 95].

Маркер *please* является важной составляющей вежливой формы общения в английском языке. В просьбах *please* ставится, как правило, вначале или в конце предложения. Однако его расположение не влияет существенным образом на степень вежливости формы.

If John calls, let me know, please.

Сообщите мне, пожалуйста, если позвонит Джон.

Please, dont throw out these letters.

Пожалуйста, не выкидывайте эти письма.

Грамматические способы выражения вежливости включают условные предложения, ряд временных форм глагола, некоторые типы пассивных форм глагола, вводные конструкции *I think, I hope, I wonder*.

Условные предложения широко используются в актах просьбы. С их помощью адресант может показать, что адресат имеет право не выполнять действие. Их употребление также снижает категоричность высказывания.

Особенностью конструкций *I think, I hope, I wonder* является то, что, употребляя их, адресант проявляет нерешительность, вследствие чего данная просьба звучит некатегорично [6, с. 51–58].

I hope you dont mind to drive me to the railway station?

Я надеюсь, вы не против того, чтобы отвезти меня на вокзал?

I wonder if you could help us to decorate our Christmas tree.

Вас бы не затруднило помочь нам украсить нашу новогоднюю елку?

К синтаксическим способам относятся местоименные вопросительные предложения, а именно такие модели:

– Why do not you?

Why don't you go and stay with Tom's mother for a while? You're looking a bit peaky, our Jenny... (M. Thornton).

Почему бы тебе не остаться на некоторое время у матери Тома? Ты выглядишь немного уставшей, наша Джесси... (М. Торнтон).

– Why not + inf.?

I know that you have problems in mathematics. Why not let me help you?

Я знаю, что у тебя проблемы в математике. Почему бы мне не помочь тебе?

Используя данные модели, адресант выражает стремление помочь в чем-либо или оказать содействие, не навязывая при этом свою волю адресату.

А также конструкции:

- Can + inf.,
- Could/could not + inf.,
- May/might + inf.,
- Will/will not you + inf.,
- Would/would not you + inf.,
- Do/do not/would not you mind + inf.

Что касается модальных глаголов *can* и *could*, следует отметить, что в некоторых случаях предпочтительнее употреблять *could*. Например, если просьба обращена к человеку старшему по возрасту или занимающему более высокое звание или положение [7].

Can I have my prize? (M. Thornton).

Я могу получить свой приз? (М. Торнтон)

Could you explain me this rule?

Ты не мог бы объяснить мне это правило?

В формальных просьбах также употребляется *may* [7].

May I call you if I have any questions?

Могу ли я позвонить вам, если возникнут какие-либо вопросы?

Модальный глагол *might* обычно выражает большую степень сомнения относительно совершения действия. В разговорной речи этот глагол следует использовать осторожно, так как при определенной интонации и контексте он может выражать недовольство или раздражение [7].

You might get this information for me?

Ты мог бы достать эту информацию для меня?

Глагол *would* по степени вежливости подобен глаголу *could*. Для более вежливой формы просьбы можно добавить *please* [7].

Would you tell me his address, please?

Вы не могли бы дать мне его адрес, пожалуйста?

Will может использоваться в тех же ситуациях, что и *would*, однако иногда *will* может выражать приоритетность адресанта [7].

Will you come into my study? – he said. – I'd like to discuss something with you (B. White).

Вы не могли бы зайти в мой кабинет? – сказал он. – Мне нужно с вами кое-что обсудить (Б. Уайт).

Конструкция *would you mind* несколько более вежлива, поэтому в разговорном языке чаще встречается конструкция *do you mind*.

You dont mind my driving straight home, sir Henry? (A. Conan Doyle)

Вы не возражаете, если я поеду прямо домой, сэр Генри? (А. Конан Дойл)

Would you mind to delay the arrangement?

Вы не были бы против отложить встречу?

Таким образом, рассмотрев понятие «реквестив» и его функции, можем сделать вывод, что в английском языке, как и в любом другом, существуют свои особенности речевого общения. В статье были изучены некоторые конструкции, с помощью которых достигается цель эффективной коммуникации. Следует еще раз подчеркнуть, что при реализации речевого акта просьбы очень важным фактором является соблюдение правил вежливости. Также не стоит забывать, что довольно большое значение в английском языке имеет интонация. Соблюдение всех вышеизложенных правил, а также грамотность в использовании тех или иных выражений с учетом ситуации общения и норм речевого поведения в иноязычной среде, помогут легко установить контакт с собеседником.

Список литературы

1. Беляева Е. И. Принцип вежливости в речевом общении (способы оформления декларативных высказываний в английской разговорной речи) / Е. И. Беляева // Иностран. яз. в шк. – 1985. – № 2. – С. 12–16.

2. Богданов В. В. Речевое общение: прагматический и семантический аспекты / В. В. Богданов. – М. : Рус. яз., 1990. – 235 с.

3. Кудинова С. А. Использование элементов невербальной коммуникации в рамках отдельного коммуникативного акта [Электронный ресурс] / С. А. Кудинова. – Режим доступа: http://cs.net.ru/conf/ruslang_2005/trend/kudinova.html/. – Загл. с экрана.

4. Ларина Т. В. Категория вежливости как отражение социокультурных отношений / Т. В. Ларина // Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах. – М., 2003. – С. 17–34.

5. Львов М. Р. Основы теории речи / М. Р. Львов. – М. : Академия, 2002. – 248 с.

6. Рыжова Л. П. Речевой этикет и языковая норма / Л. П. Рыжова // Языковое общение: единицы и регулятивы. – Калинин : Изд-во Калинин. ун-та, 1987. – С. 51–58.

7. Commands, requests, invitations, advice, suggestions [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.study.ru/lessons/preintermediate5-3.html>. – Загл. с экрана.

УДК 821.111-3.09:59(410)Даррелл

Ю. Е. Мартемьянова

Научный руководитель: канд. филол. наук Т. М. Тимошенкова

АНГЛИЙСКАЯ АНИМАЛИСТИЧЕСКАЯ ПРОЗА (на материале произведений Дж. Даррелла)

Резюме

Цю статтю присвячено розгляду англomовної анімалістичної літератури на матеріалі творів Джералда Даррелла. На фактичному матеріалі доводиться наявність у них елементів науково-популярної літератури і публіцистики та приділяється увага засобам створення гумористичного ефекту як одній з особливостей творчої манери автора.

Summary

This article deals with the analysis of English animalistic prose at the material of the books by Gerald Durrell. The literary material analyzed gives grounds to state that Durrell's works comprise elements of popular science and publicism. A special attention is paid to the means of realizing a humoristic effect as one of the main features of the authors individual manner.

Ключевые слова: анималистическая литература, натуралист, публицистика, художественная проза, охрана природы, сохранение редких видов животных.

Имя знаменитого писателя-натуралиста Джералда Даррелла не нуждается ни в представлениях, ни в комментариях. Огромный писательский талант и глубокое знание животного мира, его тайн и загадок принесли Дарреллу всемирную известность. Произведениям Даррелла присущи обаяние, неподражаемый юмор, лиризм, снискавшие любовь читателя во всем мире.

Джералд Даррелл родился 7 января 1925 года в Джамшедпуре в Индии, колонии Великобритании. Любовь к животным проявилась у него в самом раннем возрасте, по утверждению его матери, первым словом маленького Джерри было слово «zoo». В 1928 году Даррелл с семьей возвращается в Англию, а семь лет спустя переезжает на греческий остров Корфу. На Корфу Джерри не только самостоятельно изучал природу острова, но даже создал собственный маленький зоосад, в котором лечил, кормил и наблюдал зверей и птиц. После начала Второй мировой войны Даррелл снова переезжает в Англию, где начинает работать в одном из Лондонских магазинов. Настоящим началом его карьеры натуралиста стала работа в зоопарке Уипснейд в Бедфордшире. Именно здесь Даррелл стал собирать «досье» на исчезающие виды животных. Оставив Уипснейд, Даррелл решает основать свой собственный зоопарк, который будет выполнять одновременно три функции: просветительскую, охранную и научную. В 1947 году Даррелл, получив наследство отца, отправляется в свою первую экспедицию в Британский Камерун на поиски редких видов животных. С этого момента начинается его полная приключений жизнь путешественника-натуралиста. Однако прибыли это не приносит, и Даррелл остается без средств к существованию. Тогда по совету своего старшего брата Даррелл начинает писать. С первой же книги Даррелл завоевывает любовь читателя. В 1959 году он осуществляет свою мечту и открывает на острове Джерси зоопарк исчезающих видов животных, в 1963 году на базе зоопарка был организован Джерсийский трест сохранения диких видов, который действует и по сей день [2].

В чем же заключается феномен Даррелла? Почему его произведения пользуются такой популярностью – как среди детей, так и среди взрослых? Причина этого заключается в характере произведений Даррелла, в его поистине замечательном мастерстве, искрометном юморе и умении увлечь читателя. Увлеченность Даррелла своим делом, его трогательное отношение к животным

и исключительные познания в области зоологии не могут не заинтересовать даже самого скептического читателя. Даррелл с большим мастерством описывает природу, раскрывает самое основное в облике страны ее флоры и фауны. Каждого своего питомца он наделяет поистине человеческими качествами, умеет подметить самое характерное и рассказать это так, что портрет зверька или птицы надолго остается в памяти читателя [4].

Юмор Даррелла – отдельная сторона его творчества. Это неподражаемый, мягкий и одновременно серьезный юмор, в лучших английских традициях. У Даррелла это не самоцель, не просто желание посмешить читателя, а средство глубокой характеристики его персонажей, выражения собственных взглядов на жизнь. Юмор его очень естественен, органичен и составляет одну из самых привлекательных черт всех его произведений. Даррелл умеет смеяться над собой, находить комичное даже в самых серьезных и опасных ситуациях [1].

«To the policeman it must have looked as though these two dishevelled gentlemen were carrying a coffin through the streets at a time of night when they should have been in bed. At that moment I discovered how difficult it is to explain satisfactorily to a policeman why you are carrying a capybara through the streets at one o'clock in the morning in what appears to be a coffin. I looked blankly at Smith, and he looked back equally blankly. Summoning up all my courage I smiled winningly at the arm of the law» [7].

«Our minds had been inflamed by Mr. Kahn's tales of monster anacondas, so at Ivan's cry pandemonium broke loose in the boat. Bob fell out of his hammock. Mr. Kahn leapt to his feet, tripped over Bob and narrowly missed falling into the river. I tried to jump out of my hammock, and it promptly looped the loop and deposited me, enveloped in yards of mosquito netting, on top of Bob. Mr. Kahn was screaming for a gun. Bob was begging me to get off his chest, and I was shouting for a torch» [7].

Меж тем, произведения Даррелла носят ярко выраженный публицистический характер [3]. Ведь его главной целью является привлечь внимание жителей планеты к острой проблеме охраны природы и спасения исчезающих видов. В каждой книге он обращается к читателю с призывом не быть равнодушными к братьям нашим меньшим, будущее которых в наших руках.

«We have inherited an incredibly beautiful and complex garden, but the trouble is that we have been appallingly bad gardeners. We have not bothered to acquaint ourselves with the simplest principles of gardening. By neglecting our garden, we are storing up for ourselves, in the not very distant future, a world catastrophe as bad as any atomic war, and we are doing it with all the bland complacency of an idiot child chopping up a Rembrandt with a pair of scissors» [6].

В своих произведениях Даррелл умело использует различного рода стилистические средства, особенно удачны и оригинальны его сравнения и метафоры [3].

«After watching the fur seals, I had expected the elephant seal colony to be a much more boisterous and vivacious lot, whereas here they were, lying about the beach in attitudes of relaxed abandon, displaying about as much boisterous-ness as could be expected from a convention of dropsy sufferers having a chess tournament in a Turkish bath» [5].

«When I lifted the sacking off the front of the agouti's cage she leaped straight up into the air, and landed with a crash in her straw bed, quivering in every limb, with the expression of an elderly virgin who, after years of looking under her bed, has at last found a man there» [5].

«While the baby rheas were very sedate and orderly, like a school crocodile, the baby guanacos were more exuberant and unruly, dancing about in amongst the adults, in exciting, daring and complicated gambols» [5].

«Occasionally woodpeckers would utter a short burst of shrill, metallic laughter, tittering weirdly over some private joke between themselves. They looked like a couple of mad, redheaded doctors, sounding the chest of the great tree and giggling delightedly over the disease they found, the worm holes, the tubercular patches of dry rot, and the army of larvae steadily eating their host to pieces» [7].

«As we neared our hut we were surprised to see Mr. Kahn dancing across the sand towards us, exuding triumph and perspiration in equal quantities» [7].

Помимо публицистической и художественной ценности произведения Даррелла носят серьезный характер. Известно, что

описания природы Южной Америки, сделанные Дарреллом, вошли в школьные пособия для внеклассного чтения по географии материков и океанов. Энциклопедические познания Даррелла в области зоологии дают точную научную характеристику каждому виду животных. Зоологи восторгаются подробностями, с которыми он описывает животных. Его характеристики органичны, не обременяют художественное повествование и в тоже время точны и не требуют научных дополнений или комментариев [2].

Деятельность Джералда Даррелла уникальна и неопенима как в области зоологии и охраны природы, так и в области литературы. Его произведения представляют благодатный материал для изучения и анализа с точки зрения теории литературоведения и лингвостилистики. Даррелла с полным правом можно отнести к классикам анималистической литературы.

Список литературы

1. Ковалева М. Н. Феномен Даррелла / М. Н. Ковалева // Джеральд Даррелл. Мясной рулет: Встречи с животными. – М. : Мысль, 1989. – С. 3
2. Палієнко Л. Джеральд Даррелл: мандрівник, знавець та захисник дикої природи / Лариса Палієнко // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2006. – 4 січ. (№ 4). – С. 7–9.
3. Тимошенко Т. М. Джералд Даррелл. Рассказы о животных в шутку и всерьез / Т. М. Тимошенко // Вчені зап. Харк. гуманіт. ун-ту «Нар. укр. акад.». – Харьков, 2006. – С. 347–358.
4. Флинт В. Е. Вступительная статья / В. Е. Флинт // Джеральд Даррелл. Ай-ай и Я. – М. : Армада, 1996. – С. 4–7.
5. Durrell G. The Whispering Land [Электронный ресурс] / Gerald Durrell. – Режим доступа: http://www.e-reading.org.ua/bookreader.php/135758/Durrell_-_The_Whispering_Land. – Загл. с экрана.
6. Durrell G. Two in the bush [Электронный ресурс] / Gerald Durrell. – Режим доступа: <http://www.shoarns.com/TwoInTheBush.html>. – Загл. с экрана.
7. Durrell G. Three singles to Adventure / G. Durrell. – UK. : Penguin books, 2002. – P. 145.

УДК 811.111+811.161.1]373.7373.21

Л. В. Мирзоян

Научный руководитель: канд. филол. наук Т. М. Тимошенкова

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ЭЛЕМЕНТАМИ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАЗВАНИЙ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Резюме

Статтю присвячено розгляду фразеологізмів, що включають географічні назви, та проблемам їх інтерпретації як мовних одиниць з національно-культурним компонентом.

Summary

The article discusses phraseologisms including geographical names and the problems of their interpretation as units with a national cultural component.

Ключевые слова: фразеологическая единица (ФЕ), топоним, хороним, астионим, урбаноним, гидроним, интерпретация фразеологической единицы.

Объектом исследования является фразеологический фонд английского языка; *предметом* – английские фразеологизмы с элементами географических названий. *Цель* исследования состоит в выявлении закономерностей использования топонимов в английских фразеологизмах и их комплексном анализе с учетом особенностей их образования. *Материалом* исследования послужил англо-русский фразеологический словарь А. В. Кунина, откуда методом сплошной выборки были отобраны все фразеологизмы с элементами географических названий. *Актуальность* исследования определяется неугасающим интересом к изучению фразеологических единиц, содержащих элементы географических названий, поскольку данная группа фразеологических единиц позволяет более широко ознакомиться с культурой и бытом народа-носителя и отражает все стороны его жизни.

«Фразеологический корпус языка представляет собой неисчерпаемый источник материала для исследования языка как средства лингвистического конструирования окружающей действительности, способа формирования и хранения человеческого опыта, знаний,

культуры». Фразеологический фонд как национальная модель окружающего мира во всем многообразии его номинативных, оценочных, стилистико-коннотативных характеристик, его способности оперативного реагирования на любые политические, экономические, социальные, культурные события и перемены в жизни общества – бесспорно актуальный объект исследования, представляющий несомненный интерес практически для любого из направлений современной лингвистики: семасиологии и ономасиологии, этнопсихолингвистики, когнио- и прагмалингвистики, функциональной и коммуникативной лингвистики, теории текста и транслятологии [5, с. 185–186].

Во фразеологических единицах, как в зеркале, отражаются все стороны жизни народа-носителя языка: география и климат страны, ее флора и фауна, политическая история государства, экономика и виды производственной деятельности населения, характер и способы проведения досуга, этнические культурные ценности, религия, литература и искусство, нормы социального взаимодействия и правила речевого поведения [5, с. 186].

«Фразеологические единицы, отражая в своей семантике длительный процесс развития культуры народа, фиксируют и передают от поколения к поколению культурные установки и стереотипы». Концептуальная картина мира в целом является интернациональной, но имеется целый ряд секторов и участков, являющихся сугубо национальными. Сюда относится и фразеология. У каждой культуры свои слова. Чтобы считаться ключевым словом культуры, слово должно быть общеупотребительным, частотным, должно входить в состав фразеологизмов, крылатых фраз. Следовательно, язык не просто называет то, что есть в культуре, не просто выражает ее, он формирует культуру, как бы прорастая в нее, и сам развивается в культуре [3, с. 11].

Жизнь человека неразрывно связана с пространством его жизнедеятельности, для обозначения которого используется особый пласт лексики – географические названия или топонимы (от греческого слова *topos* – «место» и *оnоmа* – «имя», «название») [6, с. 2].

«Значения топонимов включают экстралингвистические и лингвистические параметры языковой единицы, а именно культурно-историческую и национальную соотнесенность топонима в преломлении через его семантику» [4, с. 140].

Проследим использование топонимов во фразеологических единицах. Среди зарегистрированных английских ФЕ с компонентами, представляющими собой географические названия, выделяют следующие группы топонимов:

а) индивидуальные (оказиональные, авторские): *Canterbury story* – длинный, скучный рассказ, небылица; *Kentish fire* – гул неодобрения, бурное выражение аудиторией своего несогласия или нетерпения, обструкция (выражение возникло в связи с проводившимися в Кенте в 1828–29 гг. шумными собраниями, направленными против Catholic Relief Bill); *Arkansas toothpick* – «арканзасская зубочистка» (длинный охотничий нож, которым арканзасские поселенцы в первой половине XIX в. пользовались не только при разделке мяса и кровавых вендеттах, но и в качестве зубочистки); *to get Bronx cheer* – «быть освистанным»; *to go to Canossa* – «отправиться в Каноссу», публично покаяться, унизиться перед кем-либо, испрашивая прощение (как германский император Генрих IV перед римским папой Григорием VII в Каноссе в 1077 г.); *Rome was not built in a day* – «Рим строился не один день» (русский аналог – «не сразу Москва строилась») [2; 3]. Метафорический перенос, лежащий в основе значения фразеологических единиц, включающих в себя индивидуальные топонимы, может основываться на реально существующих ситуациях [4, с.141].

б) групповые (принятые носителями языка): *from Dan to Beersheba* – от Дана до Вирсавии, то есть от одного конца страны до другого, повсюду, везде (Дан – самая северная, а Вирсавия – самая южная точка Священной земли); *from China to Peru* – от Китая до Перу, с одного конца земли до другого, повсюду (выражение создано С. Джонсоном – английским писателем и знаменитым лексикографом); *pile Ossa on Pelion* – без надобности усложнять, заниматься бесплодным делом (в древнегреческом мифе рассказывается о попытке гигантов взобраться на небо, поставив гору Осса на гору Пелион) [2; 3]. Метафорический перенос, лежащий в основе значения фразеологических единиц, включающих в себя групповые топонимы, может основываться на нереальных, фантастических ситуациях [4, с.141].

в) хоронимы (названия стран): *to discover America* – открыть Америку, говорить, объяснять то, что всем давно известно; *corn in Egypt* (библ.) – изобилие, обилие чего-либо (продуктов, яств);

the flesh-pots of Egypt – «египетские котлы с мясом», символ утраченного благосостояния [1, с. 19]; *the curse of Scotland* (карт.) – проклятие Шотландии, девятка бубен (карта якобы названа так по сходству с гербом графа Стейра, вызывавшего ненависть в Шотландии своей проанглийской политикой); *to singe the beard of the King of Spain* – подпалить бороду испанского короля, опустошать берега Испании (выражение создано Ф. Дрейком (F. Drake, 1545–95); *something is rotten in the State of Denmark* – «подгнило что-то в Датском королевстве», ≈ какая-то скверна завелась (шекспировское выражение); *not... for all the tea in China* (разг.) – ни за что, ≈ ни за какие коврижки [2].

2) **астионимы (названия городов):** *to carry coals to Newcastle* – «возить уголь в Ньюкасл», то есть возить что-либо туда, где этого и так достаточно (русский аналог – «ехать в Тулу со своим самоваром»); *to meet ones Waterloo* – быть разгромленным, понести сокрушительное поражение (как Наполеон под Ватерлоо); *to send smb. to Coventry* – бойкотировать кого-либо, прекратить общение с кем-либо, игнорировать кого-либо (значение выражения предположительно восходит к книге Кларендона (E. H. Clarendon) «The History of the Great Rebellion and Civil Wars in England», где указывается, что во время английской буржуазной революции в городе Ковентри находилась тюрьма, в которой содержались ссыльные роялисты); *Paris is worth a mass* – «Париж стоит мессы», стоит пойти на компромисс ради очевидной выгоды (выражение приписывается Генриху IV Бурбону, который якобы употребил его, когда отрекся от протестантской религии и принял католичество, чтобы вступить на французский престол); *Bronx cheer* – громкое выражение неодобрения (криком, свистом, любым шумом, особенно в выражении) [2; 3]; *the confusion of Babylon* – вавилонское столпотворение; *lady (whore) of Babylon* – Вавилонская блудница (о римско-католической церкви, о папизме); *the garden of Eden* – рай земной, райский уголок; *balm in Gilead* (библ.) – «галаадский бальзам», утешение, исцеление (бальзам, якобы исцелявший от всех болезней, приготавливался из сока кустарника, росшего в окрестностях Галаада); *the apple of Sodom* (библ.) – «красивый, но гнилой плод», что-либо сулящее удовольствие, наслаждение, но приносящее лишь горькое разочарование; *to be at ease in Zion* – отдыхать, наслаждаться (Сион – аллегорическое наименование небесного

города) [1, с. 18]; *California blankets* (жарг.) – «калифорнийские одеяла» (газеты, которыми укрываются ночующие в парке безработные) [2].

д) урбанонимы (названия улиц): *Broadway boy* – «картежник», «крикливо, ярко одетый человек», «дамский угодник» [3]; *a Grub-street hack* – наемный писака, литературный поденщик, борзописец (*Grub-street* – улица в Лондоне, где жила нищая литературная богема в XVIII в.); *Lombard Street to a china orange* (разг.) – дело верное, никаких сомнений ≈ даю голову на отсечение [2].

е) гидронимы (названия водных объектов): *Mississippi marbles* – «игральные кости» [3]; *to set the Thames on fire* (шутл.) – сделать что-либо необычное, из ряда вон выходящее, ≈ «достать луну с неба» (обычно употребляется в отрицательных предложениях); *to shoot Niagara* – пускаться в рискованное предприятие, решаться на отчаянный шаг (смельчаки неоднократно пытались переплыть Ниагарский водопад); *to cross the Rubicon* – перейти Рубикон, отважиться на какой-то бесповоротный шаг, переступить, перейти какой-то важный рубеж (в 49 г. до н. э. Юлий Цезарь, вопреки запрещению Римского сената, перешел с войском Рубикон – реку, служившую границей между Италией и Цизальпинской Галлией – и начал гражданскую войну); *to try to sweep back the Atlantic with a broom* (шутл.) – «попытаться вымести метлой Атлантический океан», пытаться сделать невозможное [2].

«Разные типы фразеологизмов по-разному отражают культуру. Так, во фразеологизмах, в которых отражена история народа, национальные имена собственные, содержатся страноведческие знания, а их понимание связано со знанием конкретных исторических фактов» [3]. Реалии, отражаемые фразеологизмами, содержащими компоненты-топонимы, тесно связаны с географией и историей страны, традициями, бытующими в той или иной местности.

Итак, топонимы, являющиеся компонентами фразеологических единиц, будучи своеобразными символами, представляют собой неисчерпаемый источник культурно-исторического наследия. Интерпретация значений таких названий невозможна без наличия экстралингвистической информации о денотате. Следовательно, для адекватного восприятия текста с географическими названиями необходимы как географические познания, так и знания истории определенной страны [1, с. 20].

Список литературы

1. Анализ фразеологизмов английского языка с именами собственными и их эквивалентов в русском языке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pda.coolreferat.com/Анализ_фразеологизмов_английского_языка_с_именами_собственными_и_их_эквивалентов_в_русском_языке. – Загл. с экрана.
2. Большой англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Рус. яз., 1984. – 944 с.
3. Кучешева И. Л. Имена собственные в английской и русской лингвокультурах [Электронный ресурс] / И. Л. Кучешева. – Режим доступа: http://www.orenport.ru/docs/174/mat_conf/html/33.pdf. – Загл. с экрана.
4. Осадчих И. И. Стилистически маркированный топоним как способ создания исторического колорита в художественных произведениях XIX в. / И. И. Осадчих, Л. А. Блинова // Научное творчество молодежи : материалы XIV Всерос. науч.-практ. конф. (15–16 апреля 2010 г.). – Томск : Изд-во Томск. ун-та, 2010. – Ч. 2. – С. 140–142.
5. Тимошенкова Т. М. Фразеологизмы: номинативный и стилистико-коннотативный потенциал и проблемы перевода/ Т. М. Тимошенкова // Вісн. ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – 2010. – № 896. – С. 185–189.
6. Фразеологизмы, содержащие топонимы и оттопонимические образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://coolreferat.com/Фразеологизмы_содержащие_топонимы_и_оттопонимические_образования. – Загл. с экрана.

УДК 821.111-31.09(73) Селінджер

О. В. Савельєва

Науковий керівник: канд. філол. наук Т. М. Тимошенкова

ГОЛДЕН КОЛФІЛД – РЯТІВНИК НАД ПРІРВОЮ ЧИ ВТІКАЧ ВІД ДІЙСНОСТІ?

Резюме

В статье анализируется главный герой романа Дж. Д. Сэлинджера «The Catcher in the Rye», представлены различные точки зрения литературоведов в отношении образа главного героя.

Summary

The article analyses the main character of the D. D. Salinger's novel «The Catcher in the Rye», presents various literary critics approaches to the hero.

Ключові слова: бунтар, протест молоді, світобачення, втеча від дійсності, юнацький максималізм.

Об'єктом статті є творчість видатного американського письменника Дж. Д. Селінджера, *предметом* – його відомий роман «The Catcher in the Rye». *Мета* дослідження полягає в тому, щоб дати характеристику головному герою роману, Голдену Колфілду. *Актуальність* дослідження визначається невичерпним інтересом критиків до творчості Дж. Д. Селінджера та його роману «The Catcher in the Rye», а також виникненням багатьох теорій щодо образу головного героя.

В історії людства завжди є літературні герої, які відіграють особливу роль для кожного читача. Шекспірівські Ромео та Джульєтта, наприклад, є втіленням чистого трагічного кохання, герой Гете, Фауст, уособлює шукача істини. Ким же став для людей Голден Колфілд, юнак із відомого всім роману Дж. Д. Селінджера «The Catcher in the Rye»? Але перш ніж розпочати аналіз головного героя цього твору, треба коротко зупинитися на житті та творчості автора.

Джером Девід Селінджер народився 1 січня 1919 року в Нью-Йорку. Відомо, що він навчався у трьох коледжах, але жодний з них так і не закінчив. Дж. Д. Селінджер пройшов курс навчання у Пенсильванській військовій школі, де і почав свою письменницьку діяльність. У 1940 р. журнал «The Story» опублікував його оповідання «Young folks». Через два роки Дж. Д. Селінджер був призваний до армії, у 1945 р. він брав участь у Другій світовій війні, невдовзі був госпіталізований через нервовий зрив. Трагічний досвід воєнних років зіграв велику роль у формуванні його особистості як письменника [4; 7].

У 1943 р. світ побачило оповідання «The Varioni brothers», опубліковане в журналі «The Saturday Evening Post». Наприкінці 40-х – початку 50-х рр. Дж. Д. Селінджер створив свої найкращі оповідання. А влітку 1951 р. він написав роман «The Catcher in the Rye». У 1953 р. письменник випустив збірку оповідань під назвою «Nine Stories», пізніше в журналі «The New Yorker» вийшли його повісті – «Franny» (1955), «Raise High the Roof Beam», «Carpenters» (1955), «Zooey» (1957). Раптово письменник переїхав з Нью-Йорку до містечка Корніш, штат Нью-Гемпшир, де працював над циклом оповідань про сімю Гласів – «Glass family». Останнє оповідання з цього циклу,

«Narworth 16, 1924», вийшло у 1965 р. [4; 7]. Уже в той час Дж. Д. Селінджер уникав репортерів, не погоджувався давати інтерв'ю жодному виданню, намагаючись ізолювати себе від суспільства. Помер цей видатний письменник 27 січня 2010 року, залишивши після себе значний літературний спадок та таємниці навколо своєї творчості.

Світогляд героїв Дж. Д. Селінджера завжди привертав і продовжує привертати увагу літературознавців. Багаторівневість його текстів і їх трактування давно стали приводом для кропіткої роботи критиків. Як зауважує М. Тарнавська, «Джерома Девіда Селінджера справедливо вважають майстром створення підтекстів. Його твори, лаконічні та уривчасті, містять декілька смислових планів, які розгортаються в залежності від способу прочитання, компетенції читача, його емоційного стану, та все ж мають таку глибину та багатозначність, котра відсилає реципієнта у нескінченність – «безодню смислу» і не дає остаточних відповідей на його питання...» [6, с. 430–431]. Роман «The Catcher in the Rye» та його головний герой не стали виключенням.

Голден Колфілд, мабуть, найбільш суперечлива постать у творчості Дж. Д. Селінджера, адже саме цей шістнадцятирічний підліток викликає безліч питань як з боку читачів, так і з боку літературознавців. Хто він насправді? Бунтар? Інфантильний егоїст? Представник «нової молоді»? Чи просто підліток, загублений у світі дорослих і нібито дорослих людей? У післямові до українського видання «The Catcher in the Rye» Ю. Покальчук, український письменник, перекладач та науковець, зазначив, що «Голден Колфілд – типовий американський підліток, хіба що трохи інфантильний як на свої шістнадцять. У цьому героєві письменник ніби зібрав найкраще, найсвітліше із світобачення американських підлітків його віку, намалювавши свого роду збірний образ, у якому сприйняття «дорослого» світу загострене, але й пронизливо точне...» [5, с. 268–270]. Сам Дж. Д. Селінджер не вважав за потрібне пояснювати сутність свого героя, тим самим залишивши великий простір для трактування думок, вчинків, душевного та фізичного стану Голдена Колфілда. Автор книги «Философские и эстетические основы поэтики Дж. Д. Сэлинджера» І. Галинська посилається на монографію У. Френча, який намагався проаналізувати зв'язок між душевним та фізичним станом героя: «Образу Холдена Колфилда Френч,

например, отказывает в типичности, видит переплетение в романе двух тем: физического недомогания героя и постепенного освобождения Колфилда от эгоцентричности, принятия отвергнутого его мира» [2, с. 12].

Дж. Д. Селінджер настільки майстерно зобразив Голдена Колфілда, що читач починає вірити цьому герою і, можливо, саме тому вбачає в хлопці бунтаря, жертву суспільства чи втікача від дійсності. Такі ролі виділила Н. Яшнікова, автор статті «Своеобразие главного героя романа Дж. Д. Сэлинджера «Над пропастью во ржи», спираючись на праці критиків творчості цього письменника, і зробила висновок, «...что все представленные трактовки образа Холдена однозначные, и что все они имеют право на существование, поскольку роман Сэлинджера многозначный» [8, с. 119–123].

Але не слід забувати, що, перш за все, Голден – це заплутаний підліток, який не хоче дорослішати, адже для нього доросле життя прирівнюється до фальшивого, скрізь зіпсованного життя. Саме тому він бунтує, бо мовчати для нього – це змиритися з тим, з чим він миритися не хоче. Власне через це він утікає, бо залишитися на місці означає не діяти. І тому він почуває себе жертвою цього світу, бо важко знайти себе в ньому і залишитися собою.

Слід зауважити, що погляди дослідників щодо особистості Голдена можуть бути діаметрально протилежними. Автор книги «Історія американської літератури ХХ століття» Т. Денисова вбачає в Голдені інтелектуально виховану людину – «...Про це свідчить його прекрасне знання літератури (англійська мова – єдиний предмет якої він знає блискуче, і навіть найбільш авторитетні однокласники звертаються до нього по допомогу; в його лексиконі проскакують такі вирази, як «давідкоперфільдівська муть», що свідчить про знання Діккенса, та ін.); він обізнаний і в театральному світі, і в кіномистецтві, і в сучасному музичному житті – про що свідчать його розповіді про відвідини нью-йоркських вистав тощо...» [3, с. 138–143]. Максвелл Гайсмар у своїй книзі «Американские современники» досить глузливо ставиться до героя – «...Можно подумать, что он единственная в мире творческая личность и, несмотря на то, что он провалился по всем предметам, кроме английского, у него имеются свои и весьма высокие, почти максималистские критерии – по крайней мере в оценке литературных произведений» [1, с. 269].

Виникає питання – а чи не забагато ми вимагаємо від Голдена Колфілда? Прискіпливо вишукуємо слабкі сторони в образі, створеному Дж. Д. Селінджером. Або ж вирішуємо, ким йому бути – слабохарактерним егоїстом чи «голосом» американської молоді. Критикуємо кожний його вчинок. Спираючись на весь надбаний нами досвід, трактуємо думки письменника, відображені в фігурі цього підлітка.

Можливо, саме від цього мислення хотів відійти Дж. Д. Селінджер, тому й обрав шістнадцятирічного Голдена, дорослу дитину, яка гостро сприймає всі зміни навколишнього світу, щоб читач подивився на реальний світ так само. Адже, на відміну від тих, кого Голден так жадає рятувати над прірвою, він одночасно і втратив свої дитячі ілюзії, і намагається знову зануритися у них. Інколи героя можна зрозуміти поза логікою. Голден доторкається до думок і почуттів, що сховані далеко від логіки. Оскільки, якщо розмірковувати і поставити за мету думати конструктивно та доросло, то Голден Колфілд – маленька дитина, зарозуміла і закомплексована, яка ховається від світу за власним его, за звичкою вважати себе вищим за інших. Пропустивши через себе почуття героя, можна відчутти самотність, відчай від того, що цей світ не має місця для нього, можна побачити його вразливість, сховану за цинізмом, і справжнє нерозуміння свого призначення. Саме тому образ Голдена залишається таким близьким читачеві, і в цьому полягає майстерність Дж. Д. Селінджера, автора роману «The Catcher in the Rye».

Список літератури

1. Гайсмар М. Американские современники : сб. / М. Гайсмар ; пер. с англ.: М. Ф. Лорие [и др.] ; сост. М. Тугушева. – М. : Прогресс, 1976. – 310 с.
2. Галинская И. Л. Философские и эстетические основы поэтики Дж. Д. Сэлинджера / И. Л. Галинская. – М. : Просвещение, 1975. – 111 с.
3. Денисова Т. Н. Історія американської літератури ХХ століття / Т. Н. Денисова. – К. : Довіра, 2002. – С. 138–143.
4. Джером Дэвид Селинджер. Американский писатель. Биография. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.salinger.su>. – Загл. с экрана.
5. Покальчук Ю. Післямова / Ю. Покальчук // Селінджер Дж. Д. Над прірвою у житі: повісті, оповідання. – К. : Молодь, 1984. – С. 268–270.
6. Тарнавська М. Переклад підтексту в оповіданні Дж.Д. Селінджера «Добре ловиться рибка-бананка» / М. Тарнавська // Наук. зап. Серія: філол..

науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. – № 89 : у 5 ч. – Ч. 1. – С. 430–436.

7. У пошуках невідомості. Біографія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ae-lib.org.ua/salinger/Biography.htm>. – Назва з екрану.

8. Яшнікова Н. В. Своєобразие главного героя романа Дж. Д. Сэлинджера «Над пропастью во ржи» / Н. В. Яшнікова // Культура народів Причорномор'я. – 2008. – № 143. – С. 119–123.

УДК 811.161.2'255.4282.2

Я. Ю. Соболева

Науковий керівник: канд. філол. наук А. О. Івахненко

СТРАТЕГІЯ ОДОМАШНЕННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ ПЕРЕКЛАДАЦЬКІЙ ТРАДИЦІЇ

Резюме

В статье анализируется эффективность использования стратегии одомашнивания в современных переводах на украинский язык. Делается вывод о возможности применения такого подхода не только в переводах художественных текстов, а и в текстах других типов.

Summary

The article deals with efficiency of Domestication in contemporary Ukrainian translations. The author comes to the conclusion that Domestication may be applied to different types of text as well as it is traditionally used for translation of fiction.

Ключові слова: художній переклад, очуження, одомашнення, Микола Лукаш, Григорій Кочур, Юрій Андрухович, Сергій Саржевський.

Об'єктом дослідження в статті є теорії перекладу художніх текстів, *предметом* – особливості використання підходу одомашнення в сучасній перекладацькій практиці, *метою* – аналіз підстав до використання підходу одомашнення. *Матеріалом* дослідження слугують трагедія Вільяма Шекспіра «Hamlet», її переклад, виконаний Ю. Андруховичем, та відеозаписи телевізійної програми «Танцюють всі». *Актуальність* дослідження підтверджується активним використанням обох підходів (очуження і одомашнення) у сучасній перекладацькій практиці. *Новизна* розвідки полягає

у спробі оцінити результат використання перекладацького прийому, характерного для перекладу художніх текстів, в усному перекладі.

В історії перекладу існують дві основні концепції, які регулярно змінюють одна одну. Але оскільки кожна зі стратегій не використовується перекладачами у чистому вигляді без домішки елементів іншої, можна говорити лише про домінування тієї чи іншої. Мова йде про теорію одомашнення, що, як відомо, виникла у Франції за доби класицизму: переклади цієї епохи відомі під назвою «*Les belles infidèles*» («невірні красуні»), – та теорію очуження, яка з'явилася в Німеччині у часи Романтизму; її основоположником став Шлеєрмахер [2, с. 5].

В українському художньому перекладі ці дві тенденції також присутні. Перша – одомашнення – спирається на народну творчість і традиції бароко. Представникам цієї течії властива значно більша схильність до широкого використання фольклорного та діалектичного матеріалу для відтворення стильових особливостей першотвору. Друга – очуження – походить від М. Старицького й І. Франка і найповніше розкривається в роботах неокласиків. Представникам цієї течії притаманне тяжіння до вироблених літературних норм та прагнення відтворити стильові риси оригіналу переважно засобами нормативної літературної мови [4, с. 28].

Переклад вважають засобом захисту національних мов і культур (О. І. Чередниченко), стверджують його націєтворчу місію (Р. П. Зорівчак, М. В. Стріха), представники обох напрямків прагнули за допомогою своїх перекладів збагатити українську культуру, розширити її естетичні обрії та утвердити в ній загальнолюдські цінності [8, с. 150]. Говорячи про ці дві тенденції, неможливо не згадати перекладацьку діяльність таких геніїв українського художнього перекладу, як Микола Лукаш та Григорій Кочур: незважаючи на спільні вищезгадані культурницькі настанови, вони дотримувалися різних творчих підходів.

Переклади Лукаша є потужним джерелом збагачення української мови завдяки активному залученню призабутих, рідковживаних форм. Лукаш досконало володів глибинними пластами української фразеології, про що свідчать не тільки його переклади, але й спогади сучасників. Як зазначає В. Р. Савчин, «у його перекладах мобілізовано найширші пласти української лексики та фразеології усіх стильових тональностей, засвідчено самодостатність української

мови для перекладу творів різних жанрів і стилів. Основою перекладацької стратегії Лукаша стало якнайширше звертання до резервів української мови: призабутих, рідковживаних, розмовних форм, фольклорних ресурсів і максимальне використання цих мовних скарбів у перекладах» [5].

На відміну від нього, Григорій Кочур сповідував принцип джерелоцентричного перекладу, який передбачає максимально можливе наближення читача чільного тексту до джерельного тексту. Джерелоцентричний метод виключає «одомашнення» як форму засвоєння оригіналу, допускає помірне очуження тексту перекладу, акцентуючи увагу на іншомовній належності джерельного тексту, – ці принципи повністю відповідали принципам неокласичної школи, до якої і належав Кочур. Він боявся «перейскравити» свої переклади, підмінити відтворення оригіналу його вільним переспівом, «перевдягти» автора в декоративне «українське вбрання» [7, с. 187].

У сучасній українській традиції переклад все частіше сприймається з точки зору збереження національних звичаїв та культурних особливостей мови оригіналу, хоча питання одомашнення при перекладі українською і сьогодні не зникло з порядку денного [8, с. 158]. Можливо, це пов'язано з тим, що оригінальна українська література знаходиться в процесі розвитку та ще не в змозі продемонструвати всю красу, глибину та національні особливості мови. Тому хотілося б більш детально зупинитися на підході одомашнення та його використанні сучасними перекладачами.

Яскравим прикладом одомашнення є переклад «Гамлета» Юрія Андруховича, де, як відмічає Лада Коломієць, широко застосовано цю тактику, використано ремінісценції з української літератури й української соціальної дійсності останніх десятиріч. «Андрухович широко вдається не тільки до перефразувань, а й до переробок та спрощень тексту оригіналу, свідомо наближаючи його до масової української аудиторії. До перекладу привносяться етнокультурні алюзії на певні риси українського національного характеру й звичаєвого устрою» [3, с. 351]. У своїй статті Л. Коломієць наводить численні приклади вищезазначеного; ось деякі з них:

Полоній: Ви мене знаєте, пане? Гамлет: Як обдушеного – ти торгуєш рибою (Pol.: Do you know me, my lord? Ham.: Excellent well. You are a fishmonger). Коли віє з південного боку, я чудово зможу відрізнути ворону від письмового стола,

a шило від мила (When the wind is southerly I know a Hawk from a handsaw). Бо трапляється, що котрийсь дотепник ні сіло ні впало пирскає сміхом... (For there be of them that will themselves laugh...) [3, с. 354].

Метою використання цього прийому стало прагнення перекладача наблизити трагедію англійського драматурга до широкого кола сучасних українських читачів з їх світорозумінням, лексикою, фразеологією. Також такий підхід був зумовлений вимогами сучасної сцени. Важко адекватно оцінити дещо шокуючий український варіант «Гамлета», але, безумовно, він не залишить байдужим ані професійних перекладачів, ані глядачів, які прийдуть подивитися виставу в театрі.

Ще одним не менш яскравим прикладом одомашнення є діяльність Сергія Саржавського. Однак Саржавський має справу не з художніми творами, а здійснює усний синхронний переклад, дуже вдало, на нашу думку, користуючись принципами художнього. Такий його підхід обговорюють, критикують, схвалюють не лише професіонали, але й прості люди, яких дивують, обурюють чи зачаровують ті перли, які вже третій сезон поспіль лунають у прямому ефірі шоу телеканалу СТБ «Танцюють всі» [6]. Сергій Саржавський перекладає одного із судів проекту, англійця Франциско Гомеса. Під час своєї роботи Саржавський часто використовує національно забарвлені прислів'я, приказки, приповідки, розмовну лексику, навіть галицький діалект (*файна кобіта*) [9], і це робить коментарі судді більш емоційними, в результаті чого вони викликають бурхливу реакцію публіки. Наприклад:

1) *It was a-a-amazing. It was so perfect. – Це було просто надзвичайно! Як в око вліпили!* 2) *You two were like chalk and cheese. – Козирь дівка, хлопець – зух!* 3) *...It is such a pleasure to watch you, guys, dance. I like apple pie, ice cream, it's a sheer perfection. I loved every single minute of it. – ...Для мене надзвичайна втіха, насолода спостерігати за вами. Паронька хоч по рушники посилає.*

Саржавському часто дорікають за те, що він неточно передає коментарі Франциско, але перекладач на це відповідає наступним чином: «Я вважаю, що по-різному можна точність розуміти. Є точність, що калькує сказане, є точність, що передає дух сказаного. Я можу різними барвами передати суть, для того, щоб було

цікавіше, театральніше» [1]. В одному з інтерв'ю він зазначив: те, що він робить, – не переклад, а переспів, він не просто здійснює літературний переклад, він додає колориту, використовує ситуацію, емоції, завдяки цьому його переклади виглядають доречно.

Отже, мету використання одомашнення можна визначити як подвійну: з одного боку, перекладачі підіймають з глибин призабуті приказки та прислів'я, для того щоб українська мова не втратила своїх національних особливостей; з іншого – така стратегія дозволяє підкреслити стилістичні особливості першотексту, не викликаючи в читача/глядача відторгнення через його чужість. *Перспективою* дослідження може стати більш глибоке вивчення художніх прийомів в інших типах текстів.

Список літератури

1. Інтерв'ю з Сергієм Саржевським [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mediananny.com/reportazhi/13849/Iama_uveren_chno_Tantsam_porobleno. – Назва з екрану.

2. Кальниченко О. А. Історія перекладу та думок про переклад у текстах та коментарях : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. А. Кальниченко, В. О. Подміногін ; Нар. укр. акад. – Х. : Вид-во НУА, 2005. – Ч. 1. Загальні питання. Стародавні часи. – 130 с.

3. Коломієць Л. В. Новий український «Гамлет»: перекладацька стратегія Юрія Андруховича / Л. В. Коломієць // Мова і культура : наук. щорічн. журн. – К. : Вид. Дім Дмитра Бурого, 2005. – Вип. 8. – Т. 3. – Ч. 2. – С. 349–356.

4. Лучук О. Діалогічна природа літератури / О. Лучук. – Львів : Вид-во Україн. католического ун-ту, 2004. – 275 с.

5. Савчин В. Р. Новаторство Миколи Лукаша в історії українського художнього перекладу : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.16 [Електронний ресурс] / В. Р. Савчин; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2006. – 20 с. – Режим доступу: www.lib.ua-ru.net/inode/4755.html. – Назва з екрану.

6. Форум телеканалу СТБ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stb.ua/forum/category-78/category-198/177080/page-1/>. – Назва з екрану.

7. Чередниченко О. Перекладацький доробок Григорія Кочура (до 100-літнього ювілею Майстра) / О. Чередниченко // Всесвіт. – 2009. – № 5–6. – С. 185–191.

8. Чередниченко О. Про мову і переклад / О. Чередниченко. – К. : Либідь, 2007. – 247 с.

9. Языковой вопрос шоу «Танцуют все» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vikna.stb.ua/news/2009/12/18/33430>. – Загл. с экрана.

Соціологія



УДК 316.334.22

Ю. С. Багрянцева*Научный руководитель: канд. социол. наук Д. В. Недогонов***РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА
ОРГАНИЗАЦИИ****Резюме**

Персонал розглядається як основний ресурс фірми, що визначає успіх діяльності всієї організації. Знання співробітників застарівають, їх необхідно постійно оновлювати. Комплекс елементів, які сприяють підвищенню кадрового потенціалу організації згідно з її цілями, утворює систему розвитку персоналу даної організації.

Summary

Personnel is examined as a basic resource of a firm, determining success of the organization activity. The employees' knowledge and skills become antiquated and must be renewed. A complex of elements to increase the organization potential to meet the goal set forms the system of this organization personnel development.

Ключевые слова: управление персоналом, развитие персонала, система развития персонала, кадровый потенциал, карьерный рост, обучение.

Развитие персонала является важнейшим условием успешного функционирования любой организации. Это особенно справедливо в современных условиях, когда ускорение научно-технического прогресса значительно убыстряет процесс устаревания профессиональных знаний и навыков.

Создавшаяся в нашей стране ситуация, изменение экономической и политической систем одновременно несут как большие возможности, так и серьезные угрозы для предприятий, устойчивости их существования, вносят значительную степень неопределенности в жизнедеятельность и функционирование практически каждой организации. В этой связи в общей концепции управления человеческими ресурсами организации особое место занимает процесс развития персонала с имеющимися на сегодняшний день как положительными, так и отрицательными сторонами.

Научная проблема – кадровый потенциал организации, управление и пути его совершенствования.

Научные исследования проблем развития персонала на уровне организации осуществляются в области теории управления, в том числе управления персоналом (Брукинг Э., Равен Дж., Хариссон Р., Хентце И., Базаров Т. Ю., Галаева Е. В., Генкин Б. М., Гудикова О. В., Журавлев П. В., Зубкова А. Ф., Ивановская Л. В., Карташов С. А., Кибанов А. Я., Курбатова М. Б., Магура М. И., Матирко В. И., Маусов Н. К., Одегов Ю. Г., Паршина В. С., Свистунов В. М., Столярова В. А., Шекшня С. В. и др.). Различным проблемам развития персонала посвящены исследования и в области социологии управления (Авдошина З. А., Амбалова А. Б., Деркач А. А., Мархиев М. И., Михайлева Е. Г., Недогонов Д. В., Устинова О. В. и другие).

Значительный вклад в разработку проблемы профессионального развития персонала внесли зарубежные исследователи: Амстронг М., Бессейр О., Ботерф Дж., Боятцис Р., Зарифьян П., Лоуренс П., Хант Дж. и др. Концепция корпоративного обучения как основы развития персонала организации нашла отражение в работах Друкера П., Кенджелла В. и Дилла У., Арджириса К. и Шеена Д., Сенге Питера М., Тобина Д. Благодаря работам этих авторов произошло осмысление профессионального образования как непрерывного процесса.

Вопросам организации процесса внутрифирменного профессионального обучения, исследованию современных методов непрерывного образования (внутри организации) посвящены труды Матушанского Г. К., Красовского Ю. Д., Королькова В., Егоршина А. П., Новикова П. М. и других. Имеются отдельные исследования, посвященные такой разновидности непрерывного образования, как корпоративные университеты (Гительман Л. Д., Исаев А. П., Каганов В. Ш.) [5, с. 148].

Переход к рыночным отношениям означает изменения требований к качественным параметрам персонала. В наши дни образование, и не столько общее, сколько профессиональное, становится определяющим элементом, формирующим качественные характеристики рабочей силы. Крупные организации наращивают инвестиции в подготовку кадров, поскольку внешний рынок и система подготовки все меньше удовлетворяют потребности высокотехнологичных производств. Этому также способствуют сокращающийся цикл производства и жизни товаров, их частое

изменение, требующее новых квалификаций. Многие организации считают увеличение вложений в развитие персонала главным фактором в конкурентной борьбе [2, с. 22].

Целью данной статьи является систематизация комплекса элементов процесса профессионального развития персонала организации.

Развитие персонала – совокупность организационно-экономических мероприятий по обучению, переподготовке и повышению квалификации персонала; по организации изобретательской и рационализаторской работы; по профессиональной адаптации; по оценке кандидатов на вакантную должность; по текущей периодической оценке кадров; по планированию деловой карьеры; по работе с кадровым резервом. Цель развития персонала – обеспечение организации хорошо подготовленными работниками в соответствии с ее целями и стратегией развития [1, с. 98].

Под системой развития персонала следует понимать целенаправленный комплекс информационных, образовательных, привязанных к конкретным рабочим местам элементов, которые содействуют повышению квалификации работников данной организации в соответствии с задачами ее развития, потенциалом и склонностями сотрудников [3, с. 241].

Речь идет, прежде всего, об информации о личном составе (профессиональной пригодности и склонности работников), об организационных единицах (требования к рабочим местам и типичные ситуации на них в процессе работы), а также о рынке труда и образования.

Программа развития персонала способствует формированию рабочей силы, обладающей более высокими способностями и сильной мотивацией к выполнению задач, стоящих перед организацией. Это ведет к росту производительности, а значит и к увеличению ценности персонала организации. Таким образом, мероприятия по развитию персонала следует рассматривать как инвестиции в нематериальное достояние организации. Объектом таких вложений, в отличие от инвестиций в имущественные элементы, становятся сотрудники организации.

Успешное развитие персонала обусловлено тремя факторами: знаниями, возможностями и поведением сотрудников [4, с. 37].

Знання являються основою розвитку способностей персонала, содействуют формированию личностного потенциала человека. Различают два вида знаний: общепрофессиональные знания, необходимые для решения текущих задач, которые персонал приобретает вместе с опытом работы, и конкретнопрофессиональные знания, которые приобретаются в процессе получения дальнейшей подготовки кадров.

Возможности – условия использования полученных знаний. Поэтому процесс развития персонала связан, прежде всего, с приведением в соответствие знаний сотрудников и возможностей организации. Принято разделять два вида возможностей: личностные возможности сотрудника и ресурсные возможности организации.

Ну и, конечно же, поведение персонала как фактор его развития, стало играть все более заметную роль. Без учета особенностей поведения, взаимоотношений, межличностных и неформальных коммуникаций, только на основе повышения знаний и возможностей нельзя обеспечить развитие персонала.

Успешное развитие персонала может быть достигнуто только путем создания комплексной системы управления развитием, к которой следует отнести ряд элементов: элементы формирования кадрового потенциала; элементы развития личностного потенциала; элементы развития деловой карьеры и информационные элементы.

Особое значение сегодня придается тому, что современный человек должен учиться всю жизнь: получить образование, профессию, сохранять квалификацию, расширять кругозор, переквалифицироваться, то есть персонал каждой организации должен учиться на протяжении всей трудовой деятельности [1, с. 100].

Таким образом, главной задачей в процессе развития персонала является осуществление целенаправленного процесса повышения квалификации для специальной деятельности в повышении внутривиробничної мобільності і зайнятості працівників.

Развитие персонала становится объектом планирования, наиболее емко определяемого как процесс, посредством которого организация снабжается нужным количеством персонала нужной квалификации в нужном месте и в нужное время. В этом, очевидно, заключен элемент предвидения будущих нужд организации в рабочей силе в количественном и качественном аспекте.

Список литературы

1. Егоршин А. П. Основы управления персоналом : учеб. пособие / А. П. Егоршин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА – М., 2011. – 352 с.
2. Косорига И. В. Новые технологи в обучении и развитии персонала / И. В. Косорига // Менеджер по персоналу. – 2010. – № 5. – С. 20–30.
3. Основы управления персоналом: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Менеджмент» / под. ред. Б. М. Генкина. – М. : Высш. шк., 1996. – 384 с.
4. Поповский В. И. / Управление развитием кадрового потенциала организации / В. И. Поповский // Вісн. Міжнар. слов'ян. ун-ту. Сер. Екон. науки. – 2007. – Т. 10. – № 2. – С. 36–41.
5. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации : учеб.-практ. пособие / С. В. Шекшня. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Бизнес-шк. «Интел-Синтез», 2000. – 363 с.

УДК 316.356.2-053.81 (477)

А. Г. Додух

Научный руководитель: д-р социол. наук Е. Г. Михайлева

ОСОБЕННОСТИ МОЛОДОЙ СЕМЬИ В УКРАИНЕ**Резюме**

В статті йде мова про українську сім'ю в сучасних умовах. Автор виділяє основні особливості розвитку та становлення молодій українській сім'ї. Також у статті аналізується вплив різних факторів, зокрема такого, як вплив батьківської сім'ї.

Summary

The article deals with a young Ukrainian family in modern conditions. The author highlights the main features of development and becoming a young Ukrainian family. Just analyze the influence of various factors, including such factors as the effect of parental family.

Ключевые слова: семья, молодая семья, особенности молодой семьи, факторы развития молодой семьи, родительская семья

Семья как устойчивая социальная общность людей существует уже в течение многих столетий. Она является необходимым

элементом социальной структуры общества, выполняя чрезвычайно важную задачу воспроизводства населения. Как показывают социологические исследования, традиционный институт семьи переживает сейчас некоторый кризис, связанный с изменением содержания брачно-семейных отношений. Кризис выражается в том, что, с одной стороны, идет поиск каких-то новых форм семьи, которые лучше соответствовали бы современному содержанию социальных отношений; с другой стороны, непрерывно растет число разводов и в нашей стране, и за рубежом.

В последнее время внимание социологов все больше привлекает молодая семья. Это обусловлено целым рядом обстоятельств. В первые годы брака формируется модель будущих семейных отношений – распределение власти и обязанностей, духовные связи между супругами, родителями и детьми, – происходит сложный процесс адаптации мужа и жены друг к другу, определяется характер основных конфликтов и способы их преодоления. Решение о числе детей в семье и интервалах между их рождением также зачастую принимается в начальный период семейной жизни, а значит, изучение молодой семьи имеет прямое отношение к проблемам рождаемости.

Данные вопросы стали предметом исследований многих ученых. Так, вопросами ценностями молодой семьи занимаются Е. Груздева, А. В. Артюхов, В. Бальцевич, Д. И. Валентей, Б. И. Говако, С. И. Голод, Л. Гордон, Т. А. Гурко, И. Ф. Дементьева, И. В. Дорно, Л. М. Иванова, И. Каткова, А. А. Костин, А. И. Кочетов, М. С. Мацковский, В. М. Розин, В. А. Сысенко, З. И. Файнбург, Л. Ф. Филюкова, А. Г. Харчев, Д. М. Чечот и др.; проблемы трансформации жизнедеятельности молодой семьи затрагиваются в работах таких исследователей, как А. И. Антонов, А. В. Артюхов, И. В. Бестужев-Лада, А. Г. Вишневский, Ю. А. Гаспарян, С. И. Голод, Т. А. Гурко, О. Н. Дудченко, И. В. Калабихина, А. А. Клецин, В. В. Солodников, А. Г. Харчев, В. С. Языкова и др.

Однако вопросы специфики молодой семьи, определяемые нынешними социокультурными и экономическими особенностями, по-прежнему представляют интерес для исследования.

Говоря о молодой семье, следует, прежде всего, определить ее сущность. При всем разнообразии подходов к данному феномену, мы считаем целесообразным понимать под молодой семьей

молодых супругов, состоящих в зарегистрированном браке от 1 года до 5 лет, в возрасте до 30 лет.

Молодая семья в современных условиях имеет свою специфику. Во-первых, ее характеризует нестабильность внутрисемейных отношений, освоение каждым членом семьи социальных ролей, своеобразие процесса становления. Во-вторых, как правило, молодая семья имеет объективно недостаточный уровень материальной и финансовой обеспеченности в силу низкой квалификации и сравнительно низкой заработной платы.

Возникающие сложности во взаимоотношениях молодых супругов обусловлены, прежде всего, тем, что в современной семье образцы поведения мужа и жены становятся все менее жесткими. Наблюдается отход от регламентированных форм ролевого взаимодействия: отношения в семье, способы ее организации зачастую определяются ситуацией и зависят от склонностей, возможностей и способностей каждого члена этой общности.

В прошлом преобладали традиционные образцы поведения мужа-отца и жены-матери, когда мужчина выполнял роль главы семьи, ее кормильца и носителя социального статуса, а женщина – хранительницы домашнего очага, хозяйки и воспитательницы детей. Сегодня в результате массового вовлечения женщин в производственную деятельность, роста их образования, широкого распространения идей равноправия муж и жена нередко имеют примерно одинаковый социальный статус и заработок, на равных участвуют в принятии семейных решений. В то же время в обществе функционируют представления о семейных ролях и обязанностях супругов, не в полной мере соответствующие реальности: с одной стороны, ожидания определенной части населения связаны с традиционной семьей; с другой – бытует мнение о прямом равенстве мужчины и женщины в выполнении большинства семейных функций.

В современной экономической и социально-политической ситуации в Украине меняются морально-психологические установки молодежи относительно брака, семьи и репродуктивных ориентаций, мотивы материнства и отцовства оттесняются конкурирующими потребностями самореализации в жизни и адаптации молодой семьи к новым социально-экономическим условиям.

Специалисты отмечают три главных особенности молодой семьи в Украине [3]:

1. Ограниченное количество времени для прохождения супругами определенных ступеней социализации: получение образования, профессии, рабочего места.

2. Недостаточный уровень материальной и финансовой обеспеченности для обустройства семейной жизни (приобретение жилья, организация быта и т. д.). Сегодня среднедушевые доходы в молодых семьях в 1,5 раза меньше, чем в среднем по стране. При этом 69% молодых семей живут за чертой бедности. Жилищная проблема вызвана сокращением жилищного строительства, свертыванием практики предоставления бесплатного жилья государством и недоступным дорогим жильем на свободном рынке.

3. Низкая адаптация к семейной жизни. 18% молодых семей нуждаются в консультировании. В молодых семьях формируется модель будущих семейных отношений, вырабатываются общие семейные ценности. У молодых супругов актуализируются проблемы психологической и бытовой адаптации: решаются вопросы лидерства, распределения домашних нагрузок.

Существует множество факторов, влияющих на развитие молодой семьи, и они существенно различаются в зависимости от этапа ее жизнедеятельности. Это, прежде всего, личностные характеристики молодоженов, условия заключения брака, различные типы добрачного поведения будущих супругов и так называемый родительский фактор.

Одна из характерных в этой ситуации трудностей – возможное несогласие родителей с выбором сына или дочери. Его причины не всегда осознаются, но часто имеют реальную основу. Большинство родителей желают, чтобы брак их детей был удачным, поэтому не одобряют, по их мнению, необдуманного и поспешного решения о вступлении в брак. Таким образом они заботятся о стабильности будущей семьи, о ее способности выполнять все семейные функции. Такое поведение родителей соответствует одной из общественных функций семьи – контролю за поведением детей. Но точно оценить обоснованность решения детей вступить в брак довольно трудно. Поэтому возможны ошибки в оценке этого решения. Ошибки выбора брачного партнера, ошибки сопротивления родителей браку могли бы относительно успешно преодолеваться в процессе

обсуждения перспектив будущей семьи. Но нередко дети спешат заключить брак, а родители вместо обсуждения выражают слабо аргументированное, но категорическое несогласие, что осложняет взаимоотношения молодоженов и близких им людей.

Если молодая пара эмоционально или материально очень зависима от родителей, что часто бывает, нелегко урегулировать сложные, иногда конфликтные отношения.

Зависимость молодых супругов от родителей проявляется в попытках руководствоваться установками родителей, а не своими потребностями и решениями, устоявшиеся семейные ритуалы отождествлять с содержанием семейных отношений, попытками, демонстрируя лояльность к генетической семье, создавать свою, независимую от нее. Эту зависимость детей поддерживает чувство опасности у родителей, которое толкает их постоянно контролировать детей и сопротивляться (часто не полностью осознав мотивы сопротивления, а потому еще эмоциональнее) их самостоятельности. Контроль усиливает и осложняет проблемы взрослых детей, в частности, свойственное многим молодым людям противоречие отношений к автономии, желание пользоваться опекой в одних областях семейной жизни и быть самостоятельными в других.

Обобщая описанные особенности, можно выделить некоторые более общие моменты. Прежде всего, следует говорить о том, что современная молодая украинская семья имеет свои особенности. В основном это связано с нестабильной ситуацией, сложившейся в нашей стране, которая заставляет молодые семьи уделять больше времени финансовой составляющей развития семьи, и личными особенностями супругов. Также мы можем говорить о том, что существуют факторы, которые воздействуют на развитие молодых семей. Одним из таких факторов, оказывающих значительное влияние, является родительская семья. В связи с существованием традиционного отношения к семье принятого в нашем обществе этот фактор также можно назвать особенностью молодой украинской семьи.

Список литературы

1. Долбик-Воробей Т. А. Студенческая молодежь о проблемах брака и рождаемости / Т. А. Долбик-Воробей // Социол. исслед. – 2003. – №11. – С. 78–83: табл.

2. Лісовий В. М. Сучасна українська сім'я: медико-соціальні аспекти : моногр. / Лісовий В. М., Шурма І. М. – Х. : Майдан, 2009. – 268 с.

3. Молодая семья: проблемы и перспективы социальной поддержки : моногр. – Львов, 2007. – 67 с.

УДК 316. 356. 2

Н. С. Зяряна

Научный руководитель: д-р социол. наук Е. А. Подольская

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОНЯТИЯ СЕМЬИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОДИТЕЛЬСТВА

Резюме

Статтю присвячено проблемі трансформації поняття сім'я в сучасному постіндустріальному суспільстві. Причиною цьому є: розпад родинних зв'язків, гендерний конфлікт, поширення цінностей індивідуалізму, споживачтва, розмивання норм поведінки і т. п. На тлі цього з'являються нові форми батьківства («вільне батьківство») і «нетрадиційні» сім'ї (сім'ї з одним із батьків). Внаслідок цього виникає необхідність у зміні функції сім'ї та ролі батьків.

Summary

The article is about transformation of the notion «family» in the modern post-industrial society. It is caused by the disintegration of family-ties, gender conflict, spreading of the values of the individualism and consumption, shifting of behavior standards, etc. As a result new forms of parenthood («free parenthood») and «non-traditional» families (family with one parent) appear. Consequently it leads to the necessity of family function and parents role transformation.

Ключевые слова: семья, родительство, гендер, фамилисты, серийная моногамия.

В условиях глобальных системных трансформаций и постмодернистского влияния меняется понимание роли семьи и функций родителей. По существу в ходе таких преобразований видоизменяется ценностно-нормативная база взаимоотношений мужчин и женщин, взрослых и детей, то есть в этом процессе меняются роли женщины-матери и мужчины-отца. В соответствии с пере-

страивающейся реальностью пересматриваются морально-этические и юридические нормы, расшатываются стереотипы и запреты. В результате претерпевают значительные изменения институты семьи и родительства.

Концептуальное видение проблемы рассматривали такие ученые, как Гурко Т. А., Мацковский М. С., Голод С. И., Антонов А. И., Кон И. С., Харчев А. Г. и другие.

Цель статьи: проследить тенденции развития и трансформации института семьи, брачно-семейных отношений в современном постиндустриальном обществе.

Характерной чертой эпохи индустриализации и урбанизации обществ был распад родственных связей и нуклеаризация семьи [6, с. 65]. В постиндустриальный период наблюдаются дальнейшие трансформации семейного института. Социологи фиксируют процесс размывания поведенческих норм, регулирующих выбор супруга, содержание супружеских и родительских ролей, взаимоотношения поколений. Возрастает влияние индивидуальных регуляторов поведения над нормативными [3, с. 86].

Этому процессу в значительной мере способствовало включение женщин во все сферы социальной жизни, возрастание их экономической независимости от мужчин, осознание ими неправомерности в супружеских взаимоотношениях на фоне приверженности мужчин устоявшемуся распределению гендерных ролей.

Одно из распространенных рассуждений в отношении «кризиса» семьи со стороны «феминистов» – признание вины в феминистской литературе еще в середине 1980-х. Часто происходит «путаница между стремлением обоих полов к автономии и индивидуальной свободе и движением за гендерное равенство. Поскольку это равенство, в том числе в браке, не достигнуто, именно мужчины воспользовались такой свободой для того, чтобы освободиться от традиционных супружеских обязанностей – экономической поддержки семьи, сексуальной верности, эмоциональной преданности» [4, с. 66].

Другие авторы не связывают «кризис» семьи с гендерным конфликтом, а обосновывают его экономическими факторами. В условиях рынка многие функции семьи выполняются общественными институтами, а брак и супружество представляют в большей мере психологическую ценность. Предполагается также, что в обществе потребления работодатели не заинтересованы в работ-

никах с семейными обязанностями, а рынок услуг нуждается в увеличении числа домохозяйств-потребителей, а не семей [4, с. 66].

Кроме того, получили распространение ценности индивидуализма, гедонизма, потребительства, в ряду которых «брак на всю жизнь», рождение детей не занимают уже прежнего места. Для определенной части, по крайней мере, городского населения профессиональная и личностная самореализация становятся более важными, нежели семья [2, с. 145].

Глобальные тенденции в Украине, несомненно, имеют свою специфику, обусловленную кризисными социально-экономическими условиями. Существование в Украине доиндустриального, индустриального и постиндустриального укладов имеет следствием необычайное разнообразие типов семейных взаимоотношений. Значительно различаются столичные города и пригород, свои особенности имеют этнические территориальные образования. Развитие некоторых тенденций тормозится за счет вынужденных обстоятельств: например, даже нуклеаризация семьи в советское время была, в известной мере, плановым явлением (очередь на жилье), а в 1990-е годы разделение расширенных семей, разведенных супругов, создание молодых семей часто были просто невозможны из-за материальных проблем. Деструктуризация экономики повлекла за собой безработицу среди как женщин, так и мужчин. Причем многие мужчины оказались дезадаптированы к изменениям, что на фоне устоявшихся представлений о разделении супружеских ролей приводит к гендерному дисбалансу на брачном рынке, неуспешности супружества.

На Западе, по мере изменения организации частной жизни людей, происходит и пересмотр самого понятия «семья». Противопоставление «семья» – «нетрадиционные семейные формы», активно употреблявшееся вплоть до начала 80-х годов, не отражало реальных практик, когда уже и «традиционная семья» стала весьма многообразной [5, с. 98].

Вариативность семейных жизненных путей – также одна из особенностей постиндустриальной эпохи. Представители постмодернизма подчеркивают, в частности, что в «индивидуализированном» обществе люди проживают более динамичные жизненные биографии. Одним из факторов такой динамики является

глобализация и сопутствующая ей миграция. Индивидуальные различия брачно-семейных жизненных путей зависят от многих факторов: места рождения, образования, социального статуса, этничности, пола, личностной мотивации и т. д.

В американской литературе получил распространение термин «последовательная полигамия» (или «серийная моногамия»), под которым имеется в виду последовательная смена брачных партнеров. До недавнего времени больше шансов вступить в повторный брак было у мужчин и женщин, не имевших детей. Но ситуация меняется. Наличие у потенциальной невесты ребенка уже не является, как прежде, препятствием для потенциальных женихов. Судя по брачным объявлениям, по крайней мере, мужчины часто предпочитают или не возражают иметь в новом браке «готового» ребенка.

Семья с одним родителем часто является лишь временным, переходным состоянием, особенно для молодых женщин. Обстоятельства, которые приводят к формированию такой семьи, различны, также как и структура семьи и круг ее общения. Наиболее распространенные сценарии, например: брак, родительство, развод, одинокое материнство с разной степенью участия биологического отца, повторный брак (сожитительство) – «сводное» родительство, повторный развод или вдовство. Для тех, кто не был замужем во время рождения ребенка: встречи/сожитительство, одинокое родительство, брак – «сводное» родительство, вдовство. Хотя многие незамужние матери в дальнейшем в брак так и не вступают. Исследования типичных историй внебрачных матерей и их детей на Западе, в частности, свидетельствуют о межпоколенческой трансляции таких практик [1, с. 90].

Снижение возраста начала сексуальных отношений на фоне сокращения числа браков также влияет на «нормативное» развитие семьи. Понятие «добрачного поведения», например, утрачивает свой смысл, так как часто брак откладывается на неопределенное время. Иногда в качестве компенсации отсроченного брака или как «пробный брак» выступают сожитительства. Опрос украинских студентов показал, что идея «брака на всю жизнь» уже не популярна в больших городах, но еще привлекает жителей пригорода, деревень. Спектр причин для потенциального развода широк, а сам по себе развод не воспринимается потенциальными супругами как

экстраординарное событие, а лишь как возможный этап брачного сценария.

В Украине в последнее десятилетие разнообразие в нормативный семейный путь вносит возможность свободного перемещения внутри страны, а также выезд на постоянное проживание за рубеж. Например, украинские женщины (реже мужчины) все чаще находят супруга за границей, в том числе и по причине гендерного дисбаланса на брачном рынке. Таким образом, расширяется не только вариативность семейных структур, но и их представленность в индивидуальных жизненных путях.

В условиях трансформации современного общества выделяются новые формы семьи, такие как «нетрадиционные» семьи (семьи с одним родителем), появляются новые тенденции развития института родительства: нарастание вариативности родительских практик, усложнение взаимоотношений между социальным родительством и биологическим и т. д. Все это неизбежно ведет к изменениям в социокультурной среде, к преобразованиям в других социальных институтах, к кардинальным переменам во всех сферах жизнедеятельности общества.

Список литературы

1. Антонов А. И. Микросоциология семьи / А. И. Антонов. – М. : Nota bene, 1998. – 211 с.
2. Антонов А. И. Социология семьи / А. И. Антонов, В. М. Медков. – М. : Изд-во МГУ, 1996. – 450 с.
3. Гурко Т. А. Вариативность представлений в сфере родительства / Т. А. Гурко // Социол. исслед. – 2000. – № 11. – С. 90–97.
4. Гурко Т. А. Отношения мужчин и женщин в браке / Т. А. Гурко, П. Босс // Семья на пороге третьего тысячелетия / под ред. А. И. Антонова, М. С. Мацковского, Дж. Мэддока, Дж. Хогана. – М. : Ин-т социологии РАН, Центр общечеловеческих ценностей, 1995. – 350 с.
5. Гурко Т. А. Родительство: социологические аспекты / Т. А. Гурко. – М. : Центр общечеловеческих ценностей, 2003. – 160 с.
6. Гурко Т. А. Трансформация института семьи: постановка проблемы / Т. А. Гурко // Социол. исслед. – 1995. – № 10. – С. 95–99.

УДК 316. 346.2 – 055.2

О. С. Мантула

Научный руководитель: д-р социол. наук Е. А. Подольская

СОЦИАЛЬНЫЕ РОЛИ ЖЕНЩИН В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: КОНКРЕТИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К ИЗУЧЕНИЮ

Резюме

У статті розглянуто важливість вивчення соціальних ролей жінок у сучасному суспільстві. Використовуються результати емпіричного дослідження найважливіших життєвих цінностей сучасних жінок.

Summary

This article deals with the importance of studying the social roles of women in modern society. We use the results of empirical research important life values of modern women.

Ключевые слова: гендер, женщина, жизненные ценности, общество, социальная роль, феминизм.

В ходе трансформации функций семьи под влиянием глобализации и кризисных явлений в украинском обществе особую актуальность приобретает определение сущности и функционального призвания женщин, что тесно связано с проблемами определения жизненных ценностей женщин, их позиционирования в обществе, в семье, учебе, карьере.

Целью данной статьи выступает осмысление особенностей позиционирования женщин в обществе и выявление динамики представлений общества о социальных ролях женщин на разных этапах его развития.

Современное общество, в значительной степени наделяющее женщин равными с мужчинами правами, влияет не только на социальные роли людей, но и на черты их психики. В наиболее развитых обществах женщины наряду с мужчинами теперь претендуют на общий рынок труда, их социальная роль связана не только с домашним хозяйством и заботой о детях. В отличие от не столь далекого прошлого, женщины получили полноценный доступ к образованию. Заметно сократился список «мужских» профессий,

существенно расширилась область деятельности, где женщина может реализовать себя [3].

На первый план выдвинулась идея «бытовой справедливости», то есть справедливости в отношениях между мужчинами и женщинами. Как известно, социальная справедливость касается вопросов распределения благ и затрат в обществе. Традиционно особое внимание уделяется при этом праву собственности, системе налогообложения, государственной системе здравоохранения, образования и т. д. Семья же, как правило, не включается в анализ отношений социальной справедливости. Поэтому ученые-феминисты утверждают, что без справедливости в быту социальная справедливость в отношении женщин никогда не будет достигнута [1].

Современное общество за считанные годы прошло большие исторические дистанции и оказалось в зоне жестких проблем при отсутствии наработанного потенциала их возможного решения. Одной из таких проблем, оказывающих существенное и крайне негативное влияние на динамичное развитие общества и страны, является то, что некоторые женщины отстраняются от своих основных функциональных обязанностей.

В контексте изучения эволюции представлений о социальных ролях женщин необходимо вспомнить Платона и его труд «Государство» [7]. В целом, взгляды Платона на женщин весьма противоречивы. С одной стороны, женщины могут самовыражаться на одном уровне с мужчинами; собственно, по причине этого Платона и считают «первым феминистом». Но, с другой стороны, такое отношение к женщинам появилось у Платона не вследствие стремления к эмансипации женского начала, а вследствие его политической концепции [5].

Изучая вопросы равенства полов, необходимо ознакомиться с западными феминистскими теориями. Феминизм (от лат. *femina* – женщина) – это широкое общественное движение за права женщин. Здесь немаловажную роль сыграл суфражизм (от англ. *suffrage* – право голоса) – движение за юридическое равенство, за получение женщинами избирательных прав [4]. Можно сказать, что вплоть до конца XIX века свободы прав и действий женщин были весьма спорными, поэтому их социальные роли сводились к домашним обязанностям.

Существенно изменилось отношение к женщине в условиях

советского и постсоветского общества XX века. В первые годы после Великой Октябрьской социалистической революции основное направление движения к равенству мужчин и женщин шло через экономическое освобождение женщин, установление юридического равноправия в семейных, трудовых отношениях, создание системы льгот трудящимся женщинам [6]. В последнее время появилось немало публикаций, суть которых сводится к тому, что ослабление семейных уз, снижение рождаемости, ухудшение здоровья женщин и детей объясняется лишь широким вовлечением женщин в трудовую и общественную деятельность.

Не вызывает сомнения тот факт, что немаловажную роль в формировании представления о социальных ролях женщин и их предназначении играет семья. В данном контексте уместно вспомнить о гендере, который в конце XX века приобретает формы одного из центральных организующих принципов, вокруг которых вращается жизнь в социуме. Гендерное равенство превращается в одну из наиболее значительных социальных теорий в Западной Европе, США и Канаде [8].

В условиях экономического кризиса, падения жизненного уровня подавляющего числа граждан женщины вынуждены работать, и работа является важной жизненной ценностью наряду с традиционной для них ценностью – семьей. Для большинства женщин работа в современном обществе необходима, в том числе и с точки зрения материальной, хотя существуют объективные условия, оказывающие влияние на возрождение традиционных гендерных взглядов.

В рамках изучения теоретических подходов к рассмотрению социальных ролей женщины особого внимания заслуживают работы зарубежных писателей и исследователей, которые занимались вопросами феминизма, равноправия и социального призвания женщин [9]. Так, в трактатах Кристины де Лизан и Корнелиуса Агриппы открыто говорилось о подавлении личности женщины в обществе. В 1792 г. Олимпия де Гуж написала «Декларацию прав женщины и гражданки», так как «Декларация прав человека и гражданина» была декларацией о правах мужчин. Проблемами гендера занимались И. Шаберт, В. Вульф. Яркой представительницей изучения данной проблематики является американская исследовательница Б. Фридан [4].

Большую практическую значимость имеет эмпирическое исследование, посвященное выявлению того, что для современной женщины является наиболее значимым – карьера или семья. В плане рассмотрения механизмов формирования представления о роли женщины в обществе данный вопрос является актуальным, поскольку через призму данной проблематики можно увидеть, на что направлена деятельность современной женщины, что для нее является важным и приоритетным.

По результатам исследования, на первом месте для современной женщины стоит семья, следовательно, отсюда вытекают возможные последствия адаптации к внешним условиям существования в рамках определенных социальных ролей. Исследование проводилось для мониторинга ситуации в среде современных женщин, и по результатам такого мониторинга можно сделать вывод о формировании или подтверждении социальных стереотипов относительно социальной роли женщины.

Эта ситуация подтверждает вывод о том, что изучению проблемы социальных ролей женщин необходимо уделять больше внимания, что позволит конкретизировать подходы к изучению роли женщины в современном обществе. Работа в данном направлении поможет составить мониторинг ситуации как на современном рынке труда, так и в социально-демографической сфере развития общества.

Список литературы

1. Власова О. П. Гендерные исследования и проблема равенства полов / О. П. Власова // Грані. – 2008. – № 1. – С. 69–72.
2. Голод С. И. Семья и брак: историко-социологический анализ / С. И. Голод. – СПб., 1998 – 272 с.
3. Женщина в российском обществе // Рос. науч. журн. – 2009. – № 3 (52). – С. 34–43.
4. Клименкова Т. Феминизм и постмодернизм / Т. Клименкова // Феминизм: Восток. Запад. Россия. – М., 1999. – С. 79–87.
5. Костюк Н. П. Проблемы пола в концепциях философов античности / Н. П. Костюк // Грані. – 2010. – № 2. – С. 56–59.
6. Либоракина М. И. Обретение силы: российский опыт. Пути преодоления дискриминации в отношении женщин (культурное измерение) / М. И. Либоракина. – М. : ЧеРо, 1996. – С. 65–67.
7. Платон. Государство [Электронный ресурс] / Платон. – Режим доступа: <http://www.ufacom.ru/~ihtik>. – Загл. с экрана.

8. Трофимова Е. Словарь гендерных исследований / Е. Трофимова // Высшее образование в России. – 2001. – № 3. – С. 72–78.

9. Фундаментальная социология : в 15 т. / под общ. ред. В. И. Добренькова, А. И. Кравченко. – М. : ИНФРА-М, 2003. – Т. 1: Теория и методология. – 908 с.

УДК 316.334.22:331.101.3

А. К. Шульга

Научный руководитель: д-р социол. наук Е. Г. Михайлева

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Резюме

У статті розглянуто мотивацію як фактор формування людського потенціалу в організації. Проводиться методологічний аналіз основних теорій мотивації та людського потенціалу.

Summary

The article deals with the motivation as a factor of human potential forming in organizations. The methodological analysis of the basic theories of motivation and human potential has been carried out.

Ключевые слова: мотивация, теории мотивации, человеческий потенциал.

Решения по персоналу – пожалуй, одни из самых важных и притязательных в организации, так как интернациональная конкурентоспособность все больше зависит от квалификации и мотивации работников. Благодаря этому в современном управлении персоналом человеческие ресурсы, а именно человеческий потенциал, уверенно претендуют на главенствующее место. Человек играет центральную роль в долгосрочно ориентированных концепциях будущего, однако такое его положение только начинает находить свое отображение в организационной практике. Поэтому целесообразно изучить понятие человеческий потенциал, его значение, а также такой фактор его формирования, как мотивация.

Важное место в разработке теории человеческого потенциала занимают труды таких исследователей, как А. И. Добрынин, В. А. Коннов, С. А. Курганский, В. И. Марцинкевич, В. П. Щетинин, С. А. Дятлов, Р. И. Капелюшников, Г. Беккер, А. Смит, Т. Шульц и др. Среди отечественных ученых исследованиями новейшей концепции человеческого капитала занимаются: Д. П. Богиня, В. И. Куценко, В. Д. Лагутин, Н. В. Голикова, Е. А. Гришнова и другие.

Опираясь на имеющиеся разработки, можно говорить о том, что человеческий потенциал – совокупность возможностей отдельных лиц, общества, государства в области использования людских ресурсов, которые могут быть приведены в действие и использованы для решения определенных задач и достижения поставленных целей [2, с. 90].

В других источниках человеческий потенциал определяется как человеческий фактор в динамике, он является непрерывным, многоплановым процессом, который развивается и характеризует скрытые возможности [1].

Человеческий потенциал нации – это интегральная форма многообразных явных и скрытых свойств населения страны, отражающая уровень и возможности развития ее граждан при определенных природно-экологических и социально-экономических условиях [5]. Очевидно, что проблема человеческого потенциала разрабатывается на разных уровнях социальной практики.

Тема «человеческого потенциала» нашла отражение и в концепции «человеческого развития», получившей в последние годы широкое признание, в том числе благодаря теоретическим разработкам индийского ученого, лауреата Нобелевской премии по экономике (1998 г.) Амартии Сена. В своих исследованиях А. Сен использовал подход «с точки зрения возможностей» (*capability approach*) и обосновал положение о том, что процесс развития – это не возрастание только материального или экономического благосостояния, а расширение возможностей человека, которое подразумевает «большую свободу выбора, чтобы каждый мог выбирать из большого числа вариантов ту цель и тот образ жизни, которые он считает предпочтительными» [6]. Доход, согласно концепции человеческого развития, – это только один из выборов, которым бы хотел обладать человек, и, несмотря на всю его

значительность, он не определяет всю сложность и многообразие человеческой жизни. Согласно выводам А. Сена, экономический рост может способствовать человеческому развитию тогда, когда он обеспечивает не только повышение дохода на душу населения, но и позволяет иметь достаточный уровень государственных расходов, которые инвестируются в социальную сферу, а также сопровождается справедливым распределением ресурсов в экономике.

В постсоветских странах тематика человеческого развития, оставаясь вполне прагматической и связанной с социально-экономическими задачами, приобрела новое качество и вызвала к жизни теоретические разработки концепций «человеческого потенциала», в частности, инициированные Институтом человека (до 2004 г.) и Институтом философии Российской академии наук. Разработки российских исследователей существенно обогатили концепцию человеческого развития в теоретико-методологическом (применением тезаурусного подхода, концепции социального проектирования, теории молодежи и пр.) и прикладном плане (в области гуманитарной экспертизы) [6]. Обобщение имеющихся наработок показывает, что для характеристик человеческого потенциала часто используют такие показатели, как: мотивация деятельности, отношение к труду, инициативность, предприимчивость, потребности и интересы и т. д. В соответствии с данными показателями человеческий потенциал определяется как коллективный субъект общественного производства, имеющий социальную, демографическую, профессиональную и квалификационную структуру, взаимодействие элементов которой обеспечивает развитие экономики.

Обращая внимание на один из выделяемых показателей человеческого потенциала – мотивацию, необходимо отметить, что процесс мотивации сложен и неоднозначен. Существует достаточно большое количество разных теорий мотивации, пытающихся дать объяснение этому явлению. В современных исследованиях выделяются теории содержания мотивации (теория иерархии потребностей А. Маслоу, теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда, теория двух факторов Ф. Герцберга и др.) и процессуальные теории мотивации (теории ожидания К. Левина, предпочтения и ожидания В. Врума, теория подкрепления Б. Ф. Скиннера, теория

справедливости Портера – Лоулера (авторы теории – Л. Портер и Э. Лоулер), модель выбора риска Д. Аткинссона, «Х» и «У» Д. Мак-Грегора и др.)

В области трудовой мотивации накоплены обширные знания и практический опыт. В начале XX в. существенный вклад в развитие представлений о мотивации внесли зарубежные (Ф. Тейлор, Г. Эмерсон, А. Файоль и др.) и отечественные (К. Адамецки, В. М. Бехтерев, Н. А. Витке, А. К. Гастев, П. М. Керженцев и др.) специалисты в области организации и управления. Представители школы «человеческих отношений» (М. П. Фоллетт, Э. Мэйо, Ф. Ротлисбергер и др.) разрабатывали методы активизации деятельности работников, улучшения социальной атмосферы на предприятиях. Исследователи школы поведенческих наук (Ч. Барнард, А. Маслоу, Ф. Херцберг, Д. Макгрегор, Р. Лайкерт и др.) дали научное обоснование роли мотивов и потребностей человека в трудовой деятельности. Проблемам мотивации уделяли внимание также Э. Локк, Г. Келли, Э. Дисси, Р. Руаян, П. Дракер и др. Исследования второй половины XX века представлены работами А. К. Ковалева, П. М. Якобсона, В. Г. Подмаркова, В. А. Ядова, А. Г. Здравомыслова и др. Среди современных российских авторов необходимо отметить Е. П. Ильина, С. В. Шекшню, А. Я. Кибанова, П. В. Журавлева, Ю. Г. Одегова, Н. А. Волгина и др. Одни из них посвящены вопросам классификации потребностей, другие – процессам мотивации.

Существует большое количество мотивационных тенденций, из которых складывается понятие мотивации, и которые в той или иной степени свойственны каждому человеку. К сожалению, четкого и общепризнанного определения понятия мотивации не существует. В различных науках мотивация имеет свою трактовку.

В социологии мотивация – это «осмысление индивидом ситуации, выбор и оценка различных моделей поведения, их предполагаемых результатов и формирование на этой основе мотивов, а также относительно стабильная система мотивов, определяющая поведение данного субъекта» [3].

Наиболее элементарная модель процесса мотивации имеет всего три элемента:

1. Потребности, которые представляют собой желания, стремления к определенным результатам. Люди испытывают потребность

в таких вещах, как одежда, дом, личная машина и т. д. Но также в «неосязаемых» вещах: чувстве уважения, возможности личного профессионального роста и т. д.

2. Целенаправленное поведение – стремясь удовлетворить свои потребности, люди выбирают свою линию целенаправленного поведения. Работа в компании – один из способов целенаправленного поведения. Попытки продвинуться на руководящую должность – еще один тип целенаправленного поведения, устремленного на удовлетворение потребностей в признании.

3. Удовлетворение потребностей – понятие «удовлетворение потребностей» отражает позитивное чувство облегчения и комфортного состояния, которое ощущает человек, когда его желание реализуется.

Методы мотивирования персонала могут быть самыми разнообразными и зависят от проработанности системы мотивирования на предприятии, общей системы управления и особенностей деятельности самого предприятия.

Существуют следующие методы мотивирования эффективного трудового поведения: материальное поощрение; организационные методы; морально-психологические [4].

Опираясь на основы теорий мотивации труда, с одной стороны, и человеческого потенциала работника – с другой, необходимо определить содержательную сторону понятия внутрифирменной системы мотивации труда. Надо исходить из того, что поведенческие установки персонала на предприятии определяются двумя главными условиями:

1) рассмотрением предприятия и отношений, возникающих на нем, как основного источника и среды удовлетворения материальных и духовных потребностей работника и членов его семьи;

2) использованием имеющегося у работника человеческого потенциала как важнейшей составляющей (инструмента, средства) для удовлетворения потребностей.

Разработка внутрифирменных механизмов мотивов и стимулов к труду является в настоящее время практически повсеместным процессом. Его реальное содержание состоит в приспособлении ранее действовавших на предприятиях и в организациях механизмов стимулирования к новым социальным и трудовым отношениям, к новым условиям взаимодействия работников и работодателей,

что позволяет развивать человеческий потенциал каждого сотрудника по отдельности и соответственно всего коллектива в целом.

Список литературы

1. Завадський Й. С. Людський фактор і кадровий потенціал системи менеджменту / Й. С. Завадський, В. В. Кравчук // Економіка і упр. – 2002. – № 3. – С. 19–24.
2. Колин К. К. Человеческий потенциал и социальные технологии в информационном обществе / К. К. Колин // Доклады Академии наук Высшей школы России. – 2003. – № 1. – С. 87–100.
3. Социологический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://enc-dic.com/>. – Загл. с экрана.
4. Удальцова М. В. Теории мотивации : учеб. пособие / М. В. Удальцова. – Новосибирск : НГАЭиУ. – 248 с.
5. Человеческий потенциал: опыт комплексного подхода / под ред. И. Т. Фролова. – М., 1999. – 368 с.
6. Человеческий потенциал России: интеллектуальное, социальное, культурное измерение : сб. науч. работ [Электронный ресурс] / под ред. Б. Г. Юдина. – М. : Ин-т человека РАН, 2002. – Режим доступа: <http://www.hdirussia.ru/2>. – Загл. с экрана.

ЗМІСТ

Передмова	3
Економіка	5
<i>Алешечкин В. А.</i> Пути повышения конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации	6
<i>Беловол Т. М.</i> Оценка рентабельности маркетинговых инвестиций	14
<i>Бичева Ю. Н.</i> Проблемы финансирования инновационной деятельности предприятий	18
<i>Волкова М. О.</i> Cross-docking как способ ускорения оборота складских запасов	22
<i>Державец М. А.</i> Актуальные проблемы и тенденции рынка облигаций в Украине	30
<i>Дрога Н. С.</i> Управление кадровым потенциалом как фактор повышения эффективности деятельности предприятия	37
<i>Дьяченко Ю. В.</i> Алгоритм определения эффективного объекта инвестирования	41
<i>Жукова Д. А.</i> Сравнительная оценка методов формирования и моделирования прибыли на предприятии	47
<i>Калиберов А. Г.</i> Управление персоналом предприятия в условиях кризисной экономики	52
<i>Капустянская А. Ю.</i> IPO как один из способов привлечения инвестиций	57
<i>Кащавцев А. А.</i> Оценка потребности в подвижном составе для системы городского пассажирского транспорта	62
<i>Кудря О. О.</i> Проблеми та перспективи розвитку іпотечного кредитування в Україні	67
<i>Мельник О. М.</i> Анализ опыта оценки конкурентоспособности предприятий сферы услуг	74
<i>Миргородский Д. Ю.</i> Основы сбалансированной стратегии перевооружения отечественных предприятий	78
<i>Мирошниченко М. А.</i> Проблемы выбора конкурентной стратегии предприятия	85
<i>Музгина Д. И.</i> Анализ выбора источников финансирования инвестиционных решений на предприятии	91

<i>Онофрийчук Т. А.</i> Особенности выбора стратегии развития предприятия в условиях нестабильности	95
<i>Панфилова Н. Л.</i> Управление оборотным капиталом субъекта хозяйствования	100
<i>Романенко Т. А.</i> Маркетинг и паблик рилейшнз: общее и отличное	106
<i>Рыльцев И. Ю.</i> Формирование и реализация финансовой стратегии предприятия	112
<i>Соломко Д. О.</i> Особенности этапов и методов стратегического анализа	117
<i>Томків О. О.</i> Аналіз конкурентоспроможності підприємства	123
<i>Фостій К. В.</i> Критерії прийняття інвестиційних рішень в Україні	129
<i>Цяцка Е. П.</i> Технологические инновации как способ повышения конкурентоспособности предприятия	133
Філологія	139
<i>Белевцова Ю. В.</i> Перекладацька скарбниця Миколи Лукаша	140
<i>Велика О. О.</i> Порівняльний аналіз перекладів вірша В. Вордсворта «Lucy Gray, or Solitude»	145
<i>Головастикова Е. С.</i> Способы выражения вежливости в современном английском языке	150
<i>Голодюк М. М.</i> Национальная специфика фразеологических единиц с компонентом цвета и способы перевода	155
<i>Гондаровская Е. А.</i> Директивный речевой акт, реализованный косвенно (на материале английского дискурса XVI века)	160
<i>Коваль Е. Ю.</i> Роман «Vanity Fair» в контексте творчества Уильяма Теккерея	165
<i>Кокарева Ю. В.</i> Українські науковці про особливості перекладацького стилю Г. Кочура	169
<i>Краснорудская Т. А.</i> Особенности английского реквестива (на материале английского дискурса XIX–XX веков)	174
<i>Мартемьянова Ю. Е.</i> Английская анималистическая проза (на материале произведений Дж. Даррелла)	179

<i>Мирзоян Л. В.</i> Фразеологизмы с элементами географических названий в английском и русском языках	184
<i>Савельева О. В.</i> Голден Колфілд – рятівник над прірвою чи втікач від дійсності?	189
<i>Соболева Я. Ю.</i> Стратегія одомашнення в українській перекладацькій традиції	194
Соціологія	199
<i>Багрянцева Ю. С.</i> Развитие кадрового потенциала организации	200
<i>Додух А. Г.</i> Особенности молодой семьи в Украине	204
<i>Заярная Н. С.</i> Трансформация понятия семьи и перспективы родительства	209
<i>Мантула О. С.</i> Социальные роли женщин в современном обществе: конкретизация подходов к изучению	214
<i>Шульга А. К.</i> Мотивация персонала как фактор формирования человеческого потенциала организации	218

Наукове видання

**ЗБІРНИК ПРАЦЬ
МОЛОДИХ УЧЕНИХ
Народної української академії**

Відповідальна за випуск *К. Г. Михайльова*
Редактор *О. В. Литовська*
Комп'ютерна верстка *І. С. Кордюк*

Підписано до друку 02.07.2011. Формат 60×84/16.
Папір офсетний. Гарнітура «Таймс».
Ум. друк. арк. 13,25. Обл.-вид. арк. 11,78.
Тираж 300 пр. Зам. № 197/11.

Видавництво
Народної української академії
Свідоцтво № 1153 від 16.12.2002.

Надруковано у видавництві
Народної української академії

Україна, 61000, Харків, МСП, вул. Лермонтовська, 27.