

*Освіта – інтелігентність – культура*

**ЗБІРНИК ПРАЦЬ**  
**молодих учених**  
**Народної української академії**

Харків  
Видавництво НУА  
2009

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 № 9 від 30.03.09*

### **Редакційна колегія**

*Астахова В. І.*, д-р іст. наук (голов. ред.); *Астахова К. В.*, д-р іст. наук;  
*Бірюкова М. В.*, канд. соціол. наук (відповід. секретар); *Воробійов Є. М.*, д-р  
екон. наук; *Герасіна Л. М.*, д-р соціол. наук; *Головнйова І. В.*, канд. психол. наук;  
*Довгаль О. А.*, д-р екон. наук; *Костаків Г. І.*, д-р іст. наук; *Михайльова К. Г.*, д-р  
соціол. 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;  
*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, 2009. –  
368 с.

Збірник містить наукові статті магістрантів Народної української академії.  
Представлені матеріали є результатом наукових досліджень учасників  
освітнього простору НУА в межах основних наукових тем. У них відображено  
погляди студентів на розвиток сучасних процесів суспільства, особливості  
формування інтелектуального потенціалу України, проблеми економічної  
рівноваги господарських суб'єктів в умовах перехідних процесів в економіці  
та питання літературознавства і перекладу.

Для науковців, викладачів, студентів.

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

## ПЕРЕДМОВА

Сучасний розвиток суспільства, системні трансформації всіх його інститутів, поширення нових глобальних процесів, зокрема кризового характеру, вимагають від вищих навчальних закладів інших підходів до формування базових компетентностей випускників, пов'язаних, перш за все, з розвитком творчих здібностей студентства в різних сферах, у тому числі і науково-дослідної. Дане завдання може бути розв'язане за наявності і якісного функціонування певного науково-освітнього середовища, у межах якого розвиваються наукові школи, проводяться комплексні фундаментальні і прикладні наукові дослідження, відбуваються конференції, публікуються видання, що містять результати наукового пошуку.

У Народній українській академії від часу її створення успішно розвивається подібне середовище, куди поряд із маститими вченими, які мають популярність у наукових колах, включені і студенти. Магістри НУА з 2006 р. мають можливість опублікувати результати своїх наукових досліджень в щорічному збірнику праць молодих учених.

За традицією статті збірника розділено на три підрозділи — економіка, філологія і соціологія.

Статті економічного підрозділу присвячені аналізу різних сфер діяльності сучасного підприємства, серед яких удосконалення системи мотивації персоналу, маркетингові стратегії, інструменти антикризового управління, аналіз існуючих підходів до формування і розподілу прибутку підприємства та ін. Окремо в даному розділі висвітлено питання формування політики управління організаціями, як на загальних підставах, так і на конкретних підприємствах Харківського регіону, таких як ВАТ «Харківгаз» і ТОВ АФ «Фактор-Аудит». Магістранти досліджували як великі і традиційні галузі виробництва: фармакологічну, залізничну і поліграфічну, так і нові у сфері економічного аналізу: мобільний зв'язок. Кризові процеси в суспільстві і економіці зумовили появу великої серії статей, висвітлюючи кредитну політику підприємств

України, їх проблеми і перспективи в цій сфері. У розділі зустрічаються статті, що містять результати міждисциплінарних досліджень в економіці та інформаційних технологіях, що, безумовно, розширює межі застосування наукового знання.

Статті філологічного блоку підготовлено в межах діяльності наукових шкіл «Переклад як засіб вторинної комунікації» (наук. кер. – проф. В. О. Подміногин) і «Мовознавство» (наук. кер. – проф. Т. М. Тимошенкова). Аспекти застосування дослідницького інтересу студентів різні. Це і актуальні особливості філософського, логічного і лінгвістичного оцінювання категорій для передачі в перекладі емотивних лексичних одиниць; переклад фразеологічних одиниць в рекламних текстах, роль псевдоперекладу в історії культури та ін. Окремо студенти глибоко вивчають історичні факти в розвитку перекладу в Латинській Америці, в СРСР та інших країнах. Традиційно студенти НУА пишуть про специфіку різних концептів в лінгвокультурах різних країн.

Соціологічний розділ, як правило, містить серію статей, що виходять на загальноакадемічну єдину проблематику і спрямовані на дослідження системи освіти. Цього року акцент зроблено на аналізі соціально-психологічної адаптації випускників ВНЗ на робочих місцях, розвитку творчого потенціалу обдарованих дітей у сфері освіти та ін. У даному розділі представлено роботи, сфокусовані на дослідження питань управління персоналом та інші.

У цілому публікація праць молодих учених НУА націлена на підтримку талановитої студентської молоді і підвищення результативності її участі в науковій творчості.

*Редакційна колегія*

# Економіка



*В. А. Афанасьев*

*Научный руководитель канд. экон. наук П. П. Недов*

## **ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР СТАБИЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Ключевые слова:** заработная плата, мотивация, персонал, экономический рост, менеджмент, управление, стабильность.

Человеческий фактор приобретает стратегическое значение для выживания предприятия в нестабильных условиях развития рыночных отношений. Именно человеческий капитал, а не заводы, оборудование и производственные запасы выполняют главную роль в конкурентоспособности, экономическом росте и эффективности – утверждают представители экономического менеджмента Дж. К. Грейсон Младший и К. О’Дейл [1]. Исходя из такой предпосылки, работников можно рассматривать как источник неиспользованных резервов и как одну из возможностей наладить рациональное планирование и принятие решений на предприятии.

Какими бы идеальными ни были средства производства, орудия труда, их эффективное использование всегда будет зависеть от главной производственной силы – тех, кто работает.

Одним из путей повышения эффективности труда на предприятии может стать использование системы мотиваций. Поэтому перед управляющим стоит задача выявить нужды всех и каждого по отдельности, чтобы предложить соответствующую работу и плату за нее. Идеально построенный механизм мотивации труда способствует стабильности и эффективности производства, повышению производительности труда [2].

Без мотивированных и квалифицированных работников ни одно предприятие не в состоянии создать эффективно действующие системы маркетинга, финансового и бухгалтерского учета [3].

В доказательство важности мотивации персонала рассмотрим последствия повышения трудовой продуктивности [4]:

- повышение конкурентоспособности на рынке;
- повышение эффективности использования ресурсов;
- рост уровня использования производственных мощностей;
- увеличение объемов производства и реализации продукции;
- уменьшение себестоимости продукции, улучшение качества;
- повышение рентабельности хозяйственной деятельности,

трудовых ресурсов.

З. П. Румянцева [5] отмечает, что процесс мотивации охватывает: установление или оценку неудовлетворенных потребностей; формулирование целей, направленных на удовлетворение потребностей; определение действий, необходимых для их удовлетворения. Такой же точки зрения придерживаются А. Н. Панов [6] и В. А. Шаховой [7]. Содержание элементов процесса мотивации направляется на повышение готовности сотрудника к продуктивному труду и постоянному увеличению качества.

С развитием рыночных отношений в Украине усиливается роль оплаты труда как мотивационной составной продуктивной занятости. Уровень заработной платы ее структура, динамика, высокая часть в совокупных доходах – показатели, которые существенно влияют как на экономическую политику предприятия, так и на экономику страны в целом.

Как свидетельствует теория и практика, высокая заработная плата существенно влияет на стабилизацию эффективного совокупного спроса на рабочую силу, сопровождается усилением мотивации и увеличением продуктивности труда, ростом платежеспособного спроса населения, инвестированием экономики, а значит, увеличением занятости и улучшением ее структуры.

В условиях рыночной экономики принято придерживаться тезиса, что фактор материального вознаграждения является первичным. И хотя значение этих факторов сложно переоценить, на высокую результативную деятельность могут рассчитывать, прежде всего, те предприниматели, которые понимают, чего больше всего ожидают от них рабочие [8].

Сила ожидания участников хозяйственной деятельности очень велика. Ожидание того, как будут складываться практические ситуации и возможные результаты действий – наивысший фактор

мотивации поведения экономических агентов на всех уровнях. Многообещающие факторы мотивации появляются из теории ожиданий [9]. Наибольшую популярность получила ее сравнительно новая модификация, предложенная В. Врумом [10].

По модели ожиданий В. Врума при анализе мотивации труда важнейшее значение имеет цепочка таких факторов: затраты труда, результаты, вознаграждение и валентность (удовлетворение вознаграждением). Для оценки ожидаемых результатов необходимо, прежде всего, обозначить соотношение между потраченными усилиями и полученным результатом.

В системе задач, связанных с повышением эффективности бизнеса на основе усиления мотивации труда персонала, ключевой задачей, с нашей точки зрения, является разработка внутрикорпоративного экономического механизма, позволяющего обеспечить оптимальное соотношение затрат труда: качества труда и суммы вознаграждения. Результаты вознаграждения во многом определяются характером трудовой (профессиональной) деятельности, сферой коммерческой деятельности предприятия и способами организации труда. Исследования различных систем оплаты и мотивации труда, применяемых в ряде производственно-торговых компаний, позволили автору разработать методику планирования ФЗП персонала, занятого в торговой деятельности, основные положения которой приводятся ниже. Следует отметить, что вся система оплаты и стимулирования труда персонала должна базироваться на разработанных и утвержденных в компании корпоративных стандартах, в которых устанавливается связь между результатами труда и величиной фонда заработной платы персонала подразделения.

Планирование ФЗП персонала торгового подразделения рекомендуется осуществлять в несколько этапов.

*Первый этап.* Утверждение параметров базового корпоративного стандарта по следующим показателям:

- стандартный уровень выработки на одного сотрудника коммерческого персонала. Значение данного показателя устанавливается на календарный год на основе статистического анализа выработки и планов компании по увеличению объемов продаж;
- стандартный уровень доходов от продаж в расчете на одного сотрудника коммерческого персонала. Определяется на основа-

нии стандартного товарооборота на одного сотрудника коммерческого персонала и стандартной доходности продаж дифференцировано для каждого направления бизнеса;

— установление стандартной величины норматива фонда заработной платы коммерческого персонала дифференцировано для различных направлений бизнеса. Для подразделений розничной торговли, в которых представлены несколько направлений бизнеса, рассчитывается норматив фонда заработной платы дифференцировано по каждому направлению бизнеса и интегральный норматив фонда заработной платы. Интегральный норматив фонда заработной платы коммерческого персонала такого типа торговых подразделений определяется по формуле:

$$H_{\text{ФЗП}}^{\text{инт}} = \frac{H_{\text{ФЗП}}^{\text{КТ}} \times n_{\text{к.перс}}^{\text{КТ}} + H_{\text{ФЗП}}^{\text{БТ}} \times n_{\text{к.перс}}^{\text{БТ}}}{n_{\text{к.перс}}^{\text{КТ}} + n_{\text{к.перс}}^{\text{БТ}}},$$

где  $H_{\text{ФЗП}}^{\text{КТ}}$ ,  $H_{\text{ФЗП}}^{\text{БТ}}$  — соответственно, расчетные нормативы фонда заработной платы коммерческого персонала в данном торговом подразделении по компьютерному и бытовому направлению бизнеса, %;

$n_{\text{к.перс}}^{\text{КТ}}$ ,  $n_{\text{к.перс}}^{\text{БТ}}$  — соответственно, заявленная численность коммерческого персонала по компьютерному и бытовому направлениям бизнеса, чел.

При установлении базовых нормативов фонда заработной платы основополагающими в компании является следующий принцип: «Компания гарантирует коммерческому персоналу эффективный уровень заработной платы при условии обеспечения коммерческим персоналом эффективной выработки по товарообороту и доходу от продаж, установленный с учетом коэффициентов категоричности и направлений бизнеса».

В случае возникновения необходимости в изменении общего уровня заработной платы в целом по компании или по какому-либо направлению бизнеса, или других стандартных параметров, то решением высшего руководства компании вносятся соответствующие изменения в базовые нормативы. Изменение параметров базового стандарта по уровню оплаты труда является исключительной прерогативой высшего руководства компании,

и о принятом решении информируются все руководители торговых подразделений.

*Второй этап.* Расчет индивидуальных нормативов фонда заработной платы коммерческого персонала по торговым подразделениям:

– расчет норматива выработки по товарообороту на одного сотрудника коммерческого персонала по данному торговому подразделению:

$$W_Q^i = \frac{W_{Qcm}^{Cпец}}{K_{пер.экспл}},$$

где  $W_{Qcm}^{Cпец}$  – стандартная выработка по товарообороту на одного сотрудника коммерческого персонала данной категории специализации торгового подразделения; у. е. в месяц;

$K_{пер.экспл}$  – коэффициент, учитывающий период эксплуатации объекта с момента его открытия, утвержденный для данного торгового подразделения;

– расчет норматива выработки по доходу от продаж, в расчете на одного сотрудника коммерческого персонала данного торгового подразделения:

$$W_D^i = \frac{W_Q^i \times R_{cm}^i}{(100 + R_{cm}^i)},$$

где  $W_Q^i$  – норматив выработки по товарообороту на одного сотрудника коммерческого персонала данного торгового подразделения;

$R_{cm}^i$  – стандартная торговая наценка, установленная для данного торгового подразделения;

– расчет норматива фонда заработной платы коммерческого персонала по данному торговому подразделению:

$$H_{ФЗП}^i = H_{ФЗП}^{Cпец} \times \frac{W_{Dcm}^{Cпец}}{W_D^i} \times K_{зон.},$$

где  $H_{ФЗП}^{спец}$  – стандартный норматив фонда заработной платы коммерческого персонала по торговым подразделениям данной специализации;

$W_{Дст}^{спец}$  – стандартная выработка одного сотрудника коммерческого персонала по доходам от продаж данной специализации торговых подразделений;

$W_{Д}^i$  – индивидуальный норматив выработки по доходам от продаж одного сотрудника коммерческого персонала данного торгового подразделения;

$K_{зон.}$  – зональный коэффициент, утвержденный для данного торгового подразделения.

В исключительных случаях, когда имеющиеся особенности коммерческой деятельности торгового подразделения не могут быть учтены ни в одном из вышеприведенных коэффициентов, по решению высшего руководства компании, наряду со стандартными коэффициентами, торговому подразделению присваивается на определенный период времени коэффициент адресной категории, через который и учитываются вышеназванные исключительные особенности. В целях учета изменений, происходящих как на рынке труда, так и внутри компании, необходимо предусмотреть нормы заработной платы.

Норматив фонда заработной платы по торговому подразделению рассчитывается и утверждается, как правило, на один календарный год. В течение года его значение может быть пересмотрено в следующих случаях, а именно:

– истек установленный период действия статуса «вновь открытое торговое подразделение»;

– в связи с корректировкой стратегии ведения бизнеса компания изменила ценовую политику в регионе (районе), и ранее утвержденная стандартная торговая наценка не соответствует изменившимся условиям ведения бизнеса;

– истек период действия адресной категории.

Вопрос о необходимости пересмотра норматива инициирует руководитель торгового подразделения совместно с региональ-

ным руководителем или директором соответствующего направления бизнеса.

О целесообразности и обоснованности пересмотра норматива по тому или иному подразделению и возможных при этом экономических последствий экономический отдел информирует руководство компании и готовит соответствующие аналитические расчеты. Изменения вносятся только после их утверждений генеральным директором компании или уполномоченным им должностным лицом.

Изложенное позволяет сформулировать вывод о том, что предложенная методика максимально увязывает уровень заработной платы с результатами труда.

#### Список литературы

1. Bittel L. R. Encyclopedia of Professional Management in chief / L. R. Bittel. – N-Y, 2001. – 645 с.
2. Кирич Н. Б. Ефективне використання трудових ресурсів як фактор стабілізації функціонування підприємств / Н. Б. Кирич // Україна: аспекти праці – 2008. – № 3. – С. 41.
3. Бойко М. Д. Трудове право України : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / М. Д. Бойко. – К. : Юринком Інтер, 1999. – 175 с.
4. Кирич Н. Б. Роль людського фактора у підвищенні ефективності роботи підприємства / Н. Б. Кирич // Україна: аспекти праці – 2008. – № 5. – С. 49.
5. Румянцева З. П. Общее управление организацией. Теория и практика / З. П. Румянцева. – М. : ИФРА-М, 2001. – С. 253.
6. Панов А. Н. Как победить в конкурентной борьбе. Гармоническая система качества – основа эффективного менеджмента / А. Н. Панов. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2003. – С. 93.
7. Шаховой В. А. Мотивация трудовой деятельности / В. А. Шаховой, С. А. Шапиро. – М. : ООО «Вершина», 2003. – С. 114.
8. Перетятко А. Активізація мотиваційного взаємозв'язку: очікування – винагорода – результати праці / А. Перетятко, О. Таряник // Україна: аспекти праці. – 2007. – № 6. – С. 48.
9. Шонесси Дж. О. Принципы организации управление фирмой / Дж. О. Шонесси. – М. : Мысль, Прогресс, 1979.
10. Мескон М. Х. Основы менеджмента : пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альерт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1992.

**Резюме**

У цій статті проаналізовано формування заробітної платні як чинника стабільного економічного зростання підприємства. Подано структуру створення системи мотивування персоналу і виробничого розвитку підприємства. Розглядається матеріальна мотивація як головний чинник економічного зростання.

Наведено розрахункові дані, позитивні сторони матеріального мотивування і системи оплати праці.

**Summary**

In this article the wage formation as a factor of a stable economic growth in business has been analysed. The structure of motivation system creation for the personnel as an effective method for production growth has been presented. The financial incentives as a major factor of the economic growth have been considered. Design data that present the positive effects of the financial incentives and the wage system formation have been analysed.

УДК 658.153

*Ю. В. Бардакова*

*Научный руководитель канд. экон. наук Е. И. Решетняк*

**ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ПОЛИТИКИ УПРАВЛЕНИЯ  
ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Ключевые слова:** оборотные активы, управление, эффективность, краткосрочные обязательства, нормирование.

Большинство работ в области управления активами уделяют повышенное внимание управлению составными элементами активов, а также рассматривают требования, которые предъявляются к политике управления различными группами активов.

Так, И. А. Бланк отмечает: «Политика управления оборотными активами заключается в формировании необходимого объема и состава оборотных активов, рационализации и оптимизации структуры источников их финансирования» [1]. Как считает В. В. Ковалев, «политика управления оборотным капиталом

должна обеспечить поиск компромисса между риском потери ликвидности и эффективностью работы» [2]. Н. В. Колчина выделяет ключевую проблему финансового состояния, решение которой осуществляется в результате эффективного управления оборотным капиталом: «достижение оптимального соотношения между ростом рентабельности производства и обеспечением устойчивой платежеспособности, служащей проявлением финансовой устойчивости предприятия» [3]. Аналогичного мнения придерживаются Н. Н. Шишкоедова, С. Ю. Андреева, Т. В. Яляева, отмечая при этом, что поиск такого соотношения, «золотой середины», приводит к решению двух задач:

1) обеспечение платежеспособности, которое возможно при достаточном уровне оборотного капитала;

2) достижение приемлемого объема, структуры и рентабельности активов [4, 5].

Важность обеспечения платежеспособности, как составного элемента стратегии управления оборотными активами, подчеркивают также В. В. Бочаров, А. Г. Грязнова и другие [6; 7].

Некоторые экономисты считают, что управление оборотными активами неразрывно связано с управлением краткосрочными обязательствами, то есть указывают на необходимость увязки текущих активов с источниками их формирования. Такая точка зрения характерна для зарубежных авторов – американских экономистов. Ю. Ф. Бригхэм отмечает: «управление оборотным капиталом включает управление оборотными средствами и краткосрочными обязательствами в рамках стратегической линии фирмы» [8].

Д. К. Шим, Д. Г. Сигел рассматривают управление оборотным капиталом как «регулирование различных типов оборотных активов и краткосрочных обязательств», что требует принятия решений о том, как должны финансироваться активы [9].

Отечественные авторы (Л. Е. Басовский, Е. С. Стоянова, А. Г. Грязнова и др.) трактуют сущность такой политики несколько шире, обобщая краткосрочные обязательства до понятия «источников финансирования текущих активов» [10; 11; 7]. Так, Е. С. Стоянова отмечает: «политика комплексного оперативного управления текущими активами и текущими пассивами заключается, с одной стороны, в определении достаточного уровня и ра-

циональной структуры текущих активов, а с другой стороны, – в определении величины и структуры источников финансирования текущих активов» [11].

Важной задачей управления оборотными активами выступает определение потребности организации в оборотных активах, поскольку они призваны обеспечивать непрерывность производственного процесса. Необходимость определения потребности в оборотных активах (средствах) подчеркивают такие экономисты, как Н. В. Колчина, А. Д. Шеремет, А. Ф. Ионова, И. Н. Чуев, Л. Н. Чечевицына и др., причем большая роль в этом процессе отводится нормированию отдельных элементов оборотных активов и оборотного капитала в целом [3; 12; 13].

Кроме того, как считают Н. В. Колчина, А. Д. Шеремет, А. Ф. Ионова, Н. Н. Шишкородова, А. Г. Грязнова и др., оценка эффективности использования оборотных активов выступает еще одной задачей, решаемой в процессе управления ими [3; 12; 4; 7].

Дополнительно можно назвать ряд задач управления в этой сфере, таких как оценка обеспеченности собственными оборотными средствами, оптимизация соотношения постоянной и переменной частей оборотных активов, обеспечение минимизации потерь оборотных активов в процессе их использования, но, на наш взгляд, они включаются в названные выше задачи, либо вытекают из них.

Таким образом, можно сделать вывод о неоднозначности выделяемых элементов оборотных активов отечественными и зарубежными учеными-экономистами. Отсюда следует необходимость рассмотрения различных подходов к определению элементов управления оборотными активами организации, формулированию основных задач управления этой группой активов, рассмотреть способы решения поставленных задач, что и является целью статьи.

Проведенный анализ мнений различных экономистов по поводу процесса управления оборотными активами позволил обобщить их взгляды и сформулировать основные задачи управления оборотными активами организации:

1) формирование достаточного объема и рациональной структуры оборотных активов;

2) определение потребности организации в оборотных активах, обеспечивающих ее платежеспособность;

3) эффективное использование оборотных активов;

4) оптимизация структуры источников финансирования оборотных активов.

Сформулированные задачи актуальны при управлении не только оборотными активами в целом, но и отдельными их видами в частности.

Формулировка задач управления предполагает в качестве следующего логического этапа рассмотрение способов решения поставленных задач.

В рамках решения первой задачи рассматривается состав и структура оборотных активов. Оборотные активы целесообразно рассматривать в зависимости от:

- функциональной роли в процессе производства (оборотные производственные средства и средства обращения);
- ликвидности, то есть скорости превращения в денежные средства;
- степени риска вложения капитала.

А. Д. Шеремет, А. Ф. Ионова [12] в зависимости от степени риска вложений капитала оборотные средства (активы) подразделяют на следующие группы:

- оборотные средства с минимальным риском вложений (денежные средства и краткосрочные финансовые вложения);
- оборотные средства с малым риском вложений (дебиторская задолженность за вычетом сомнительной, производственные запасы за вычетом залежалых, остатки готовой продукции и товаров за вычетом не пользующихся спросом);
- оборотные средства со средним риском вложений (незавершенное производство за вычетом сверхнормативного, расходы будущих периодов);
- оборотные средства с высоким риском вложений (сомнительная дебиторская задолженность, залежалые производственные запасы, сверхнормативное незавершенное производство, готовая продукция и товары, не пользующиеся спросом, прочие элементы, не вошедшие в предыдущие группы).

Анализ структуры оборотных активов в зависимости от их ликвидности и степени финансового риска (риска вложений капитала) показывает качество средств организации, находящихся в обороте. Задача такого анализа – выявление тех текущих

активов, возможность реализации которых представляется маловероятной. Группировка оборотных активов по степени риска может быть использована для контроля за рациональным размещением капитала в текущих активах. Эффективно управлять ликвидностью — значит не допускать увеличения доли активов с высокой и средней степенью риска [12].

Отдельные авторы [3] считают, что при анализе состава и структуры оборотных активов необходимо учитывать их зависимость от множества факторов производственного, организационного и экономического характера, таких как:

- отраслевые особенности производства и характер деятельности;
- сложность производственного цикла и его длительность;
- стоимость запасов, условия их поставки и ее ритмичность;
- порядок расчетов и расчетно-платежная дисциплина;
- выполнение взаимных договорных обязательств.

Обобщая сказанное выше, необходимо учесть специфику данной задачи на примере ЗАО «Завод «Южкабель» (табл. 1).

Исходя из структуры активов видно, что наибольший удельный вес имеют необоротные активы (59%), что связано с фондоемким производством. Причем в 2005 г. наблюдается их рост в структуре на 1%. Оборотные активы составляют соответственно 41%. Анализируя пассивы, видно, что собственный капитал составляет 85,5%, т. е. предприятие достаточно обеспечено собственными средствами. Собственный капитал используется для финансирования необоротных и оборотных активов (табл. 2).

В 2005 г. сумма собственного оборотного капитала увеличилась на 30% за счет увеличения собственного капитала ЗАО «Южкабель» на 35%.

Решение второй задачи (определение потребности организации в оборотных активах, обеспечивающих ее платежеспособность) основывается в большей части на процессе нормирования, важность которого отмечают такие экономисты, как Н. В. Колчина, А. Д. Шеремет, А. Ф. Ионова, И. Н. Чуев, Л. Н. Чечевицына, и др. [3; 12; 13], выделяя три метода расчета нормативов оборотных средств: аналитический, метод прямого счета, коэффициентный метод.



Таблица 2

**Расчет наличия собственного оборотного капитала**

Показатели	Сумма, тыс. грн.				В процентах к 2004 г.
	2002	2003	2004	2005	
Собственный капитал	69390,3	88381,2	107878,1	145890,1	135,24%
Обеспечение последующих выплат и платежей	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
Необоротные активы	29355,3	53184,3	73067,3	100861,0	138,04%
Наличие собственного оборотного капитала	40035,0	35196,9	34810,8	45029,1	129,35%

Отметим, что нормирование касается только нормируемых оборотных средств (оборотных производственных средств и частично средств обращения, а именно, остатков нереализованной готовой продукции на складе), но это не означает, что величина ненормируемых оборотных средств бесконтрольна. Управление ненормируемыми элементами оборотных средств, то есть остальными элементами средств обращения, к которым относятся товары отгруженные, денежные средства и средства в расчетах, осуществляется через систему кредитования и расчетов [3].

Ошибки в расчете потребности в оборотных средствах приводят к финансовым потерям. Как считают Н. В. Колчина, А. Д. Шеремет, А. Ф. Ионова, А. Г. Грязнова и др., недостаток оборотных средств вызывает перебои в обеспечении материальными ресурсами, а их излишек приводит к замедлению оборачиваемости, образованию сверхнормативных запасов материальных ценностей и связанных с этим дополнительных затрат организации [3; 12; 7].

Третья задача – эффективное использование оборотных активов, решается на базе анализа основных показателей оценки использования оборотных активов.

Как отмечает Н. В. Колчина: «обобщающим показателем эффективности использования оборотного капитала является

показатель его рентабельности», который характеризует величину прибыли, получаемой на каждую гривню оборотного капитала, и отражает финансовую эффективность работы организации, так как именно оборотный капитал обеспечивает оборот всех ресурсов организации.

В украинской практике оценка эффективности использования оборотного капитала осуществляется через показатели его оборачиваемости: длительность одного оборота в днях и скорость оборота (коэффициент оборачиваемости), определяющий количество оборотов [3].

Четвертая задача управления оборотными активами – оптимизация структуры источников финансирования оборотных активов – основывается, прежде всего, на определении размера собственных оборотных средств. Как известно, источниками формирования оборотных средств являются собственные, заемные и дополнительно привлеченные средства. Именно за счет собственных средств формируется, как правило, стабильная часть оборотных средств. Их наличие позволяет предприятию свободно маневрировать, повышать результативность своей деятельности.

В отечественной литературе собственный оборотный капитал (собственные оборотные средства) определяется как разность между величиной собственного капитала и резервов (первый раздел баланса –  $I П$ ) и суммы необоротных активов организации (первый раздел баланса –  $I А$ ), то есть по формуле:

$$\text{СОК(СОС)} = I П - I А. \quad (1)$$

Термину «собственные оборотные средства» в мировой практике соответствует понятие «чистый оборотный капитал», который определяется как разница между текущими активами организации и текущими обязательствами организации (краткосрочной задолженностью) и показывает, в каком размере текущие активы покрываются долгосрочными источниками финансирования [4]:

$$\text{ЧОК} = II А - IV П. \quad (2)$$

Л. В. Давыдова, С. А. Ильминская отмечают, что «прямой связи между оборотными средствами и текущими пассивами нет, однако считается, что у нормально функционирующего предприятия текущие активы должны превышать текущие обязательства. Если

собственные оборотные средства составляют не менее 10% оборотных активов, то считается, что предприятие финансово устойчиво» [14], но при этом необходимо учитывать структуру текущих активов по степени их ликвидности, оказывающую существенное влияние на платежеспособность организации.

Выбор соответствующих источников финансирования оборотных активов в конечном итоге определяет соотношение между уровнем эффективности использования капитала и уровнем риска финансовой устойчивости и платежеспособности организации.

Подводя итоги, важно отметить, что управление оборотными активами составляет значимую часть операций финансового менеджмента, что связано с большим количеством элементов их материально-вещественного состава, требующих индивидуализации управления, высокой оборачиваемости и повышения роли в обеспечении платежеспособности и рентабельности хозяйственной деятельности.

#### Список литературы

1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент / И. А. Бланк. — 2-е изд. перераб. и доп. — К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. — 656 с.
2. Ковалев В. В. Введение в финансовый менеджмент / В. В. Ковалев. — М. : Финансы и статистика, 2005. — 768 с.
3. Финансы предприятий / под ред. проф. Н. В. Колчиной. — 2-е изд. перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 447 с.
4. Шишкородова Н. Н. Методика финансового анализа предприятий / Н. Н. Шишкородова // Экономический анализ: теория и практика. — 2005. — № 5. — С. 42–46.
5. Андреева С. Ю. Нормирование оборотных активов как средство управления оборотным капиталом предприятия / С. Ю. Андреева, Т. В. Яляльева // Экономический анализ: теория и практика. — 2005. — № 9. — С. 36–39.
6. Бочаров В. В. Современный финансовый менеджмент / В. В. Бочаров. — СПб. : Питер, 2006. — 464 с.
7. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / кол. авт.; под общ. ред. А. Г. Грязновой. — М. : Финансы и статистика, 2002. — 1168 с.
8. Бригхэм Ю. Ф. Энциклопедия финансового менеджмента / пер. с англ. под ред. Б. Е. Пенькова. — М. : РАГС-Экономика, 1998. — 815 с.
9. Шим Д. К. Финансовый менеджмент : пер. с англ. / Д. К. Шим, Д. Г. Сигел. — М. : Филинь, 1996. — 400 с.

10. Басовский Л. Е. Финансовый менеджмент / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 240 с.

11. Финансовый менеджмент: теория и практика / под ред. Е. С. Стояновой. – 5-е изд. перераб. и доп. – М. : Перспектива, 2004. – 656 с.

12. Шеремет А. Д. Финансы предприятий: менеджмент и анализ / А. Д. Шеремет, А. Ф. Ионова. – 2-е изд. перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 479 с.

13. Чуев И. Н. Экономика предприятия / И. Н. Чуев, Л. Н. Чечевицына. – 3-е изд. перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2006. – 416 с.

14. Давыдова Л. В. Политика управления оборотным капиталом как часть общей финансовой стратегии предприятия / Л. В. Давыдова, С. А. Ильминская // Финансы и кредит. – 2006. – № 15. – С. 5–11.

### **Резюме**

У статті проаналізовано сутність оборотних активів, визначено основні завдання управління обіговими коштами, проведено дослідження методів, що використовуються під час управління дебіторською заборгованістю, та зроблено висновок про необхідність розробки комплексного механізму управління обіговими коштами.

### **Summary**

In the article the essence of circulating asset is analysed, the primary tasks of floating capital management are determined, the study of methods used for debtor indebtedness management is done and the conclusion about the need of the development complex mechanism of circulating assets management is made.

УДК 331.101.3

*В. В. Белан*

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

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Ключевые слова:** мотивация, эффективность предприятия, персонал, социотехнические системы.

На современном этапе развития экономики Украины проблема выживания и повышения эффективности деятельности предприятия

тий является наиболее актуальной. Одним из ключевых факторов улучшения функционирования предприятия является совершенствование системы мотивации персонала.

Для повышения эффективности функционирования предприятия необходимо, чтобы отечественные хозяйственные субъекты развивались благодаря соединению технического и социального факторов. Объективные тенденции развития промышленного производства, опыт функционирования зарубежных предприятий дает право утверждать, что конкурентоспособными являются те, которые уделяют одинаковое внимание и техническому, и социальному аспектам развития. Реализовать на практике такую совместимость очень тяжело, однако на это стоит обратить внимание руководителей. Если попытки обеспечения конкурентоспособности украинских предприятий сведутся только к увеличению затрат на техническое переоснащение при одновременной недооценке важности социальных компонентов в их жизнедеятельности, то вложение средств может оказаться неэффективным [5].

Социальная подсистема предприятия включает в себя организационную структуру, организационную культуру, межличностные взаимоотношения в коллективе, с руководителями, знания, умения, опыт, человеческий интеллект. Именно эта подсистема, как отмечают многие специалисты, является движущей силой прогресса на предприятии, поэтому существует четкая потребность в выработке способов и путей ее развития [6]. В современной литературе существует множество концепций совершенствования социальной составляющей предприятия, и во многом они схожи, поэтому остановимся на двух из них: концепции самомотивации; методе Management by Objectives (МВО).

Создавая новую социально-экономическую формацию, внимание необходимо сосредоточить на важных аспектах мотивации трудовой деятельности. Качественные результаты труда, несомненно, будут зависеть от самомотивации работника. Под самомотивацией понимается осознание индивидом внутреннего стремления и желания к определенному виду деятельности. На предприятии необходимо дать людям возможность всесторонне содействовать самосовершенствованию трудового процесса. Труд не может быть качественным без самомотивации. Одним из вариантов повышения эффективности самомотивации является

работа в команде. Задача руководителей – создать взаимоотношения и климат в работающей группе, которые бы способствовали качественным конечным результатам и их повышению. Так, например, самая крупная в мире корпорация «Дженерал Моторз», активно развивающиеся американские фирмы, японские компании считают основным вектором совершенствования организации труда и производства привлечение работников всех уровней к управлению компанией. На их опыте доказано, что это помогает высвободить значительный потенциал творческой энергии, заложенный в работниках, которым понравилось использование их умственных способностей, а это повышает у них чувство ответственности и самоуважения [6].

Именно их методы наиболее интересны и эффективны, поскольку традиционная система руководства персоналом на предприятии основывается на: 1) отождествлении работников с предприятием; 2) пожизненном найме и системе трудового стажа; 3) интенсивном общении с работниками. Согласно концепции самомотивации, применительно к Украине, рекомендуется осуществлять управленческое влияние на самомотивацию по таким трем направлениям:

1. Установление обязательных норм-требований, которые регламентируют поведение работника в сфере производства или оказания услуги.

2. Стимулирование поведения, направленного на реализацию целей предприятия, которое может быть прямым, когда работник сам заинтересован в достижении цели, или опосредованным, когда руководство совершенствует условия труда (оплату, режим, организацию), создавая подчиненному возможность достижения цели с наименьшими трудовыми затратами.

3. Воссоздание в массовом сознании определенных ценностей, норм, стереотипов и правил трудовой этики; формирование эталона личности, наследование которого получает общественное признание [6].

Внедрение на производствах эффективного мотивационного механизма, безусловно, будет содействовать укреплению их экономической стабильности, повышению качества труда и конкурентоспособности продукции.

Самомотивація – один из вариантов усовершенствования системы управления. Не менее интересным является использование GOAL-технологии. Одним из методов управления и мотивации персонала является МВО («Management by Objectives»). Во многих организациях у работников отсутствуют мотивационные факторы для повышения эффективности труда [1].

Часто работники не знают стратегических задач предприятия, что объясняется непрозрачностью целей. Метод МВО направлен именно на повышение эффективности предприятия путем определения тактических, общих целей, а также определения цели для каждого работника. Этот метод широко распространен в западном менеджменте, но, к сожалению, в Украине он почти не применяется.

Процесс управления на основе установления целей можно представить в виде последовательности четырех этапов:

1. Определение целей.
2. Разработка плана действий.
3. Контроль над процессом достижения целей.
4. Оценка общих результатов деятельности [4].

Механизм формирования целей подчиненным включает: определение общих целей, выявление проблемных и специфических целей, предоставление возможности работнику принять участие в формировании целей. Кроме этого, конкретизация цели, установление граничного срока выполнения, расстановка приоритетов, организация обратной связи для оценивания достигнутого прогресса и, наконец, при премировании учитывать результативность достижения целей. Метод целевого управления базируется на принципе SMART (specific, measurable, achievable, result-oriented, time-based). SMART-управление – это планирование шагов, которые необходимо выполнить для достижения целей. Система оценки имеет три составляющие – бизнес-показатели, выполнение поручений и следование стандартам [4]. К достоинствам метода можно отнести: объединение усилий менеджеров и работников для достижения общей цели (мотивируется достижение целей, цели подразделений и работников совпадают с целями предприятия). Недостатки можно определить как сложность учета постоянно меняющейся внешней среды, опасность замены стратегических целей оперативными.

Отличие этого метода в том, что общие цели трансформируются в специфические, которых должны достигнуть отдельные подразделения и работники предприятия. Использование метода МВО поможет решить такие проблемы, как: отсутствие мотивации персонала; незнание работниками задач, которые необходимо решить; инертность к проведению изменений; отсутствие коммуникаций между подразделениями; сложность анализа результатов [1].

В современных условиях для Украины актуальным и наиболее эффективным методом повышения мотивации труда является комбинация из двух ранее рассмотренных методик. Комбинированный метод учитывает наиболее эффективные аспекты самомотивации по установлению обязательных норм-требований, прямого и непрямого стимулирования труда, путем вовлечения в руководство и усовершенствования условий труда. Метод же МВО рекомендуется использовать, внедряя оценочные составляющие SMART-управления, механизмы по формированию целей для подразделения и конкретного работника, определение заработной платы согласно достигнутым результатам. Внедряя эти меры, необходимо учитывать особенности функционирования украинских предприятий. В современных условиях нестабильности внешней среды предприятиям необходимо определять тактические цели, разработать механизм доведения их до каждого работника, осуществлять прямое и косвенное стимулирование труда. Однако использование комбинированного метода требует четко разработанной стратегии и пошаговой регламентации, чтобы его преимущества успешно работали на предприятие.

Для повышения эффективности деятельности предприятия мало модернизировать только производство, необходимы изменения и в организации труда персонала. Современные тенденции в мире показывают, что исключительно технический путь развития компаний устарел и является скорее экстенсивным, в то время как впереди всех остальных предприятия, идущие по социально-техническому пути, и в этом существенную роль играют методы, базирующиеся на определении и доведении целей для каждого работника, повышении самомотивации персонала, эффективных показателях при оценке результатов труда.

---

**Список литературы**

1. Азарова А. О. Використання GOAL-технології як одного з методів управління та мотивації персоналу / А. О. Азарова, О. А. Ковальчук // *Акт. пробл. економіки*. – 2006. – № 8. – С. 161–164.
2. Базылев И. Анализ влияния составляющих организационной культуры малого предприятия на эффективность его работы / И. Базылев // *Упр. персоналом*. – 2007. – № 10. – С. 76–80.
3. Бураканова Г. Стиль руководства и эффективность управления / Галия Бураканова // *Проблемы теории и практики упр.* – 2003. – № 4. – С. 112–117.
4. Литягин А. Целевое управление для организации / А. Литягин // *Менеджер по персоналу*. – 2005. – № 8. – С. 12–13.
5. Романова О. Оптимизация поведения предприятия в современных условиях / Оксана Романова // *Проблемы теории и практики упр.* – 2002. – № 3. – С. 116–120.
6. Терещенко Н. В. Комплексна оцінка підвищення ефективності діяльності підприємств і мотивації трудової діяльності / Н. В. Терещенко // *Укр. соціум*. – 2005. – № 1. – С. 60–71.
7. Шнайдер Д. И.-Г. Стиль, культура, имидж предприятия: [Стратегия эффективности хозяйственной деятельности] / Д. И.-Г. Шнайдер // *Бизнес Информ*. – 1995. – № 9/10. – С. 38.

**Резюме**

У статті розглядається проблема вдосконалення системи мотивації персоналу підприємства як один із варіантів збільшення його конкурентоспроможності. Аналізуються сучасні методи управління мотиваційними аспектами праці з метою можливості їх упровадження в Україні.

**Summary**

The article analyzes the improvement of company staff motivation system as a way to increase its competitiveness. Modern methods of motivation management are analyzed. The opportunity to implement them is outlined.

*В. С. Валковая*

*Научный руководитель канд. экон. наук Е. Е. Дахнова*

## **КОНЦЕПЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОАО «ХАРЬКОВГАЗ»**

**Ключевые слова:** стратегия, стратегическая концепция развития, стратегическое развитие предприятия, стратегическое управление.

В современных условиях глобализации и информационного развития компании, приспосабливаясь к изменяющимся условиям, используют новые инструменты и методы для того, чтобы пересмотреть свои подходы к ведению бизнеса, направления деятельности, обеспечить конкурентоспособность, достичь более высоких результатов в своей области. Предприятия всего мира реорганизуют свою работу, ориентируясь на команды, перестраивая ключевые виды деятельности, создавая системы общего менеджмента качества, конкурируя на базе организационных возможностей и строя более «плоские», с меньшим числом уровней организационные структуры управления.

Каждый из этих новых подходов к внутренней организации компании является ценным инструментом реализации стратегии – инструментом, сила которого значительно возрастает, если его рассматривать и использовать как составную часть общих усилий фирмы по более эффективному исполнению стратегий.

Целью данной статьи является рассмотрение понятия «стратегия», необходимость ее создания на предприятии в современных рыночных условиях, а также определение стратегической концепции развития ОАО «Харьковгаз».

Интерес теоретиков и практиков к понятию и содержанию стратегий, а также процессов их осуществления возник в начале 60-х годов XX века. Именно тогда появилась известная работа А. Д. Чандлера «Стратегия и структура», в которой он писал, что стратегия – это определение основных долгосрочных целей организации, адаптация действий и размещение ресурсов,

необходимых для их достижения [5]. Им предпринята попытка объяснить, каким образом процессы разработки стратегии обуславливают необходимость организационных изменений. Это наталкивало на продолжение теоретических исследований, становление данной отрасли знаний.

После появились работы И. Ансоффа, Ж. Бовера, К. Эндрю и других. И. Ансофф в книге «Корпоративная стратегия», которую многие авторы оценивают как первую научную работу стратегического менеджмента, предложил модель и систематизированные схемы, с помощью которых выделены этапы принятия и выполнения стратегически важных для организаций решений. Он так определил содержание стратегического менеджмента: «Деятельность, связанная с постановкой целей и задач организации, поддержкой взаимоотношений между организацией и средой, которые дают ей возможность достичь поставленных целей, отвечают ее внутренним возможностям и обеспечивают ее приспособленность к внешним условиям» [1].

Появление книги М. Портера «Стратегия конкуренции» (1980) дало новый толчок для рассмотрения и определения стратегии. Стратегия рассматривается в контексте конкурентной среды, т. е. любой достигнутый организацией результат обусловлен выбором стратегии для обеспечения конкурентного преимущества. Также стратегический менеджмент все чаще стали рассматривать как управление на основе конкурентных преимуществ и адекватного реагирования на изменения внешней среды.

Согласно определению голландского ученого Х. Виссеми: «Стратегическое управление – это стиль управления (ориентированный на будущее, направленный на конкуренцию) и методы коммуникации, передачи информации, принятия решений и планирования, с помощью которых аппарат управления и линейные руководители своевременно принимают и конкретизируют решения, касающиеся целей предпринимательской деятельности. Стратегическое управление предусматривает стратегическую ориентацию всех работников и синхронизацию планов подразделений, которые отвечают за реализацию целей компании» [7].

Стратегия распадается на множество конкурентоспособных действий и подходов к бизнесу, от которых зависит успешное управление фирмой. В общем смысле стратегия – это план

управления фирмой, направленный на укрепление ее позиций, удовлетворение потребностей потребителей и достижение поставленных целей. Менеджеры разрабатывают стратегии, чтобы определить, в каком направлении будет развиваться компания, и принимать обоснованные решения при выборе способа действия. Выбор менеджерами конкретной стратегии означает, что из всех возможных путей развития и способов действия, открывавшихся перед компанией, решено выбрать одно направление, в котором она будет развиваться. Без стратегии у менеджера нет продуманного плана действий, нет путеводителя в мире бизнеса, нет единой программы достижения желаемых результатов.

План управления компанией охватывает все основные функции и подразделения: снабжение, производство, финансы, маркетинг, кадры, научные исследования и разработки. Каждому отведена определенная роль в этой стратегии. Сделать стратегический выбор – означает связать бизнес-решения и конкурентоспособные действия, собранные по всей компании, в единый узел. Это единство действий и подходов будет отражать текущую стратегию. Новые действия и подходы, находящиеся на обсуждении, покажут возможные пути изменения и преобразования текущей стратегии [2].

Но не всегда уделялось достаточного внимания изменениям, которые могут произойти настолько быстро, что менеджер не успеет предвидеть все стратегические действия и, соответственно, реализовать стратегию без внесения необходимых изменений. Поэтому целесообразнее рассматривать стратегию как совокупность запланированных действий и необходимых поправок в случае непредвиденных обстоятельств.

Современные стратегии основываются на активном учете внешних условий, в рамках которых работает определенное предприятие, на осознании задач, стоящих перед ним, что способствует возникновению самых разнообразных проектов развития, которые, в свою очередь, обуславливают выбор такого варианта стратегии развития, который обеспечит стабильность предприятия и хорошие экономические результаты [6].

Стратегическая концепция развития предприятия должна формироваться с учетом основных тенденций реализуемой государственной экономической политики. В практическом плане это

обуславливает необходимость постоянной корректировки стратегической парадигмы развития предприятия в рамках схемы: ситуация в экономике — государственная экономическая политика — стратегия предприятия — эффективность реализации.

Хорошо продуманное стратегическое видение готовит компанию к будущему, устанавливает досрочные направления развития и определяет намерения компании занять конкретные деловые позиции. Удачная стратегия и ее умелая реализация — признаки совершенного управления, которым стоит доверять [3].

Формулирование стратегии считается одним из главных компонентов системы стратегического управления и предусматривает изучение особенностей процесса создания отдельных стратегий. Учитывая, что стратегия — это способ достижения результата, сформулированного в виде цели, можно утверждать, что формирование стратегии является процессом, в ходе которого руководители устанавливают миссию, формируют систему целей, выбирают стратегии, а также определяют все компоненты процесса стратегического управления [4].

Какие же наиболее важные аспекты должны учитываться при выборе основных направлений стратегического развития предприятия?

Очень важным является анализ рынка, изучение конкурентной среды, целевой аудитории, экономической и политической ситуации в стране, особенностей деятельности предприятия в данной отрасли, его макро- и микросреды, финансового состояния и, что немаловажно, потенциала в целом.

На примере открытого акционерного общества «Харьковгаз» можно проанализировать особенности и обосновать выбор основных направлений его стратегического развития.

Эффективная деятельность ОАО «Харьковгаз» на рынке обусловлена перспективностью развития отрасли газоснабжения, монопольным положением, наличием большого количества постоянных клиентов, непрерывным расширением, диверсификацией, инвестированием в новые отрасли хозяйствования, а также, что немаловажно, постоянной модернизацией внутренних процессов в акционерном обществе и сильным кадровым потенциалом.

При формировании проекта стратегии развития ОАО «Харь-

ковгаз» определяются такие направления действий: персонал, бизнес-процессы, рынок/клиенты, финансы/экономика.

На предприятии постоянно вносятся изменения в существующую организационную структуру с целью усовершенствования ее управления. Важным этапом является открытие новых подразделений, например, маркетинговой службы, что позволит детально изучать рынок, происходящие изменения, конкурентов, создать сильный бренд и т. д.

Совершенство разрабатываемой стратегии достигается тогда, когда потенциалы отделов взаимосвязаны, когда в этом процессе задействованы усилия каждого сотрудника на предприятии, и, что наиболее значимо, когда присутствует личностный интерес всех работников в достижении намеченной цели. Таким образом, в ОАО «Харьковгаз» разрабатываются различные системы мотивации сотрудников, стимулирующие заинтересованность в достижении стратегических целей и поставленных задач, а также эффективная кадровая стратегия, направленная на сосредоточение на предприятии высококвалифицированного персонала. Также рассматриваются варианты создания условий для отдыха и оздоровления работников предприятия, обеспечения их социальной защиты. В акционерном обществе создаются программы корпоративного пенсионного обеспечения и поддержки молодых семей.

ОАО «Харьковгаз» является одним из самых больших налогоплательщиков государства. Необоснованно установленные Национальной комиссией регулирования электроэнергетики тарифы на транспортировку газа вдвое превышают общие затраты предприятия на его транспортировку, что, само собой разумеется, накладывает негативный отпечаток на результаты финансовой деятельности. Также весьма неблагоприятное влияние оказывает нестабильность политической ситуации в Украине и дальнейшее удорожание газа. Эти вопросы обязательно должны быть пересмотрены и разрешены государством, так как результат деятельности предприятия представляет огромную социальную ценность, что должно приниматься во внимание в первую очередь. Как видно, даже наилучшая стратегия не гарантирует того, что предприятию удастся избежать периодов спада и нестабильности. Однако ситуацию может изменить создание и разработка новых стратегий, позволяющих достичь дополнительные цели.

Вполне обоснованным является то, что частью стратегического проекта ОАО «Харьковгаз» выступает активный поиск и освоение новых видов бизнеса (создание деревообрабатывающего цеха, лаборатории проверки и ремонта газовых счетчиков, швейного цеха по пошиву спецодежды, магазина запасных частей для газовой аппаратуры), диверсификация источников получения доходов, участие в акционерном капитале других предприятий, так как активные действия по повышению дохода позволяют компании подняться на ступень выше в рейтинге наиболее инвестиционно привлекательных, и, кроме того, покрыть убытки.

Все вышеперечисленные варианты деятельности возможны при условии оптимизации затрат, удешевлении стоимости задействованных средств в компании, что также учитывается и при разработке стратегии развития ОАО «Харьковгаз».

Основными путями снижения себестоимости в газовом хозяйстве являются:

- повышение уровня загрузки основных фондов;
- усовершенствование организации производства;
- устранение неисправностей оборудования, которые приводят к утере газа;
- реорганизация филиалов с небольшим объемом работ, их присоединение к крупным подразделениям. Такие действия позволят снизить затраты на производство;
- обеспечение оптимального режима газопотребления, правильный учет расхода газа;
- своевременное и качественное обслуживание всех элементов газового хозяйства во избежание непроизводительных простоев газового оборудования.

Таким образом, ОАО «Харьковгаз» представляет собой большой интерес, прежде всего, благодаря постоянно разрабатываемым и действующим стратегиям, которые в новом периоде позволяют повысить предыдущие показатели путем понижения себестоимости продукции, реструктуризации, расширения источников повышения дохода, повышения квалификационного уровня работников и других мероприятий в кратко- и долгосрочной перспективе.

В заключение отметим, что современное предприятие должно идти вперед, не останавливаясь на достигнутых показателях

и находит наиболее эффективные методы решения проблем. Для этого необходимо осуществить выбор правильных направлений его стратегического развития. Кроме того, стратегия компании должна быть динамичной и обновляться по мере развития предприятия. Объекты изменений всегда появляются тогда, когда определены пути улучшения стратегии или необходимость привести в соответствие существующую стратегию новым рыночным условиям.

#### Список литературы

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер, 1999. – 416 с. – (Сер. «Теория и практика менеджмента»).
2. Ансофф И. Стратегическое управление : сокр. пер. с англ. / И. Ансофф ; рецензент, науч. ред. и авт. вступ. ст. Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 520 с.
3. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник / О. С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Экономист, 2002. – 296 с.
4. Зайцев Л. Г. Стратегический менеджмент : учебник / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – М. : Экономист, 2002. – 416 с.
5. Мищенко А. П. Стратегическое управление : учебник / А. П. Мищенко. – К. : Центр учеб. лит, 2004. – 336 с.
6. Суханов С. Стратегический анализ – практическая методология / С. Суханов // Финансовый дир. – 2004. – № 8. – С. 20–28.
7. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. специальностям / А. А. Томпсон ; пер. с англ., под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М. : Банки и биржи : Изд. об-ние «ЮНИТИ», 1998. – 576 с.

#### Резюме

У статті розглянуто питання важливості стратегії розвитку для підприємства в умовах динамічного зовнішнього середовища. Наведено основні стратегічні напрями ВАТ «Харківгаз». Рекомендовано розширення стратегічної політики для забезпечення подальшого успішного розвитку підприємства, створення комплексу конкурентних переваг.

#### Summary

The importance of business development strategy under the conditions of dynamic environment is described. The main strategy directions of OJSC Kharkivgas are pointed out. It is recommended to improve the strategy in order to ensure further successful development of the enterprise, create a complex of competitive advantages.

---

УДК 658.012.2 (477.54)

*Ю. А. Вовченко*

*Научный руководитель канд. экон. наук Е. И. Решетняк*

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО АФ «ФАКТОР-АУДИТ»**

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, стратегический анализ, стратегия, оценка конкурентоспособности стратегии, спрсе-анализ.

Высокая конкурентная среда, быстрое изменение технологий производства, научно-технический прогресс требуют от руководителей предприятий мобильности и стратегического мышления. С другой стороны, наличие старого парка оборудования, применение традиционных технологий, ориентация на привычные методы управления не позволяют предприятиям правильно позиционировать на рынке.

Решение этой актуальной задачи возможно только при создании действенной системы стратегического менеджмента, которая позволит определить приоритетное направление развития предприятия, максимально эффективно использовать его потенциал, умело реализовать разработанную стратегию.

Недостаточная степень научной разработки и несомненная практическая значимость проблемы развития системы стратегического менеджмента для обеспечения нормальной деятельности предприятий в конкурентной среде определяют актуальность темы настоящего исследования.

Вопросы разработки стратегии развития организации широко освещены в фундаментальных трудах ведущих западных и российских ученых, таких как М. М. Алексеева [1], В. А. Баринов [2], О. С. Виханский [3], В. Д. Маркова [5], А. А. Томсон [6] и др. В их трудах раскрываются понятие и сущность стратегического управления, исследуются важнейшие аспекты стратегического менеджмента, его принципы и методы. Однако все эти исследования носят в основном общетеоретический характер. В научной

литературе пока еще слабо разработаны вопросы стратегического менеджмента применительно к отраслевым организациям.

Актуальность проблемы, ее теоретическая и практическая значимость определили цель и задачи исследования.

Целью статьи является разработка и обоснование рациональной системы стратегического менеджмента на предприятиях, предоставляющих аудиторские услуги.

В соответствии с избранной целью были поставлены и решены следующие основные задачи:

- проведен анализ состояния развития аудиторских организаций;
- определены возможные стратегии развития предприятий, предоставляющих аудиторские услуги;
- выявлены угрозы и предложен механизм реализации системы стратегического менеджмента аудиторских фирм.

Объектом исследования является предприятие сферы услуг ООО АФ «Фактор-Аудит». Так как в рыночной экономике вопрос сохранения конкурентоспособности является очень актуальным, в условиях возрастающей международной и внутренней конкуренции предприятия сферы услуг должны активно формировать и прогнозировать конкурентные преимущества, разрабатывать современную рыночную стратегию.

Предметом исследования является оценка конкурентоспособности существующей стратегии предприятия.

Аудиторская фирма «Фактор-Аудит» является малым предприятием. И, следовательно, для оценки вектора развития наиболее целесообразно провести SPACE-анализ. Он является производным от SWOT-анализа и используется для оценки сильных и слабых сторон деятельности предприятия по таким критериям:

- финансовая сила предприятия (ФС);
- конкурентоспособность предприятия (КС);
- привлекательность отрасли (ПО);
- стабильность отрасли (СО).

На основе изучения критериев в составе каждой группы составляется матрица направленной стратегии в системе координат SPACE и строится вектор позиции оцениваемого предприятия. Положение вектора определяет тип рекомендованной стратегии (конкурентная, защитная, консервативная, агрессивная) для укрепления конкурентной позиции.

Рассмотрим применение данного метода для анализа рыночной позиции и выбора оптимальной стратегии ООО АФ «Фактор-Аудит».

Для оценки финансовой силы предприятия были выбраны показатели рентабельности инвестиций, динамики прибыли и уровня финансовой устойчивости; для оценки конкурентоспособности предприятия – показатели доли, занимаемой предприятием на рынке, рентабельности реализации услуг и конкурентоспособность услуг; привлекательность отрасли была определена уровнем ее прибыльности, стадией жизненного цикла, зависимостью от рыночной конъюнктуры, а стабильность отрасли – уровнем развития инновационной деятельности и маркетинговыми возможностями.

Каждый показатель был оценен по десятибалльной шкале путем сравнения фактических значений финансовых коэффициентов с нормальным их уровнем для предприятия на основе анализа статистической информации в области аудиторских фирм.

После получения оценок ключевых критериев следующим этапом SPACE-анализа является построение вектора рекомендованной стратегии в системе координат SPACE (рис. 1).

Исходя из графика, вектор рекомендованной стратегии находится в правом нижнем квадрате, что означает – конкурентная стратегия. Конкурентная позиция характерна для привлекательных отраслей в сравнительно нестабильном окружении. Следовательно, для усиления позиции в конкурентной борьбе предприятие должно выучить опыт конкурентов в уменьшении трудозатрат на предоставляемые услуги, а также использовать маркетинговые и рекламные возможности, находить новых партнеров и расширять долю рынка.

В то же время самой главной задачей для предприятия в данный момент должно быть сохранение и упрочнение финансового положения фирмы.

В данный момент вектор развития предприятия предусматривает выбор конкурентоспособной стратегии, которая предполагает:

- аккумулятивное пополнение дополнительных финансовых ресурсов для усиления рыночного потенциала;
- укрепление службы реализации (продаж);

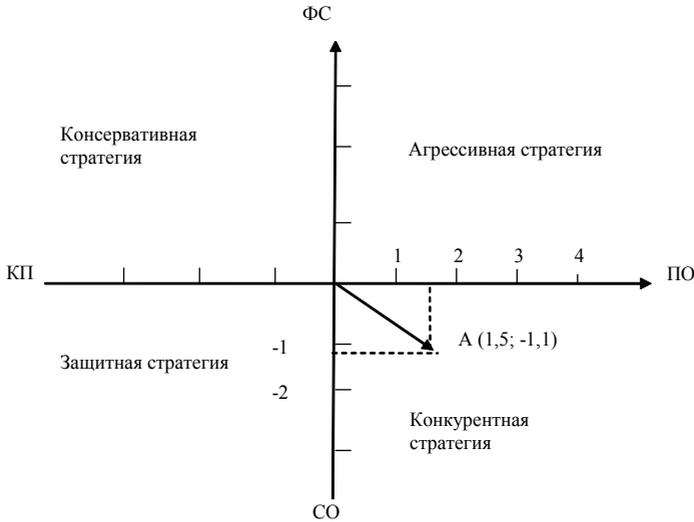


Рис. 1. Направление вектора стратегии развития ООО АФ «Фактор-Аудит».

- расширение и/или корректировку ассортимента предоставляемых услуг;
- инвестирование в повышение производительности;
- сокращение издержек;
- мероприятия по защите и сохранению конкурентного преимущества на растущем рынке;
- слияние с компанией, обладающей значительными ресурсами денежных средств.

Итак, преобразования, связанные с очень высокой конкуренцией в экономике, изменили условия ее финансирования, идеологию экономического поведения хозяйствующих субъектов. Выбор конкурентоспособной стратегии на данном этапе развития аудиторских фирм оказывается стратегически неустойчивым и часто приводит к краху. Поэтому для ООО АФ «Фактор-Аудит» целесообразнее избирать агрессивную стратегию. С помощью этой стратегии компания получит конкурентные преимущества, которые она сможет сохранить и приумножить с помощью

финансового потенциала. Механизмы этой стратегии должны быть направлены на:

- расширение объема предоставляемых услуг и продаж;
- ценовую борьбу с конкурентами;
- освоение новых секторов рынка;
- продвижение бренда.

В условиях возрастающей международной и внутренней конкуренции предприятия сферы услуг должны активно формировать и прогнозировать конкурентные преимущества, разрабатывать современную рыночную стратегию. Поэтому этот вопрос является очень актуальным для аудиторской фирмы «Фактор-Аудит», предоставляющей аудиторские услуги. В ходе исследования была проанализирована существующая стратегия предприятия. Но в данной конкурентоспособной среде она не является оптимальной, так как только помогает предприятию сохранить прежний уровень. Поэтому в работе был выбран метод, определяющий стратегию повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг. Предприятию следует выбрать агрессивную стратегию, которая поможет фирме не только сохранить конкурентоспособность, но и увеличить объем продаж и освоить новые сегменты рынка.

#### Список литературы

1. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы : учеб.-метод. пособие / М. М. Алексеева. — М. : Финансы и статистика, 2007. — 308 с.
2. Баринов В. А. Стратегический менеджмент / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. — М. : Инфра-М, 2006. — 288 с.
3. Виханский О. С. Стратегическое управление : учеб. для студентов, обучающихся по экономической специальности и направлению «Менеджмент» / О. С. Виханский. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Гардарики, 2002. — 293 с.
4. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н. С. Краснокутська ; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. — К. : Центр навч. л-ри, 2005. — 351с.
5. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. — М. : Инфра-М, 2007. — 489 с.
6. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / А. А. Томпсон ; пер. с англ., под ред.

Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М. : Банки и биржи : Изд. об-ние «ЮНИТИ», 1998. – 576 с.

### **Резюме**

У статті розглянуто та проаналізовано сучасну стратегію аудиторської фірми «Фактор-Аудит», а також її основні напрями діючої стратегії. Було визначено пріоритетну стратегію розвитку.

### **Summary**

The present strategy of accounting firm «Factor-Audit» is examined and systematized in the thesis. The basic trends of acting strategy are analyzed. The priority strategy of its development is determined.

УДК658.8(477.54)

*В. С. Гасанова*

*Научный руководитель канд. экон. наук И. В. Тимошенко*

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Ключевые слова:** конкурентная стратегия организации, маркетинговая стратегия, стратегия лидерства в издержках, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования.

В рыночной экономике Украины следует учитывать конкуренцию в сферах реализации и сбыта продукции. При этом перво-степенное значение имеет стратегическое управление, особенно в области маркетинга.

В качестве концепции управления, наиболее тесно увязывающей направление производственно-сбытовой деятельности предприятия с изменениями нестабильной рыночной среды и позволяющей, таким образом, сочетать интересы «выживания» и развития предприятия с учетом удовлетворения общественных потребностей, маркетинг является самым действенным инструментом переориентации деятельности украинских предприятий в условиях рыночных отношений.

Целью данной статьи является оценка основных типов конкурентных стратегий, особенности их реализации в Украине, опреде-

ление маркетинга как инструмента реализации конкурентной стратегии. В соответствии с поставленной целью можно выделить следующие задачи: рассмотреть и сопоставить существующие современные конкурентные и маркетинговые стратегии на предприятии, проанализировать различные типы маркетинговых стратегий, определить их особенности для Украины.

Преуспевание организации сегодня определяется степенью востребованности продукта ее деятельности потребителями. Поэтому в стратегии фирмы, обеспечивающей ее рыночный успех в долгосрочной перспективе, ключевую роль играет стратегия маркетинга. Разрабатываемая маркетинговой службой стратегия маркетинга включена в процесс реализации конкурентной стратегии фирмы в качестве одного из ее элементов.

Конкурентная стратегия предприятия предполагает разработку такого продукта, который обеспечит фирме конкурентные преимущества [1].

М. Портер выделил три типа стратегий поведения организации на рынке, которые обеспечат ей конкурентные преимущества: лидерство в минимизации издержек, дифференциация и фокусирование [3].

Стратегия лидерства в издержках опирается на производительность и обычно связана с существованием эффекта опыта. Она подразумевает тщательный контроль за постоянными расходами, инвестиции в производство, направленные на реализацию эффекта опыта, тщательную проработку конструкции новых товаров, пониженные сбытовые и рекламные издержки. В центре внимания всей стратегии – низкие издержки по сравнению с конкурентами.

Стратегии дифференциации – это придание товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают товар от предложений конкурентов. Фирма стремится создать ситуацию монополистической конкуренции, в которой она благодаря своим отличительным особенностям обладает значительной рыночной силой. Стратегия данного типа не всегда совместима с целью завоевания большой доли рынка, поскольку большинство покупателей может быть не склонно платить повышенную цену даже за превосходный товар. Стратегии дифференциации обычно требуют значительных инвестиций в операцион-

ный маркетинг и особенно в рекламу с целью известить рынок о заявляемых отличительных особенностях товара.

Стратегия фокусирования — это стратегия концентрации на нуждах одного сегмента или конкурентной группы покупателей, без стремления охватить весь рынок. Цель — удовлетворить потребности выбранного целевого сегмента лучше конкурентов. Такая стратегия может опираться как на дифференциацию, так и на лидерство по издержкам, либо на то и другое, но только в рамках целевого сегмента [3].

В Украине каждое предприятие выбирает для себя оптимальную базовую стратегию развития, в связи с этим можно сказать, что ни одна стратегия не подходит абсолютно для всех отраслей. Наоборот, во многих отраслях сочетается несколько стратегий.

Реализация конкурентной стратегии фирмы предполагает постановку целей для каждого ее функционального уровня. Средствами достижения этих целей становятся разрабатываемые этими подразделениями функциональные стратегии — стратегия НИОКР, производственная стратегия, маркетинговая стратегия, финансовая стратегия и т. д. [2].

Рассмотрим различные типы маркетинговых стратегий.

1. Анализ портфеля направлений деятельности. Анализ своего портфеля должен помочь многопрофильной фирме в распределении ограниченных ресурсов между различными рынками товара, на которых она представлена. В общем случае задача заключается в классификации каждого рассматриваемого рынка товара по двум независимым измерениям: привлекательность базового рынка и конкурентная сила фирмы.

2. Базовые стратегии развития. Они в качестве непосредственного объекта имеют потенциал организации (виды производства, отрасль деятельности, направления бизнеса и т. д.).

3. Стратегии роста. Большинство фирменных стратегий предусматривают цели роста: рост продаж, долю рынка, прибыль или размер фирмы. Рост — это фактор, влияющий на активность фирмы, стимулирующий инициативу и усиливающий мотивацию персонала и руководства. Независимо от этого элемента динамизма рост необходим для отражения атак конкуренции за счет экономии на масштабе и других эффектов опыта [5].

4. Конкурентные стратегии.

Учет в явной форме позиций и действий конкурентов представляет важный компонент стратегии развития. Анализ конкурентоспособности позволяет оценить масштаб конкурентного преимущества фирмы относительно самых опасных конкурентов и понять направленность их действий.

На основе полученной информации о стратегии конкурентов, а также своего положения в конкурентной среде вырабатывается конкурентная маркетинговая стратегия фирмы.

*Таблица*

**Сопоставление корпоративных и маркетинговых стратегий  
предприятия**

Стратегии организации	Конкурентные маркетинговые стратегии			
	Лидера рынка	Претендента на лидерство	Последователя	Специалиста
Лидерство в издержках	+	+	+	-
Дифференциация	+	+	-	-
Фокусирование	-	-	-	+

Приведенную таблицу можно обосновать такими фактами:

– если использовать зависимость между долей рынка и рентабельностью предприятия, можно определить лидерство рынка в затратах и дифференциации продукта;

– предприятия, обладающие лидерством или претендующие на лидерство, могут создавать продукт с уникальными свойствами, то есть применять стратегию дифференциации, т. к. они имеют хороший потенциал функциональных стратегий;

– компании-последователи получают от выбранной стратегии преимущества в виде возможности копировать продукцию лидера, меньших расходов на продвижение товара, более низкого риска и т. д., следовательно, выбирают стратегию лидерства в издержках;

– применяя стратегию фокусирования, фирма досконально выясняет потребности данного сегмента рынка, определенного типа продукции, то есть применяет стратегию специализации на определенной рыночной нише.

Для любого украинского предприятия существует множество проблем, с которыми оно сталкивается при выборе маркетинговой стратегии.

Мировые тенденции глобализации, быстрого технического и технологического подъема производства, рост темпов развития национальных рынков, общая экономическая конъюнктура и политический климат существенно усилили конкуренцию и порой неподвластны руководству фирмы.

В Украине конкурентная среда предприятий формируется в основном за счет государственного регулирования, экономической политики страны и законодательным обеспечением данной темы. Здесь необходимо отметить, что для украинских предприятий целью разработки маркетинговой стратегии является не тип стратегий поведения организации на рынке, которые обеспечат ей конкурентные преимущества, а определение стратегии борьбы с негативным воздействием факторов макросреды, расчет затрат на адаптацию к изменениям макросреды и затраты на прогнозирование этих изменений (издержки риска). [6].

Так как лоббистская деятельность в Украине характеризуется не только высоким уровнем коррумпированности, но и почти повсеместным обеспечением интересов отдельных лиц, то можно сказать, что лоббирование стало технологией, сочетающей контакт с чиновниками, психологическое воздействие, PR-акции с маркетинговыми и финансовыми программами. При столь жестком влиянии макросреды на деятельность украинских предприятий руководство сталкивается с проблемой выживания на рынке и оптимизацией своих издержек. Для Украины также стоит проблема необходимости разработки маркетинговых стратегий для выхода предприятия на внешние рынки. Ведение удачной, эффективной деятельности без разработки правильной взвешенной маркетинговой стратегии в современных условиях невозможно.

#### Список литературы

1. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. — М. : Финпресс, 1998. — 414 с.
2. Прошкина Т. П. Маркетинг : учеб. пособие / Т. П. Прошкина. — Ростов н/Д : Феникс, 2008. — 314 с.
3. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : [пер. с франц] / Ж.-Ж. Ламбен. — СПб. : Наука, 1996. — 589 с.

4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль = Marketing management. Analysis, Planning, Implementation, and Control : [пер. с англ.] / Ф. Котлер. — 2-е рус. изд., испр. — СПб. [и др.] : Питер, 1999. — 896 с. — (Теория и практика менеджмента).

5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия = The New Corporate Strategy / И. Ансофф : [под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского ; пер. с англ. С. Жильцова]. — СПб. [и др.] : Питер, 1999. — 416 с.

6. Тимошенко И. В. Украинские предприятия перед выбором стратегии выживания / И. В. Тимошенко // Проблемы стабилизации и экономического развития. — Вестн. Харьк. ун-та. — Харьков : Харьк. гос. ун-т, 1998. — (№ 404'98). — С. 119–121.

### **Резюме**

У статті розглянуто актуальність маркетингових стратегій підприємств та особливості їх вибору в Україні. Завданнями статті є розгляд сучасних конкурентних стратегій, різних типів маркетингових стратегій та їх зв'язок між собою.

### **Summary**

The purpose of enterprise marketing strategies and peculiarity of their choice in Ukraine are presented in the article. The aims of the paper are to examine the modern competitive strategies, different types of marketing strategies and their interrelations.

УДК 658.15: 336.77

*Н. А. Густенко*

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

## **ВЫБОР ПРЕДПРИЯТИЕМ ФОРМ КРЕДИТОВАНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ**

**Ключевые слова:** кредит, виды, формы, выбор, сравнение, стоимость, классификация.

Сегодня трудно представить хозяйствующего субъекта, который осуществляет свою деятельность без привлечения кредитных ресурсов. Объективная потребность в капитале при хроническом

недостатке собственных оборотных средств вынуждает предпринимателей искать дополнительные источники финансирования.

В современных условиях наиболее распространенной формой кредитных отношений в экономике являются банковские кредиты. Именно банки чаще всего предоставляют ссуды хозяйствующим субъектам, которые временно нуждаются в финансовой помощи. Однако большое разнообразие видов и способов кредитования, предлагаемых современными банками, хотя и, бесспорно, расширяет возможности клиента, в том числе в получении кредита, в то же время усложняет задачу выбора предприятием оптимального кредитного продукта.

Научная постановка и разработка отдельных сторон поставленной проблемы нашла свое отражение в работах таких ученых-экономистов, как Б. Эдвардс [5], М. Боровская [1], И. Пешанская [2], М. Тоцкий [4] и др.

Однако, по мнению автора, для решения комплексной проблемы выбора предприятием оптимальной кредитной услуги необходим системный подход, что и предопределило выбор темы статьи и ее актуальность.

В экономической литературе выделяют следующие принципы банковского кредитования: возвратность, срочность, платность, обеспеченность, целевой характер использования [1]. Именно эти принципы лежат в основе классификации, согласно которой банковские кредиты делятся на такие категории в зависимости от механизма кредитования: срочный кредит, кредитная линия, овердрафт, факторинг, банковская гарантия, учет веселей, лизинг [2]. Кратко рассмотрим их содержание.

Срочный кредит представляет собой одноразовое целевое финансирование коммерческих соглашений, которое ограничено сроком, по истечении которого должно состояться погашение кредита и процентов.

Кредитная линия — целевое кредитование коммерческих соглашений субъектов хозяйственной деятельности с использованием суммы кредита частями в пределах установленного лимита и на протяжении периода времени, определенного кредитным договором. В течение срока кредитной линии ссуды предоставляются без дополнительных переговоров с банком и каких-либо оформлений.

Овердрафт – форма краткосрочного кредита, предоставляемого банком в виде возможности клиента израсходовать определенную сумму средств в пределах лимита, установленного в кредитном договоре, которая превышает остаток средств на его текущем счете.

Факторинг – краткосрочная торгово-комиссионная операция, которая объединяется с кредитованием оборотного капитала и связана с уступкой клиентом-поставщиком в пользу банка неуплаченных платежных требований за поставленные товары, услуги, выполненные работы.

Банковская гарантия представляет собой обязанность банка уплатить заранее установленную сумму в случае неисполнения клиентом основного обязательства.

Учет векселя – форма кредитования банком субъектов хозяйственной деятельности путем приобретения векселя до наступления срока платежа со скидкой (дисконтом) за денежные средства с целью получения прибыли от погашения векселя в полном объеме.

Лизинговый кредит – финансирование путем предоставления в долгосрочную аренду (лизинг) основных средств с правом (или без права) выкупа. По лизинговому соглашению банк финансирует куплю товаров с целью дальнейшей передачи их в лизинг.

На основании рассмотренных выше существенных отличий в способах кредитования автором разработана классификация видов кредита по определенным признакам, приведенная в таблице.

Как правило, целесообразность использования того или иного способа кредитования определяется целью, которую преследует предприятие. Однако в результате изучения проблемы выбора предприятием форм кредита было установлено, что важнейшим критерием выбора форм банковского кредитования является также стоимость банковской услуги. Так, обслуживание срочного кредита дешевле, чем обслуживание кредитной линии на размер комиссионных вознаграждений. В свою очередь, использование последних позволяет клиенту снизить расходы на обслуживание кредита за счет использования кредитных средств непосредственно в момент возникновения необходимости.

Процентные ставки по договору овердрафта на порядок выше,

по сравнению с целевыми и обеспеченными кредитами. Однако комиссионное вознаграждение за пользование кредитом уплачивается заемщиком только в том случае, когда кредит не погашается за банковский день и остается на ночь.

В то же время при выборе любой программы кредитования процентная ставка не является единственным параметром, влияющим на стоимость кредита. Для того чтобы определить реальную сумму, подлежащую выплате по кредитному договору, применяют понятие «полная стоимость кредита», которая как по форме, так и по содержанию адекватна введенной с 10 мая 2007 года эффективной процентной ставке, которую банки, согласно требованиям НБУ, обязаны сообщать клиентам. Однако это нововведение касается, к сожалению, лишь физических лиц, а вот как рассчитать полные расходы по кредиту для хозяйствующих субъектов, остается неясным.

Полная стоимость кредита — это выраженные в процентах от суммы кредита затраты клиента на получение и обслуживание кредита. Она включает в себя проценты за пользование кредитом, а также различные комиссии и другие издержки в соответствии с кредитным договором и тарифами банка [3]. Причем взысканные банком комиссионные платежи не подлежат возврату в случае досрочного аннулирования обязательства либо отзыва поручения клиента. Поэтому при оформлении кредитного договора необходимо уточнить перечень взимаемых комиссий.

Предмет залога также играет немаловажную роль при расчете стоимости кредита, поскольку процедура оформления залога потребует от потенциального заемщика дополнительных расходов. Наименее затратным в данном случае для предприятия будет оформление в качестве залога депозитного вклада в банке, в котором оно кредитруется.

Таким образом, выбор предприятием формы кредитования играет немаловажную роль при принятии решения о взятии кредита, так как от правильности решения зачастую зависит дальнейший успех бизнеса. При этом выбор конкретного способа покрытия дефицита денежных средств осуществляется в несколько этапов.

На первом этапе определяют сумму, срок и, главное, цели кредитования. Затем, изучив предложения различных банков,

Таблиця

## Сравнение и характеристика видов кредита

Вид кредитования	Отличительные признаки						источники погашения	момент погашения
	по сроку	по залогу	по сумме	целевое использование	использование	погашения		
Кредит	на фиксированный срок	не выдается без обеспечения	фиксированная сумма	обязательное условие	собственные средства	собственные средства	в обусловленный срок	
Кредитная линия	1-3 года	не является обязательным условием	в рамках лимита	обязательное условие	собственные средства	собственные средства	в обусловленный срок	
Овердрафт	на 3-6 месяцев	под будущий оборот	10-30% месячных поступлений	нет ограничений	собственные средства	собственные средства	автоматически при поступлении средств на р/с	
Факторинг	на срок фактической отсрочки платежа (до 6 месяцев)	в зависимости от вида	не ограничена и может расти по мере роста продаж	не требует	денежные средства, поступающие от покупателя	денежные средства, поступающие от покупателя	в день фактической оплаты дебитора за товар	
Банковская гарантия	до 2 лет	не требует	фиксированная сумма	предусмотрено природой договора	собственные средства	собственные средства	в обусловленный срок	
Учет векселей	до наступления срока платежа по векселям	не требует	номинальная стоимость за вычетом дисконта	не требует	денежные средства, поступающие от индоссата	денежные средства, поступающие от индоссата	в обусловленный срок	
Финансовый лизинг	до 15 лет (до 60% износа объекта)	обязательное условие	фиксированная сумма	обязательное условие	собственные средства	собственные средства	в обусловленный срок	

выбирают несколько альтернативных вариантов, целесообразность применения которых подтверждают расчеты стратегического характера.

Далее анализируются последствия использования каждой из альтернатив. Критерием выбора является финансовое состояние предприятия, вызванное использованием конкретного способа покрытия дефицита. Учет последствий использования каждой из имеющихся в наличии альтернатив позволит осуществить оптимальный выбор [4].

### Список литературы

1. Боровская М. А. Банковские услуги предприятиям [Электронный ресурс]: учеб.-метод. пособие / М. А. Боровская // Административно-управленческий портал. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m10/4.htm>. – Загл. с экрана.
2. Пещанская И. В. Краткосрочный кредит: теория, методология, практика [Электронный ресурс]. / И. В. Пещанская // Финансово-аналитический портал. – Режим доступа: <http://finanali.valuehost.ru/litra/credit>. – Загл. с экрана.
3. Полная стоимость кредита [Электронный ресурс] // Официальный сайт МДМ Банка. – Режим доступа: <http://www.mdmbank.ru/private/loans/stavka>. – Загл. с экрана.
4. Тоцкий М. Н. Оценка потребности в банковском кредите для финансирования текущих расходов в системе финансового менеджмента предприятия [Электронный ресурс] / М. Н. Тоцкий // Административно-управленческий портал. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/articles/finance>. – Загл. с экрана.
5. Эдвардс Б. Руководство по кредитному менеджменту [Электронный ресурс] / Б. Эдвардс // Профессиональная библиотека. – Режим доступа: <http://bibliotekar.ru/biznes-22/index.htm>. – Загл. с экрана.

### Резюме

У статті розглянуто та систематизовано існуючі форми банківського кредиту. Проаналізовано особливості кожної з цих форм. Запроваджено схему та зазначено основні критерії вибору ефективних форм кредитування.

### Summary

The available forms of bank loans are examined and systematized. The peculiarities of each of these forms are analyzed. The scheme and criteria for selecting effective loan forms are suggested.

---

УДК 330.526.33

*А. Г. Довгаль*

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

## **СТОИМОСТЬ БИЗНЕСА КАК ОСНОВА ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ: ПРАВОВОЙ И РЕГУЛЯТОРНЫЙ АСПЕКТЫ**

**Ключевые слова:** стоимость бизнеса, стоимость целостного имущественного комплекса, концепция управления стоимостью, рыночная стоимость компании.

Повышение стоимости предприятия и оптимизация его финансовых потоков становится актуальной проблемой современного корпоративного менеджмента. Ведь именно рыночная стоимость предприятия служит наилучшим доказательством эффективности управления и показателем инвестиционной привлекательности предприятия.

По мнению ряда исследователей [1–2], суть концепции управления стоимостью предприятия сводится к следующему: управление предприятием должно быть нацелено на обеспечение роста его рыночной стоимости, что позволяет получать денежный доход от перепродажи всех или части активов предприятия, либо неденежный доход, выражающийся в увеличении стоимости (ценности) принадлежащих предприятию чистых активов, а значит, и суммы его собственного капитала. Именно создаваемая стоимость активов в долгосрочной перспективе является наилучшим критерием оптимальности принимаемых управленческих решений.

Концепция управления предприятием, основанная на максимизации его стоимости, как показывает практика, является одной из самых эффективных, поскольку изменение стоимости предприятия за период, будучи критерием эффективности хозяйственной деятельности, учитывает практически всю информацию, связанную с его функционированием [3]. Принимая то или иное управленческое решение, руководство предприятия должно

соотносить последствия его влияния на деятельность предприятия, итоговым критерием которой является изменение стоимости активов.

Вместе с тем определение стоимости предприятия как сфера научных исследований и направление практической деятельности в Украине только зарождается. Оценочная деятельность пока только развивается преимущественно как предложение услуг по оценке стоимости имущества и имущественных прав в случаях обязательного проведения оценки в соответствии с Законом Украины «Об оценке имущества, имущественных прав и профессиональной оценочной деятельности в Украине» от 12.07.2001 г. № 2658 III [4]. Это связано со сложностью самого процесса оценки стоимости предприятия, что требует значительно большего объема информации, чем при проведении аудита компании. Максимально корректной оценка может быть только тогда, когда составлена полная картина ведения бизнеса. В этом случае отечественные компании склоняются к поиску «доверенного» профессионального оценщика или начинают самостоятельно искать пути самооценки. В ходе оценки точность полученных результатов может быть относительно невысокой. Как утверждают эксперты-практики, нормой является расхождение в заключениях экспертов при определении стоимости компании на 20–40% [5]. Это связано с применением различных подходов к прогнозированию влияния факторов на стоимость компании (возможностей увеличения объемов продажи товаров, расширения рынков сбыта и т. п.) и оценкой рынка, на котором работает компания.

Кроме того, сложность проведения оценки часто связана с отсутствием понимания значимости и нежеланием предоставить необходимые данные оценки со стороны руководителей компании. Именно дефицитом информации об объекте оценки наряду с неразвитостью рынка ценных бумаг, по нашему мнению, и обусловлено недостаточно широкое распространение оценки бизнеса как вида деятельности.

Для рассмотрения роли управления стоимостью компании в принятии управленческих решений необходимо уточнение трактовки концепции стоимости предприятия в украинском законодательстве, лежащей в основе подходов к определению

стоимости предприятия и их внедрению в практическую деятельность. Именно это является целью данной работы.

Анализ требований законодательства Украины и нормативно-правовых актов Кабинета Министров позволил установить определение понятий стоимости, в том числе понятия рыночной стоимости, стоимости предприятия, принципов оценки, методических подходов и особенностей проведения оценки объекта в форме целостного имущественного комплекса в соответствии с Законом Украины «Об оценке имущества, имущественных прав и профессиональной оценочной деятельности в Украине» от 12.07.2001 г. № 2658-III. Согласно Ст. 3 данного Закона, под «имуществом, которое может оцениваться, понимаются объекты в материальной форме, здания и сооружения, машины, оборудование, транспортные средства; паи, ценные бумаги; нематериальные активы, в том числе объекты права интеллектуальной собственности; целостные имущественные комплексы всех форм собственности» [4]. Вышеуказанным Законом Украины и постановлением Кабинета Министров «Об утверждении Методики оценки стоимости имущества» от 10.12.2003 г. № 1891 оценка определена как «процесс определения стоимости имущества и имущественных прав на дату оценки по процедуре, установленной нормативно-правовыми актами» [6]. Оценка проводится с применением базы, отвечающей рыночной стоимости или нерыночным видам стоимости. При этом рыночная стоимость определяется как «стоимость, за которую возможно отчуждение объекта оценки на рынке подобного имущества на дату оценки по соглашению, заключенному между покупателем и продавцом после проведения соответствующего мониторинга при условии, что каждая из сторон действовала со знанием дела, взвешенно и без принуждения» [6].

Согласно данной Методике, проводится оценка стоимости государственных корпоративных прав и активов хозяйственных обществ, в уставном фонде которых имеются государственные корпоративные права. Объектами оценки могут быть «государственные корпоративные права, собственный капитал хозяйственного общества, целостные имущественные комплексы, входящие в состав хозяйственного общества, в котором имеются государственная доля или индивидуально определенные активы

такого общества» [6]. Методикой вводится понятие «стоимость бизнеса», которая определяется как «стоимость действующего предприятия или стоимость 100 процентов интереса в бизнесе». Стоимость действующего предприятия (целостного имущественного комплекса) определяется как «стоимость предприятия, которая формируется благодаря функционированию его как действующего и единого целого и является суммой капитализированных доходов от его деятельности, увеличенной на стоимость избыточных активов предприятия, определенную исходя из наилучшего альтернативного варианта использования этих активов, в том числе их ликвидации» [6]. Одновременно применяется бухгалтерский подход к определению рыночной стоимости предприятия как «совокупной переоцененной стоимости активов, которые используются предприятием запланированным способом с целью получения текущего финансового результата, увеличенной на переоцененную стоимость избыточных активов, оцениваемых исходя из наилучшего варианта их альтернативного использования, включая стоимость ликвидации и уменьшенной на сумму обязательств» [6]. При этом переоцененную стоимость активов следует понимать как «стоимость, по которой активы отражаются в передаточном балансе предприятия, составленном на дату оценки, в том числе активы, подлежащие переоценке на принципах независимой оценки согласно порядку и в случаях, предусмотренных Методикой оценки стоимости имущества, а также соответствующими положениями (стандартами) бухгалтерского учета» [6].

Отметим также, что понятия «предприятие» и «целостный имущественный комплекс» используются в документе [6] как синонимы, что не противоречит национальному стандарту оценки, согласно которому целостными имущественными комплексами являются предприятия, а также их структурные подразделения (цеха, производства, участки и т. п.), которые могут быть выделены в установленном порядке в самостоятельные объекты с дальнейшим составлением соответствующего баланса и зарегистрированы как самостоятельные субъекты хозяйственной деятельности.

В условиях недостаточного развития национального рынка оценочных услуг целесообразно проанализировать и обобщить опыт развитых стран в этой сфере. Так, Комитетом по оценке

бизнеса Американской организации оценщиков (American Society of Appraisers (ASA)) для поддержки и повышения качества оценивания бизнеса, начиная с 1992 г. на начало 2003 г., приняты восемь стандартов оценки бизнеса, которые используются совместно со стандартами профессиональной оценочной практики, принципами практики оценивания и кодексом этики ASA [7]. В соответствии со стандартом BVS1, оценка бизнеса – это процесс определения стоимости предприятия или доли собственности. В указанных стандартах бизнес-предприятие (или бизнес) определяется как коммерческая, промышленная, инвестиционная организация или организация сферы услуг, осуществляющая экономическую деятельность. Согласно данным стандартам, применяются следующие концепции стоимости бизнеса:

- справедливая рыночная стоимость (Fair Market Value) определяется как цена, выраженная в денежном эквиваленте, по которой собственность могла бы перейти из рук потенциального продавца в руки потенциального покупателя, которые оперируют на достаточном расстоянии друг от друга на открытом неограниченном рынке при отсутствии принуждения, когда обе стороны в равной степени осведомлены по фактам, касающимся дела;

- ликвидационная стоимость (Forced Liquidation Value) – цена, по которой активы реализуются наиболее быстро, например, на аукционе;

- внутренняя стоимость (Intrinsic Value) – стоимость, которая по допущению инвестора по данным оценки или имеющихся фактов может быть «реальной» или «справедливой» и которая станет рыночной стоимостью при условии получения другими инвесторами такого же заключения;

- инвестиционная стоимость (Investment Value) – стоимость для конкретного инвестора, которая базируется на индивидуальных инвестиционных требованиях и ожиданиях;

- чистая балансовая стоимость (Net Book Value) – по отношению к бизнес-предприятию рассматривается как разница между активами и обязательствами предприятия [7].

В целом выбор концепции (метода) оценки бизнеса, на наш взгляд, должен непосредственно определяться ее целями. С целью управления стоимостью компании может использоваться несколько методов оценки, и, соответственно, несколько показателей

стоимости. Эти показатели не подлежат интегрированию, они анализируются отдельно, сопоставляются и служат для принятия различных управленческих решений. Рыночная же стоимость предприятия находится в пределах между максимальной по величине оценкой и минимальной из них.

Таким образом, можно сделать вывод, что для того чтобы повысить эффективность бизнеса, необходимо уметь управлять стоимостью предприятия, но для этого, прежде всего, нужно научиться определять эту стоимость. Для украинского корпоративного менеджмента проведение оценки стоимости бизнеса, как подготовительного этапа к управлению стоимостью, должно стать приоритетной задачей на ближайшие годы, что позволит вывести на более высокий уровень эффективность управления отечественными компаниями.

#### Список литературы

1. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин ; пер. с англ. — М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. — 576 с.
2. Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики / под ред. Г. Б. Клейнера. — М. : Наука, 2002. — 448 с.
3. Бандурин А. В. Проблемы оперативного управления активами корпораций / А. В. Бандурин, С. И. Басалай, И. А. Ли ; под ред. В. В. Бандурина. — М. : ТДДС Столица-8, 1999. — 162 с.
4. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні : Закон України від 12 лип. 2001 р. № 2658-III / [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2658-14>.
5. Сивец С. Оценка собственности в Украине в переходный период / [Электронный ресурс] / С. Сивец, Л. Баширова. — Режим доступа : <http://www.binfo.zp.ua/articles/02.shtml>.
6. Про затвердження Методики оцінки майна : Постанова Кабінету Міністрів України від 10 груд. 2003 р. № 1891 / [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1891-2003-%EF>.
7. Gopinath C. The relevance of strategy research: practitioner and academic viewpoints / C. Gopinath, R. C. Hoffman. — J. Manag. Stud., 1995. — 32, № 5. — P. 575—594.

**Резюме**

У роботі розглянуто трактовку концепції вартості підприємства в українському законодавстві, яка є основою підходів до визначення вартості підприємства та їх впровадження в практичну діяльність. Запропоновано використання різних методів оцінки бізнесу залежно від її цілей.

**Summary**

The article deals with the interpretation of the business value conception in Ukrainian law, which is the basis of the business value evaluation approaches, and their implementation. The usage of different evaluation methods depending on its purpose is offered.

УДК 331.101.3

*Е. Ю. Егорова*

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

**ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ  
СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ  
НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**Ключевые слова:** мотивация, мотив, мотивационные системы, стимул, стимулирование, эффективность, организация труда, потребности, потенциал, механизмы организации деятельности.

Современный уровень производства не может развиваться без эффективных мотивационных систем персонала, которые должны постоянно совершенствоваться под влиянием экономических и политических условий. Формирование и сохранение персонала, обладающего высоким профессиональным и творческим потенциалом, возможно лишь в том случае, если система оплаты и стимулирования обеспечивает организации конкурентные преимущества на рынке труда. В современной научной литературе довольно полно освещается вопрос мотивации и стимулирования труда на предприятиях и в организациях. Работы А. Березацкой, И. Варданян, А. Войко, Н. Подольчак, А. Перетяцько, А. Темницького, М. Тимофеева, К. Трембач, В. Фридли и других ученых

позволяют получить целостное представление о взглядах экономистов на проблему. Практически все ученые считают, что методы, механизмы и модели стимулирования персонала – это сложные системы влияния руководства организации (предприятия) на работников. Однако несмотря на длительность периода изучения данного вопроса, все еще наблюдаются разногласия во взглядах и оценках исследователей на приоритетные пути внедрения эффективных форм мотивации труда.

*Целью данной статьи* является рассмотрение сути процессов мотивации и стимулирования трудовой деятельности, определение их структуры и основных характеристик, а также путей формирования механизмов организации деятельности трудовых коллективов с использованием обобщенной системы стимулирования.

Успех предприятия зависит от многих факторов. Можно четко сформулировать цель бизнеса и подробно прописать процедуры ее достижения, но превратить планы в реальные результаты смогут только надлежащим образом мотивированные сотрудники. В узком понимании *мотивацию* определяют как совокупность движущих сил, которые побуждают человека к выполнению определенных действий [6, с. 29]. Наряду с понятием «мотивация» используются понятия «*мотивирование*», которое определяется как процесс воздействия на человека, направленный на совершение им определенных акций, путем пробуждения в нем определенных мотивов, и «*стимул*» (от лат. слова «stimulus» – острая палка, которой подгоняли животных). Стимулы также рассматривают как инструменты, которые вызывают действие определенных мотивов. В трудовой психологии мотивацию персонала принято подразделять на две большие группы – *материальную мотивацию*, к которой относят зарплату и денежные премии, и *нематериальную* – внешние стимулы немонетарной природы, которыми организация может управлять в целях поощрения эффективного труда работников. Инструментом согласования бизнес-цели предприятия и стремлений сотрудников выступает система материального стимулирования. По мнению автора, система мотивации, в идеале, должна включать в себя как поддерживающие, так и мотивирующие факторы. *Поддерживающие факторы* – это деньги, условия работы, обеспеченность

качественным оборудованием, безопасностью и надежностью. Непосредственно *мотивирующие факторы* – удовлетворение высших потребностей по Маслоу – признание, рост, достижения, ответственность, полномочия и т. д. Если для стимулирования использовать только поддерживающие факторы, со временем работник потеряет стимул к развитию, правда, при этом он будет в достаточно высокой степени удовлетворен работой. Если же применять только мотивирующие факторы, складывается следующая ситуация: сотрудник любит работу, но не может себе ее позволить, потому что нет фактора надежности, не выполнено материальное условие. Когда отсутствуют обе группы факторов, работа становится просто невыносимой. Чтобы обеспечить дальнейший рост и благополучие организации в зависимости от стадии ее развития, необходимо поддерживать динамическое равновесие между упомянутыми группами факторов [1, с. 87].

Повысить мотивацию трудовой деятельности может *система оценки* труда, действующая в организации. Она позволит скорректировать производственное поведение сотрудников и получить основания для их материального поощрения. Критерии оценки работы персонала призваны оценить вклад работника в достижение целей организации, что дает возможность руководству принимать верные административные решения. С нашей точки зрения, самый значимый ее момент – это зарплата, и в компаниях, где она ниже среднерыночной, не соответствует прожиточному минимуму, никакая система мотивации не даст долгосрочного эффекта. Следует отметить фактор *справедливости в оплате труда*, который может быть рассмотрен и как ценностная ориентация, и как важный элемент производственной ситуации и корпоративной культуры, и как самостоятельный фактор мотивации труда наемных работников [5, с. 82]. При таком подходе возможно выдвигание следующей гипотезы: чем выше ощущение справедливости оплаты труда, тем выше и уровень удовлетворенности различными сторонами труда и, прежде всего, размером заработка, работой на предприятии в целом. У работников, справедливо оплачиваемых, будут выше и показатели трудовой отдачи, интереса к работе [5, с. 86].

Среди факторов, влияющих на работу персонала, эффективными могут считаться долгосрочные *нематериальные* и социаль-

ные стимулы [4, с. 122]. В современном бизнесе при прочих равных выигрывает тот, кто лучше заботится о своих подчиненных. Поэтому компании, которые не намерены вводить и совершенствовать систему нематериальной мотивации, обречены на вечную текучку [1, с. 89]. Умело используя нематериальные стимулы, работодатель может с минимальными для себя затратами добиться энтузиазма в работе персонала.

В последнее время очень многие руководители обеспокоены ростом текучести кадров. Как объяснить такую ситуацию? Ведь в рамках того же образовательного уровня, того же опыта работы, навыков, умений, то есть своего уровня компетентности, со сменой места работы человек вряд ли может рассчитывать на ощутимое повышение зарплаты. Но при выборе новой работы человек руководствуется не только перспективой получения большей заработной платы. Увольняющиеся, как правило, называют несколько основных причин, провоцирующих их на такой шаг. Среди них – отсутствие перспективы роста, плохие условия труда, неинтересная работа, неудобное месторасположение фирмы. Частые увольнения сотрудников – повод для руководителя задуматься. С такой проблемой сталкиваются как небольшие организации, так и преуспевающие компании. Несмотря на остроту проблемы, специально разработанные программы сохранения персонала пока редкость, хотя многие причины текучести можно устранить или снизить их влияние, сравнив свои условия труда, систему и уровень его оплаты, а также другие значимые показатели с аналогичными параметрами других компаний. И на основании проведенного анализа разработать меры по устранению выявленных отрицательных моментов. Так, например, поступают в ООО «GRAFFITplus», специализирующемся на шелкотрафаретной печати по текстилю. Специально для него автором была предложена система материальной и нематериальной мотивации. Персонал предприятия – это не только руководители, начальники отделов, работники бухгалтерии, секретари, но и работники производства, охранники, обслуживающий персонал. Ими чаще работают люди в возрасте: бывшие сотрудники бюджетных организаций, реже – студенты. Кроме стабильной зарплаты (обычно она относительно невысокая), для этой части персонала необходимы хорошая организация и гибкий график труда,

а также — уважительное отношение. Тогда их мотивирует чувство сопричастности, благодарность руководства и коллектива. Все работники заинтересованы в получении не только чистого оклада, но и бонусов или премий. В этом случае задействован как материальный аспект мотивации, так и «публичный» — работодатель признает заслуги сотрудника в конкретном направлении его деятельности. Каждого человека побуждает к труду не один, а несколько мотивов, которые в совокупности составляют *мотивацию*. Иерархия мотивов у каждого своя. Это учитывается в организации при выборе способов поощрения. Обезличенного механизма мотивации, работающего как часы, для персонала любой компании нет и быть не может. Так, например, один работник будет благодарен руководству за дополнительные отпускные дни, а другой воспримет такую награду как ссылку. Поэтому разрабатываются методы мотивации именно для конкретной компании и для конкретного этапа развития. К вопросу мотивации здесь стараются подходить как можно менее формально. Выбираются три предположительных мотиватора для каждого члена команды, затем менеджер просит всех назвать наиболее предпочтительные для себя стимулы. Так можно определить не только, какие средства стоит испробовать в качестве мотиваторов, но и хорошо ли менеджер знает свой коллектив.

Мощным стимулом для работы в указанной фирме является *корпоративная культура*. Особенности корпоративной культуры часто определяют сферу деятельности. Одним из ее элементов является отношение к новым работникам, адаптация новичков. Работник должен осознавать свою значимость для компании и причастность к ней. Чувство причастности — один из наиболее важных мотивов в иерархии.

Таким образом, автором были сформированы следующие принципы создания мотивации работников:

1. При условии применения на практике возможных теорий значительно повысится фактор трудовой мотивации, способствующий улучшению общей удовлетворенностью работой на предприятии и его отдельными сторонами, прежде всего, размером заработка. Мотивация и стимулирование труда могут быть использованы как весомый инструмент формирования корпоративной культуры предприятия.

2. Важным элементом в построении эффективных стратегий управления персоналом на современных украинских предприятиях является научно обоснованная система стимулирования труда, которая делает рабочие места той или иной организации привлекательными для потенциальных и реальных работников, а также влияет на качественный и количественный состав спроса на рабочую силу.

3. Для того чтобы мотивационная система была эффективной, она должна сочетать в себе элементы материальной и нематериальной мотивации. Первоначальными для работника выступают поддерживающие факторы, такие как своевременная и достойная заработная плата, безопасные условия труда, качественное оборудование. Однако на дальнейших этапах деятельности свою главную роль приобретают мотивирующие факторы (признание, карьерный рост, осознание причастности и справедливости, благоприятный внутренний климат в коллективе и т. д.). Только сочетание этих двух групп факторов даст возможность работникам реализовать себя, а предприятию избавиться от текучести кадров.

#### Список литературы

1. Березецкая А. Кнут, пряник или повышение по службе? Проблема нематериальной мотивации персонала / А. Березецкая // Справ. кадровика. – 2004. – № 9. – С. 84–89.

2. Войко А. В. Разработка системы материального стимулирования персонала / А. В. Войко // Упр. финансами предприятия. – 2007. – № 1. – С. 30–37.

3. Кунц Алексис Х. Влияние внешних систем стимулирования на внутреннюю мотивацию / Алексис Х. Кунц // Пробл. теории и практики упр. предприятием. – 2005. – № 1. – С. 91–97.

4. Норберт Том. Мотивация и закрепление перспективных кадров предприятием / Том Норберт, Вера Фридли // Пробл. теории и практики упр. предприятием. – 2004. – № 4. – С. 119–122.

5. Темницкий А. Л. Справедливость в оплате труда как ценностная ориентация и фактор трудовой мотивации / А. Л. Темницкий // Социал. исслед. – 2005. – № 5. – С. 81–88.

6. Трембач К. О. Структурні елементи мотивації, їх взаємозв'язок / К. О. Трембач // Економіка розвитку. – 2005. – № 2: Спецвип. – С. 29–31. – Бібліогр.: с. 31 (8 назв.)

**Резюме**

У статті розглянуто процеси мотивування та стимулювання трудової діяльності, визначено їх структуру та основні характеристики, а також шляхи формування механізмів організації діяльності трудових колективів з використанням загальної системи стимулювання. Автором сформовано та запропоновано принципи створення системи мотивування робітників.

**Summary**

The article considers the processes of staff motivation and stimulation, their structure and main characteristics, as well as ways of forming the mechanisms of organizing personnel activity using general system of stimulation. The principles of creating motivation system are formed and proposed.

УДК 234.012.63/.64:004

*В. Е. Жуков*

*Научный руководитель канд. экон. наук Г. В. Довгаль*

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРАММЫ «F-DOM LOGISTIC» ДЛЯ СНИЖЕНИЯ ИЗДЕРЖЕК ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА**

**Ключевые слова:** информационные технологии, программное обеспечение, экономическая эффективность, логистика, управление продажами, анализ деятельности фирмы, Интернет, инновации, издержки предприятия.

Независимо от сферы деятельности проблема снижения издержек является актуальной для любой фирмы, и ей уделяется достаточно много внимания. Эта проблема особенно актуальна сейчас, во время экономического кризиса. Общеизвестно, что чем меньше издержек несет предприятие, тем ниже себестоимость производимой продукции, а, соответственно, ниже цена продаваемых товаров или предоставляемых услуг. Низкая цена дает конкурентное преимущество, что очень важно для любого предприятия, стремящегося занять определенную нишу на рынке. Однако внедрение систем по сокращению издержек зачастую является достаточно дорогостоящим делом, и поэтому сегодня наиболее эффективными системами и программными продуктами,

позволяющими сократить издержки предприятия, в состоянии пользоваться только крупные фирмы. Такая ситуация существенно затрудняет положение мелкого и среднего бизнеса, а также порой может служить барьером для входа небольших фирм на новые для них сегменты рынка, доля крупных компаний на которых весьма велика. При этом следует сказать, что чем ниже конкуренция в отрасли, тем сильнее страдает потребитель, а также меньше стимулов у предприятий для развития новых технологий и внедрения инноваций.

Целью данной статьи является анализ эффективности внедрения авторского программного продукта «*F-DOM Logistic*» на малых и средних предприятиях.

Вопрос актуальности создания программных продуктов, позволяющих руководителям своевременно отслеживать деятельность предприятий, стоит достаточно остро на сегодняшний день. Нуралиев Борис Георгиевич, директор ЗАО «1С» и создатель программы «1С: Бухгалтерия» в одном из своих интервью пишет: «Для директора важно в любом месте в любой момент видеть, что происходит с бизнесом» [1].

Программный продукт «*F-DOM Logistic*» позволяет руководителю предприятия реализовать эту потребность, отследить результаты деятельности предприятия, находясь в любом месте, где есть доступ в Интернет. Программа предназначена для контроля и анализа торговой деятельности предприятия, а также прогнозирования основных показателей его деятельности на основании полученных данных.

Результаты анализа программа предоставляет в текстовом, графическом или табличном вариантах, включая и их совмещенный вариант, что дает возможность владельцу фирмы легко сформировать наглядный отчет деятельности предприятия за любой выбранный период. Также стоит отметить, что программа реализована по модульному принципу, что позволяет очень быстро добавлять новые функции и возможности, которые будут облегчать расчеты и анализ деятельности фирмы для предпринимателей.

На данный момент существует достаточно много продуктов, таких как 1С: Предприятие, БЕСТ-маркетинг, ФОЛИО-Win-Склад, Маркетинг-аналитик и т. д., посвященных анализу и прогнозированию экономической деятельности предприятий. Однако для

большинства программ характерны недостатки, снижающие экономическую эффективность от их внедрения, такие как:

- высокая стоимость данных программных продуктов;
- большинство продуктов очень сложные и требуют затрат на освоение;
- обычно использование таких программных продуктов требует больших капиталовложений, а зачастую и проведение реорганизации на предприятии.

В программе «*F-DOM Logistic*» были учтены многие недостатки существующих ныне программ, и в итоге она является наиболее оптимальным решением для предпринимателя:

- базовая версия программы «*F-DOM Logistic*» является бесплатной;
- программа очень проста в эксплуатации и реализована при помощи web-интерфейса, предпринимателям не потребуются дополнительные вложения на внедрение программы в эксплуатацию;
- программа «*F-DOM Logistic*» не требует от предпринимателя установки дополнительного оборудования или дорогостоящего лицензионного ПО;
- данный программный продукт не имеет никаких особых требований к пользованию или специальных навыков для работы с ним, что существенно сокращает затраты на освоение программного продукта.

Конечно, программа «*F-DOM Logistic*» проигрывает дорогостоящим конкурентным программным продуктам по сложности и возможностям анализа финансово-экономической деятельности предприятия, но она создавалась специально для мелкого и среднего бизнеса, где не требуется делать больших расчетов и долгосрочных проектов.

К тому же программа «*F-DOM Logistic*» имеет ряд существенных уникальных отличий от своих аналогов, таких как наличие теоретического модуля для упрощения работы людей, которые мало знакомы с экономическими терминами, использование запатентованной автором технологии регистрации поддоменных имен на национальных языках в неанглоязычных странах и т. д. Это придает ей уникальные характеристики и делает ее конкурентоспособной на рынке программного обеспечения.

На данный момент готова бета-версия программы «*F-DOM Logistic*», она проходит испытание на нескольких малых предприятиях. Предварительные отзывы о программе весьма положительные. Предприятия, взявшие на вооружение данную программу, отказались от услуг аутсорсинга и отметили, что программа целиком удовлетворяет их потребность в данных, на основе которых можно планировать дальнейшую деятельность предприятия.

Предлагаемый программный продукт распространяется бесплатно, а для его использования необходим всего один компьютер, в том числе домашний *ПК* хозяина фирмы или лица, ответственного за продажи. Продавцы для внесения информации о продаже товаров за день могут использовать любой мобильный телефон с поддержкой *war*-технологии (начиная с 2005 г. эта технология присутствует в 95% всех новых телефонов) и хорошим тарифом на пользование услугой «*war*-интернет».

Существует два типа информационных систем: локальные и интегрированные (малые, средние и крупные) [2]. Проект «*F-DOM Logistic*» относится к локальной ИС, поскольку он предназначен для учета двух направлений деятельности предприятия: сбыт и поставки и финансовая деятельность. Конечно, экономическая эффективность от внедрения локальных систем не настолько велика, как от интегрированных ИС *CRM* или *ERP* [3], но на малых и средних предприятиях дорогостоящие системы не нужны, потому как капиталовложения в их внедрение и освоение никогда не окупятся.

Естественно, в таком случае возникает вопрос стоимости внедрения и эксплуатации локальной системы «*F-DOM Logistic*». Определить данные показатели нам позволяет наиболее популярная теория совокупной стоимости владения (*CCV*) информационной системой. Она была предложена *Gartner Group*, ныне известной как *Gartner Inc* [4].

Данная модель разделяет стоимость внедрения информационной системы на такие составляющие, как капитальные вложения, которые являются всего лишь пятой частью совокупной стоимости владения информационной системы. Почти половина *CCV* – это затраты на обеспечение работы пользователя, а такие элементы, как управление системой и техническая поддержка

и обновление, составляют в сумме треть от стоимости владения информационной системой.

Затраты на обеспечение работы пользователя, в свою очередь, можно разделить на такие составляющие: прямая помощь и дополнительные настройки, неформальное и формальное обучение, работа с данными и затраты, связанные с последствиями некомпетентных действий пользователя, которые составляют 30% расходов на обеспечение работы пользователя.

Благодаря модели Gartner Group мы можем увидеть как «видимые», так и «невидимые» затраты на внедрение и освоение программы, причем «видимые» затраты (стоимость программы, непосредственная стоимость ее использования, заработная плата сотрудникам и т. д.) составляют не более 20% от общей стоимости владения информационной системой.

Рассмотрим данную теорию применительно к проекту «*F-DOM Logistic*». Капитальные инвестиции во внедрение данной информационной системы на предприятии (непосредственная установка) равны нулю, поскольку базовая версия продукта является бесплатной. Однако остальные затраты все же присутствуют, рассмотрим их подробно.

Управление системой осуществляется руководителем предприятия или лицом, ответственным за продажи, таким образом, не требуется дополнительно нанимать сотрудников. Затраты на управление можно измерить лишь временем, которое тратит руководитель, однако оно гораздо меньше, чем затраты на работу с информацией до внедрения программы. Единственные расходы – это затраты на начальное заполнение базы данных товаров. Расчеты показывают, что на добавление одной товарной позиции в программу уходит не более одной минуты. Получается, что на добавление данных в программу администратору необходимо будет потратить до 9 часов. Фактически, работнику понадобится один полный трудовой день или два неполных дня, чтобы ввести программу в эксплуатацию и наполнить ее начальными данными. Средняя оплата за подобную работу составляет 25 грн в час, т. е. получаем затраты на освоение программы в размере чуть более 210 грн.

Техническая поддержка и обновление в большинстве своем выполняются без участия сотрудников предприятия, поскольку

проект представлен как сайт в Интернете, и любые изменения и обновления автоматически вступают в силу для всех пользователей.

Рассмотрим расходы, связанные с деятельностью пользователя: наиболее весомый показатель (затраты, связанные с последствиями некомпетентных действий пользователя) практически полностью нивелируется за счет большого теоретического модуля программы. Практически по любому действию пользователя в программе существует вспомогательная подсказка, что позволяет пользователю быстро освоить программу и улучшить свои знания в экономике. Благодаря этому также проводится формальное и неформальное обучение пользователей, т. к. по мере увеличения возможностей программы растет информационная база знаний программы, соответственно, не требуется дополнительно оплачивать повышение квалификации пользователей, они получают новые знания и навыки непосредственно в процессе использования проекта. Разработка приложений, так же как и техническое обновление, проводится без участия пользователя и не требует от него никаких капиталовложений.

Работа с данными является единственным элементом, требующим затрат, а именно обновления информации на торговых точках. Эмпирическим путем в процессе тестовой эксплуатации программы определено, что затраты на использование *вар-интернет* на мобильных телефонах работников торговых точек составят от 25 до 50 грн в месяц. Это немного, если учесть, что тогда не требуется ставить на торговой точке ПК с лицензионным программным обеспечением, риском его поломки и потери данных.

Таким образом, максимальная суммарная стоимость владения информационной системой «*F-DOM Logistic*» составляет 300 грн первоначальных инвестиций и 50 грн в месяц текущих расходов. Затраты на аутсорсинг на предприятиях, тестирующих программу, составляли от 500 до 800 грн в месяц, таким образом, срок окупаемости инновации составляет менее месяца. Общий экономический эффект от внедрения программы за год составит от 5000 грн в год.

Как вывод, можно сказать, что по статистике до 80% рабочего времени руководителя уходит на работу с информацией. Внедрение локальных информационных систем на предприятии

позволяет нам не только сократить время на обработку и анализ информации, но и значительно снизить наши текущие издержки, тем самым повысив конкурентные позиции предприятия на рынке.

### Список литературы

1. Занимательная бухгалтерия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.business-magazine.ru/markets/it\\_n/pub219840/](http://www.business-magazine.ru/markets/it_n/pub219840/).
2. Орлов А. Г. Записки автоматизатора. Профессиональная исповедь / А. Г. Орлов. – Б. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 208с.
3. Экономическая информатика: введение в экономический анализ информационных систем : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 958 с.
4. Методы оценки эффективности ИТ на этапе эксплуатации / [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.spellabs.ru/download/it-efficiency.pdf>.

### Резюме

У статті розкривається актуальність та економічна ефективність впровадження нового програмного забезпечення на підприємствах малого та середнього бізнесу на прикладі програми «F-DOM Logistic». Проаналізовано основні недоліки та переваги запропонованої програми, проведено її порівняння з іншими існуючими продуктами, зроблено висновок.

### Summary

This article reveals the relevance and economic efficiency of introducing software at enterprises of small and middle-sized business by the example of «F-DOM Logistic» software. Main advantages and disadvantages of this software as compared to its competitors are analyzed. The conclusions about cost-effectiveness of introducing the «F-DOM Logistic» software are drawn.

*Т. Д. Калуцкая*

*Научный руководитель канд. экон. наук Г. В. Довгаль*

## **ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРПОРАЦИЙ, ЗАНЯТЫХ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

**Ключевые слова:** корпорация, управление корпорацией, принципы корпоративного управления, многопрофильное предприятие, полиграфическое производство.

Практика ведения хозяйственной деятельности корпораций рассмотрена и изучена многими учеными Украины и зарубежных стран. Структуру современной рыночной экономики составляют крупные предприятия и, как свидетельствует международная практика хозяйствования, большой бизнес уже больше столетия строится преимущественно на корпоративной основе. В связи с этим проводятся различные исследования в сфере корпоративного управления. Среди отечественных исследователей этой проблемы – ученых и специалистов-практиков – можно выделить труды В. Л. Иноземцева [5], Л. И. Федуловой [8], И. Спасибо-Фатеевой [6]; среди зарубежных – М. Хаммера [9], Б. А. Райзберга [7] и др. Все они дают разные варианты толкования понятия «корпорация».

В современном экономическом словаре под корпорацией (от лат. *corporatio* – объединение) понимается совокупность лиц, объединившихся для достижения общих целей, осуществления совместной деятельности и образующих самостоятельный субъект права – юридическое лицо [7].

В. Л. Иноземцев рассматривает корпорацию в условиях формирования постиндустриального общества как «...общность, которая пронизана элементами творчества и воспроизводит их в расширенном масштабе» [5].

Хозяйственный кодекс Украины дает такое определение: «Корпорацией признается договорное объединение, созданное

на основе объединения производственных, научных и коммерческих интересов объединившихся предприятий с делегированием ими отдельных полномочий централизованного регулирования деятельности каждого из участников органам управления корпорации» [1].

Деятельность предприятия направляют и координируют с помощью корпоративного управления, сущностью которого является система отношений между инвесторами-вкладчиками общества, его менеджерами, а также заинтересованными лицами для обеспечения эффективной деятельности фирмы, равновесия влияния и баланса интересов участников корпоративных отношений.

Эффективное корпоративное управление должно обеспечивать конкурентоспособность предприятия на рынке, гарантировать защиту прав акционеров, ограничивать возможности злоупотреблений со стороны менеджеров, содействовать развитию фирмы и привлечению инвестиций. С этой целью в 1999 г. Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), которая объединяет 30 стран, разделяющих принципы рыночной экономики, были сформулированы принципы корпоративного управления:

- защита прав собственников (акционеров);
  - одинаковое отношение ко всем акционерам (в т. ч. мелким и иностранным);
  - определение законных прав всех заинтересованных лиц и поощрение активного сотрудничества между компанией и заинтересованными лицами в создании благ, рабочих мест и обеспечении финансовой стабильности предприятия;
  - своевременное и точное раскрытие существенной информации по всем важным вопросам, касающимся акционерного общества, включая его финансовое состояние, продуктивность, собственность и управление;
  - эффективный контроль – наблюдение за деятельностью правления (исполнительных директоров) со стороны наблюдательного совета, обеспечение им стратегического руководства компанией, а также его ответственность перед фирмой и акционерами.
- Принципы корпоративного управления имеют рекомендационный характер и рассчитаны на добровольное применение.

Их содержание впоследствии может изменяться и совершенствоваться корпорациями с учетом развития законодательства про акционерные общества. Основным законом, который закрепил статус хозяйственных обществ как корпоративных субъектов предпринимательской деятельности, является Закон Украины «О хозяйственных обществах» от 19.09.1991 г. [4]. Он состоит из 83 статей, в которых рассматриваются вопросы создания, функционирования и прекращения деятельности хозяйственных обществ.

Кроме этого, в 1991 году был принят ряд других законов в отрасли правового регулирования предпринимательской деятельности: Закон Украины «О предприятиях в Украине» [2], Закон Украины «О собственности» [3], Закон Украины «О предпринимательстве» [2]. В этих нормативных актах впервые были определены участники рыночных отношений – предприятия различной организационно-правовой формы, в частности, корпорации.

Однако несмотря на наличие законов, регулирующих деятельность акционерных обществ, в Украине нет четкого и слаженного механизма их функционирования. Для экономики нашей страны корпоративные отношения не были характерны, а стали формироваться лишь со структурного оформления предпринимательского движения в хозяйственные структуры рыночного типа в конце 80-х – начале 90-х годов прошлого века. Их гармонизация требует соединения рыночных механизмов и законодательного регулирования в области корпоративных отношений. Для этого необходимо учитывать такие факторы, как отличия экономической среды Украины по сравнению с другими странами, слабое развитие рынка капиталов, недостаточно эффективная работа судов и органов ГКЦБФР, потребности учета и защиты интересов мелких акционеров и др.

В наше время большинство корпораций функционируют в различных сферах деятельности. Такие предприятия получили название многопрофильных, т. е. они осуществляют несколько видов деятельности. Из-за чего же происходит такая дифференциация деятельности? Почему компании, успешно осуществляющие свою деятельность в одной отрасли, внезапно начинают вести свой бизнес в другой? Это объясняется тем, что помимо

существующих у предприятия активов, которые обеспечивают получение прибыли, есть еще и возможности дальнейшего роста компании, т. е. возможности новых капиталовложений, которые приведут к увеличению прибылей и наличных средств в будущем. За счет прибыли, которая направляется на расширение производства (реинвестирование), фонда дивидендов, дополнительного выпуска акций, амортизации, а также средств от продажи готовой продукции, привлечения средств иностранных предприятий, кредитов банков и других заемных средств обеспечивается финансовая стойкость предприятия. Часть средств является потенциальным источником расширения производства, особенно фонд производственного развития. Средства этого фонда направляются на финансирование затрат по техническому перевооружению, реконструкции и расширению действующих производств и освоения новых видов продукции.

Так, общество с ограниченной ответственностью «Научно-производственное предприятие «Фактор» начинало свою деятельность с организации семинаров для бухгалтеров с привлечением специалистов финансовых органов, консультаций по вопросам ведения бухгалтерского учета и реализации канцелярско-бланочной продукции. Затем вследствие увеличения объемов реализации бланочной продукции и справочно-методической литературы было образовано ООО «Хартия», специализирующееся на размещении заказов на изготовление полиграфической продукции в типографиях города и области. Постепенно расширяясь и увеличивая ассортимент товаров, осваивая новые сегменты рынка полиграфической продукции, ООО НПП «Фактор» выросло в издательско-консалтинговую корпорацию «Фактор», которая является одним из крупнейших объединений в Украине, специализирующемся на издании подписных изданий и литературы, предоставлении аудиторских услуг, имеющем современный полиграфический комплекс, службу подписки и курьерской доставки, учебно-методический центр и разветвленную торговую сеть.

Особое внимание следует уделить корпорациям, осуществляющим свою деятельность в сфере производства полиграфической продукции. Несмотря на то что в полиграфической промышленности происходят глубокие трансформационные процессы,

связанные с изменениями экономической ситуации в стране, постоянно меняющимися условиями хозяйствования предприятий, расширением сферы полиграфических услуг, научно-техническим развитием отрасли, развитие сферы рекламных услуг стало причиной появления большого количества новых предприятий, специализирующихся на изготовлении полиграфической коммерческой продукции (визиток, рекламной продукции, папок и других элементов фирменного стиля). Эта ситуация способствовала увеличению числа субъектов хозяйствования. По сравнению с 1980 годом их количество выросло в 4,5 раза, в основном за счет малых предприятий, процент которых в отрасли составляет 83,5%. Они и обеспечивают почти 41% продукции.

Одновременно с этим наблюдается и технологическая перестройка отрасли. Большинство предприятий отдают предпочтение офсетному печатному оборудованию, которое обеспечивает высокое качество продукции, в отличие от высокой печати, либо комбинируют офсетную и высокую печать. Широкое распространение получила практика совмещения «традиционного» и «электронного» вариантов изданий. Из-за большой популярности последнего доля печатной продукции на рынке уменьшается. В выпуске периодических изданий также наблюдается общее снижение тиражей, но объем продукции в натуральном выражении увеличивается за счет роста количества изданий. Одной из причин, обуславливающих такую ситуацию в сфере украинского книгоиздательства, является экспансия импортированной книги на отечественном рынке. Решить эту проблему пытались с помощью принятия законодательных актов, предусматривающих введение льгот для отечественных издателей. Но их действие было непродолжительным, а круг предусмотренных ими налоговых льгот – ограниченным. Кроме того, снижение цен на российские и белорусские книги спровоцировали отток заказчиков украинских издателей, что негативно отразилось на работе полиграфических предприятий Украины (в России, например, в 1995 году был принят закон «О государственной поддержке книгоиздания и прессы Российской Федерации»). Тем самым субъекты издательского дела России были освобождены от федеральных налогов (налога на прибыль и НДС на все технологические операции по изготовлению книг), а также сняты все таможенные и другие

платежи на импортируемое оборудование, материалы и технологии. Это привело к уменьшению затрат на производство книжной продукции).

Стабильное развитие украинской экономики невозможно без формирования и успешной деятельности больших корпоративных структур как проводников промышленной и научно-технологической политики. Для успешной реализации такой перспективы необходимо разработать системный механизм взаимодействия государства с корпоративным сектором экономики, который включал бы организационные, институциональные, финансово-экономические и социально-экономические рычаги, направленные на обеспечение стимулирующей формы развития всех этапов инновационного процесса как на макро-, так и на микроуровнях. Что касается функционирования корпораций в сфере производства полиграфической продукции, то для эффективной работы этой отрасли необходимо разработать и внедрить программу по выпуску в Украине определенной номенклатуры собственного сырья и материалов, оборудования, которые используются в полиграфическом производстве. Это обеспечит снижение зависимости отрасли от импорта и изменения курса валюты, который значительно влияет на уровень цен. В законодательстве следует предусмотреть увеличение ввозимой пошлины на печатную продукцию. Такие протекционистские действия позволят защитить отечественного производителя и предоставят ему конкурентные преимущества по уровню цен на издания.

#### Список литературы

1. Хозяйственный кодекс Украины [от 16.01.03 г. № 436-IV / сост. М. Бойцова]. – Х. : Фактор, 2003. – 257 с.
2. Законодательство Украины о предпринимательстве : по сост. на 1 мая 2002 г. / [Сост. Д. В. Задыхайло]. – 3-е изд., перераб. и доп. – Х. : Одиссей, 2002. – 447 с.
3. О собственности : [Закон Украины от 07.02.91 г. № 697-ХІІ с изм. и доп. по сост. на 1.04.03 г. / сост. М. Бойцова]. – Х. : Фактор, 2003. – 31 с.
4. О хозяйственных обществах : [Закон Украины от 19.09.91 г. № 1576-ХІІ с изм. и доп. по сост. на 1.09.03 г. / сост. М. Бойцова]. – Х. : Фактор, 2003. – 45 с.
5. Иноземцев В. Творческие начала современной корпорации / В. Иноземцев // МЭиМО. – 1997. – № 11. – С. 19.

6. Корпоративне управління : монографія / І. Спасибо-Фатеева, О. Кібенко, В. Борисова ; за ред. проф. І. Спасибо-Фатеевої. – Х. : Право, 2007. – 500 с.

7. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 496 с.

8. Федулова Л. І. Корпоративні структури в інноваційній діяльності: світовий досвід та можливості для України / Л. І. Федулова // Економіка і прогнозування. – 2004. – № 4. – С. 9–27.

9. Hammer M. Beyond Reengineering. How the Process – Centered Organization is changing Our Work and Our Lives / M. Hammer. – N.–Y., 1996. – P. 153.

### **Резюме**

У статті розглянуто специфіку діяльності корпорацій, зайнятих у галузі виробництва поліграфічної продукції, а також правовий механізм регулювання їх діяльності. Виявлено способи взаємодії держави з корпоративним сектором економіки.

### **Summary**

The peculiarities of the publishing corporation's activity have been examined in the article. The legislative background of the corporation activity has been given. The reasons caused the differentiation of the corporation activity have been presented. The ways of interaction between government and corporate economic sector have been analyzed.

УДК 658.168.5.011.3

***А. В. Кашо***

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

## **ИНСТРУМЕНТЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

**Ключевые слова:** санация, реструктуризация, преобразование, механизмы финансовой стабилизации, стратегия финансового развития.

В условиях нестабильности экономической системы, замедления платежного оборота, недостаточной квалификации менедже-

ров на фоне вероятностного характера рыночной среды проблема моделирования антикризисной политики предприятия является особенно актуальной. Антикризисная политика, как часть общей финансово-хозяйственной политики предприятия, заключается в разработке системы методов диагностики платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия, в реализации механизмов оздоровления предприятия [3]. Данная проблема рассмотрена в работах отечественных и зарубежных авторов: В. В. Бандурина, В. А. Гавриленко, Н. В. Афанасьева, С. Ф. Покропивного.

Цель статьи – проанализировать механизмы финансовой стабилизации предприятия и предложить пути выхода в условиях экономического кризиса. Для реализации цели были сформулированы следующие задачи:

- разработать основные этапы по преодолению кризисных процессов;
- изучить стабилизационные процедуры;
- предложить один из изученных способов санации для ХГАПП.

Конечно, обострение кризиса в Украине вызвало потребность в эффективном антикризисном управлении практически на всех крупных предприятиях, но ни одно из них так не нуждается в сильном и просчитанном до мелочей антикризисном управлении как Харьковский авиазавод. Первоочередная задача фирмы, попавшей в кризисную ситуацию, – снизить расходы. В докризисной ситуации на большинстве предприятий наблюдалась избыточность персонала. В условиях кризиса сокращение его численности становится острой необходимостью. Персонал меньшей численности не в состоянии справиться с резко увеличившимся объемом работ. Происходят снижение мотивации персонала и ухудшение качества труда [2].

В системе стабилизационных мер по антикризисному управлению, направленных на вывод предприятия из кризисного финансового состояния, важная роль отводится его санации. Санация предприятия, направленная на его реструктуризацию (реорганизацию), осуществляется при тяжелом финансовом состоянии предприятия и требует проведения ряда реорганизационных процедур, обеспечивающих более эффективные организационные формы его хозяйственной деятельности. Опыт реформирования хозяйственной деятельности производственных

комплексов показывает, что реструктуризация является действенным инструментом интенсивного повышения конкурентоспособности предприятий. При этом она рассматривается как органичный набор мер по приведению деятельности предприятий и компаний в соответствие с внешними рыночными условиями хозяйствования и выработанной конкурентной стратегией функционирования и развития производства [1]. Реструктуризация направлена на рост эффективности производства, повышение конкурентоспособности предприятий и выпускаемой ими продукции, а также на улучшение их инвестиционной привлекательности. Она включает в себя комплекс мероприятий, направленных на совершенствование организационной структуры и функций управления: модернизацию технических и технологических аспектов производства; совершенствование финансово-экономической политики; снижение производственно-сбытовых затрат; лучшее использование материальных и трудовых ресурсов; создание современной информационной системы [2].

Основная роль в системе антикризисного управления предприятием отводится широкому использованию внутренних механизмов финансовой стабилизации. Это связано с тем, что успешное применение этих механизмов позволяет не только снять финансовый стресс угрозы банкротства, но и в значительной мере избавить предприятие от зависимости использования заемного капитала, ускорить темпы его экономического развития. Финансовая стабилизация предприятия в условиях кризисной ситуации последовательно осуществляется по трем основным этапам [4].

1. Устранение неплатежеспособности. Наиболее неотложной задачей в системе мер финансовой его стабилизации является восстановление способности к осуществлению платежей по своим неотложным финансовым обязательствам с тем, чтобы предупредить возникновение процедуры банкротства.

2. Восстановление финансовой устойчивости (финансового равновесия). Хотя неплатежеспособность предприятия может быть устранена в течение короткого периода за счет осуществления ряда аварийных финансовых операций, причины, генерирующие неплатежеспособность, могут оставаться неизменными, если не будет восстановлена до безопасного уровня финансовая устойчивость предприятия.

3. Обеспечение финансового равновесия в длительном периоде. Полная финансовая стабилизация достигается только тогда, когда предприятие обеспечило длительное финансовое равновесие в процессе своего предстоящего экономического развития. Каждому этапу финансовой стабилизации предприятия соответствуют определенные механизмы, которые в практике финансового менеджмента принято подразделять на оперативный, тактический и стратегический [6].

Санация предприятия может носить следующие основные формы: слияние, поглощение, преобразование, приватизация. Слияние осуществляется путем объединения предприятия-должника с другим финансово устойчивым предприятием. В результате такого объединения предприятие-должник теряет свой самостоятельный юридический статус. Различают: горизонтальное слияние, в процессе которого объединяются предприятия одной отрасли; вертикальное слияние, которое объединяет предприятия смежных отраслей (например, производителей и потребителей сырья); конгломератное слияние, в процессе которого объединяются предприятия, не связанные между собой ни отраслевыми, ни технологическими особенностями [6]. Для предприятия-санатора побудительным мотивом этой формы санации является обычно достигаемый эффект синергизма, а для санируемого предприятия – возможность сохранения рабочих мест и направленности производственной деятельности. Поглощение осуществляется путем приобретения предприятия-должника предприятием-санатором (для последнего это является одной из форм инвестиций – приобретение целостного имущественного комплекса или основной части его активов). Для санатора эффект поглощения также связан с синергизмом. Санируемое предприятие при поглощении обычно теряет свой самостоятельный статус, хотя как юридическое лицо может сохраниться в виде дочернего предприятия [5]. Разделение может быть использовано для предприятий, осуществляющих многоотраслевую хозяйственную (производственную) деятельность. Эффект такой формы санации состоит в том, что за счет существенного сокращения общехозяйственного управленческого аппарата, непроизводственных и вспомогательных служб значительно сокращается сумма постоянных издержек, в связи с чем

за счет эффекта операционного левириджа каждое новое выделенное подразделение быстрее может достичь точки безубыточности своей деятельности. Одной из основных форм санации является приватизация. В этой форме saniруются государственные предприятия. В настоящее время эта форма санации получила большое развитие [3].

Процесс санации предприятия можно четко рассмотреть на примере Харьковского государственного авиационного промышленного предприятия (ХГАПП). В 2004 году предприятие стояло на грани банкротства, как вариант выхода из ситуации было вынесено решение о создании национального вертикально интегрированного научно-производственного объединения «Антонов», который объединит украинские авиапредприятия – АНТК им. О. К. Антонова, Харьковское государственное авиационное производственное предприятие и киевский завод «Авиант». Однако в силу ряда обстоятельств концерн так и не был создан. Напротив, был применен другой вариант санации – разделение, вследствие которого был отделен и обособлен ряд отделов. На сегодняшний момент предприятие является банкротом. Одна из возможностей выхода из сложившейся ситуации – это вертикальное частичное слияние ХГАПП с Запорожским машиностроительным конструкторским бюро (ЗМКБ) «Прогресс».

Подводя итоги, можно сделать вывод, что:

1) в современной литературе выделяются три основных этапа финансовой стабилизации: устранение неплатежеспособности, восстановление финансовой устойчивости, обеспечение финансового развития;

2) для отечественных крупных промышленных предприятий в системе стабилизационных мер по антикризисному управлению важная роль должна отводиться санации, которая носит формы слияния, поглощения, преобразования, приватизации;

3) для выведения из кризиса ХГАПП необходимо частичное вертикальное слияние с ЗМКБ «Прогресс».

#### Список литературы

1. Про банкротство : Закон України // Відом. Верхов. Ради України. – 1992. – № 31.
2. Про приватизацію майна державних підприємств : Закон України // Відом. Верхов. Ради України. – 1992. – № 24.

3. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: навч. посіб. / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – К. : КНЕУ, 1998. – 352 с.

4. Гавриленко В. А. Теория и методика экономического анализа производственно-хозяйственной деятельности промышленных предприятий / В. А. Гавриленко. – Донецк : УЭП МАН Украина, 1998.

5. Афанасьев Н. В. Экономика предприятия / Н. В. Афанасьев, А. Б. Гончаров. – Х. : ИД «ИНЖЕК», 2004. – 528с.

6. Бандурин В. В. Проблемы управления несостоятельными предприятиями в условиях переходной экономики / В. В. Бандурин, В. Е. Ларицкий. – М. : Наука и экономика, 1999.

### **Резюме**

У статті розглядаються інструменти антикризового управління підприємством та стратегія фінансового розвитку. Визначено головні етапи досягнення фінансової стабільності та внутрішні механізми, що відповідають кожному з етапів. Розглянуто і проаналізовано основні форми процесу санації на прикладі ХДАПП. Запропоновано варіант щодо поліпшення його фінансового становища.

### **Summary**

This article contains description of different instruments for antirecessionary management of enterprise and strategy of finance developing. Main stages of finance stability achievement and corresponding internal mechanisms have been specified. Primary forms of readjustment process have been considered and analyzed on the KSAMC example. The way of finance improvement has been suggested.

УДК 621.395.721.5:338.51

*Н. И. Кириллова*

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

## **УСТАНОВЛЕНИЕ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ НА РЫНКЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ**

**Ключевые слова:** ценообразование, цена, этапы, направления, стратегии, факторы, скидки.

Ценообразование является одним из наиболее сложных процессов в бизнесе, в котором достаточно факторов, трудно поддающихся исчислению. К ним относятся: рыночная конъюнктура,

инновационные способности менеджеров, специфика стратегии компании и другие.

В то же время роль цены в формировании прибыли и, следовательно, в обеспечении эффективности деятельности предприятия трудно переоценить. По результатам исследования McKinsey, снижение цены на 1% приводит к повышению прибыли на 11%, в то время как сокращение на 1% фиксированных расходов повышает прибыльность бизнеса всего на 2,3%; увеличение объема продаж на 1% повышает прибыльность на 3,3%; сокращение на 1% переменных затрат ведет к увеличению прибыли на 7,8% [8].

Во внешней среде цена продуктов компании во многом определяет численность и состав покупателей, которые обеспечивают поступление денежных средств в компанию. Внутри компании этих поступлений должно хватить для покрытия всех издержек, связанных с проданными товарами, а также для дальнейшего развития бизнеса и выплат собственникам и инвесторам.

Из отмеченного выше можно сделать вывод о неизменной актуальности проблем ценообразования. Им посвящена достаточно обширная литература, в которой раскрываются основные способы, методы, этапы, факторы, стратегии ценообразования.

Поскольку формирование цены – процесс динамичный, в статье для анализа используется периодическая литература, которая учитывает и раскрывает не только базовые постулаты системы ценообразования, но и ее частные аспекты в связи с изменениями внешней для фирмы среды.

В статье кратко рассматриваются некоторые теоретические аспекты ценообразования и их практическая реализация на рынке мобильных телефонов на примере компании «Галерея мобильной связи» (ГМС).

Формирование цены в большинстве компаний осуществляется топ-менеджерами на основе как минимум двух конфликтующих мнений. С одной стороны, это мнение сотрудников и руководителей службы продаж, которые, прежде всего, ориентируются на учет объемов продаж и ситуации на рынке, а также стремятся к снижению цены и установлению скидок. С другой стороны, сотрудники финансового отдела, которые принимают во внимание, прежде всего, интересы компании, а именно покрытие текущих затрат, обеспечение прибыльной работы и возможности

развиваться, а также инвестиционную привлекательность. К сожалению, приводимые ими расчеты не всегда корректны, поскольку обычно выполнены при отсутствии в компании развитой системы управления затратами. Ставки для распределения затрат, характер их поведения, уровни устанавливаемых наценок без такой системы убедительно обосновать не удастся.

В этом конфликте мнений топ-менеджерам компании придется принимать решения, опираясь на свой опыт, предпринимательскую интуицию, на собственные представления о затратах и ситуации на рынке. Таким образом, в конфликте появляется третья сторона – наиболее весомая и авторитетная, но аргументы которой такие же слабые.

Таким образом, решение задачи ценообразования в компании, как правило, базируется не на отдельно взятых частных мнениях экспертов, а на их совокупности с применением элементов системного подхода.

На сегодняшний день разработано множество разнообразных методов формирования цены, каждый из которых применим при формировании ценовой политики предприятия (фирмы). К числу универсальных методов можно отнести базовое ценообразование, процесс которого можно разделить на два этапа:

- определение базовой цены;
- определение правил для управления отклонениями от базовой цены.

Определение базовой цены является средством решения стратегических или как минимум долгосрочных целей компании, в то время как управление отклонениями от базовой цены позволяет гибко реагировать на тактические, ситуативные проблемы [1].

Существует пять направлений формирования базовой цены:

- ценообразование, основанное на затратах;
- ценообразование, основанное на возвратности инвестиций;
- ценообразование, ориентированное на рынок;
- конкурентное ценообразование;
- ценообразование с учетом психологии покупателя [1].

При управлении отклонениями от базовой цены следует учитывать факторы, влияющие на процесс ценообразования. Их условно делят на управляемые фирмой (жизненный цикл товара; портфель товаров и/или услуг; сегментация и позициони-

рование товаров и/или услуг; использование торговых марок и брендов), управляемые потребителем (требования к качеству, цене товара и т. п.; выгода; польза для здоровья; каналы распределения) и рыночные (конкуренция; окружение) [2].

В последнее время все больше внимания уделяется маркетинговому подходу к определению цены, который, в отличие от классической теории цен, состоит в том, что запрашиваемая цена не является продуктом рациональной калькуляции, а основывается на поиске некоей оптимальной равновесной рыночной характеристики. И этот поиск сопряжен с анализом подчас недостоверной информации, конкурентной среды, с включением в расчет фактора коммерческого риска и других сугубо рыночных элементов [3].

В связи с этим особое место отводится грамотной политики скидок, которые корректируют цену таким образом, чтобы она стала максимально привлекательной для потребителя. Однако нередко из-за ошибочной стратегии предоставления скидок достигается обратный эффект – слишком большое снижение цены может вызвать сомнения в отношении качества продукта или адекватности стандартной (изначальной) цены на продукт [4].

И наконец остановимся на конкуренции, как на одном из существенных факторов, влияющих на ценообразование. Гибкое управление ценой – один из главных способов борьбы за покупателя. И каждая компания должна оперативно и регулярно отслеживать информацию о ценовой политике конкурентов. На разных рынках существуют свои хитрости для проведения такого мониторинга [5].

Удобнее всего, когда конкуренты сами регулярно сообщают друг другу об изменениях своих цен. Но если подобной договоренности не существует, возникает необходимость получения данных самостоятельно. И хотя по закону цены на товары и услуги не являются коммерческой тайной, на практике получить их бывает непросто. Во всяком случае на каждом рынке существуют свои тонкости.

Подводя итог вышесказанному, отметим, что ценообразование – процесс сложный и многогранный, который требует затрат времени для получения достоверной информации и адекватных результатов.

Переходя к практической части статьи, остановимся на общих основах формирования цены на конкретном предприятии.

Максим Плошенко в своей работе [2] утверждает, что использование на практике оптимизационных методов ценообразования зачастую затруднено. Поэтому проблема определения цен практически решается следующим образом:

- каждое предприятие должно экономически обеспечить свое существование; это означает, что цена должна покрывать затраты, связанные с деятельностью предприятия (краткосрочно или долгосрочно);

- наряду с покрытием затрат предприятие стремится получить максимальную или достаточную прибыль, поэтому необходимо проверить, какая цена приемлема для отдельных сегментов рынка;

- в рыночной экономике продавцы, как правило, конкурируют между собой, поэтому величина цены, которую потребитель готов платить, существенно зависит от предложения конкурентов.

В ГМС цена формируется на основании данных двух отделов: закупок и розничной торговли. Изначально отдел закупок определяет закупочную цену, к которой прибавляются накладные расходы (доставка, страховка и дополнительные услуги). В то же время отдел по розничной торговле определяет рыночную цену на основе анализа цен конкурентов и в целом рыночной ситуации. В результате формируется определенный базис (базисная цена), который согласуется с закупочной ценой и утверждается отделом закупок. Впоследствии к базису прибавляется наценка, и формируются оптовая и розничная цены.

Наценка определяется в зависимости от величины базиса – чем больше базисная цена, тем меньше коэффициент наценки. Например, при базисе, равном 60 у. е. наценка составляет 17%, 90 у. е. – 16%, 400 и выше – 11%.

Большое значение в формировании цены ГМС имеют затраты на приобретение товара, его транспортировку, страхование, растаможку и т. д. Закупочная цена в большинстве случаев служит своеобразным минимумом продажной цены, поскольку дополнительное снижение цены не только не будет давать компании прибыль, но и приведет к убыткам. В то же время при принятии решения об уровне цен значительное внимание уделяется анализу ситуации на рынке, учитываются и анализируются цены конку-

рентов и пожелания потребителей. Так, очень часто цена снижается до минимума при снижении цен у конкурирующих фирм и изменении предпочтений покупателей, а также в связи с появлением новых моделей и устареванием появившихся ранее.

Стоит отметить, что рынок мобильной связи является очень динамичным, и практически каждый день конъюнктура рынка претерпевает изменения. Поэтому компания, не учитывающая все многообразие факторов, влияющих на цену, и стремящаяся максимально вернуть свои вложения в краткосрочной перспективе, может потерпеть фиаско.

Значительную роль в формировании цены в ГМС играет такой фактор, как жизненный цикл товара, поскольку модельный ряд постоянно обновляется, и модели, постепенно устаревая, теряют свою стоимость. В результате цена постепенно снижается и порой может опускаться ниже закупочной (например, для моделей, которые хранятся на складах по несколько лет и не пользуются особым спросом).

Не меньшее значение при формировании цен имеет учет торговых марок и брендов. Например, на рынке производителей мобильных телефонов компания Nokia является символом качества, надежности, престижа, поэтому цена на два одинаковых по функциональным возможностям телефона от Nokia и от Samsung будет значительно выше у первого.

Кроме того, цена может отличаться в зависимости от принадлежности товара к определенному сегменту рынка. Существуют категории дешевых, дорогих телефонов и телефонов бизнес-класса, в зависимости от чего определяется круг покупателей и, следовательно, цена.

Существенное значение имеют качество товара (соотношение цена/качество) и конкуренция на рынке. За счет высокого качества с учетом различных нововведений можно повысить цену и привлечь новых покупателей, а высокая конкуренция может заставить продавца снизить цену до минимального уровня, чтобы не потерять имеющуюся клиентуру.

Кроме того, на цену зачастую оказывает влияние местоположение розничной точки (магазина). В магазинах, не отличающихся высокой посещаемостью, в частности расположенных

в «неудобных» местах, для привлечения клиентов цены нередко устанавливаются ниже.

ГМС также использует в своей практике определенную систему скидок, которая включает:

– скидки для постоянных клиентов – определяется менеджером по рознице в размере от 3 до 5%;

– маркетинговые скидки – в связи с проведением масштабных акций от отдельных производителей, операторов и т. д.

– оптимизацию остатков – непроданные модели телефонов, не пользующиеся повышенным спросом, выдвигаются на рынок по цене ниже закупочной для ускоренной реализации.

Относительно анализа цен конкурентов в ГМС также используется комплексный подход. С некоторыми конкурирующими фирмами идет цивилизованный обмен прайсами и каталогами. В противном случае внутренние цены формируются на основе «нелегальной» переписи цен конкурентов. Конечно, процедура достаточно неудобная и требует определенного времени, однако в результате появляется шанс занять на рынке конкурентные позиции и установить цены наравне с конкурентами.

#### Список источников

1. Савчук В. Ценообразование в компании [Электронный ресурс] / Владимир Савчук, Игорь Троян // Финансовый дир. – 2005. – № 7. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/finance/fin109.html>. – Заглавие с экрана.

2. Плошенко М. Ценообразование как часть комплекса маркетинга [Электронный ресурс] / Максим Плошенко // Аптека. – 2002. – № 32 (335). – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/archives/353/17896.html>. – Заглавие с экрана.

3. Терехов А. А. Особенность маркетингового подхода к ценообразованию [Электронный ресурс] / А. А. Терехов // Правильный маркетинг. – Режим доступа: <http://4p.net.ua/content/view/80/48/>. – Заглавие с экрана

4. Андерсон Е. Как установить правильные цены [Электронный ресурс] / Ерик Андерсон, Данкен Сайместер // Правильный маркетинг. – Режим доступа: <http://4p.net.ua/content/view/79/48/>. – Заглавие с экрана.

5. Фуколова Ю. Ценовая охота [Электронный ресурс] / Юлия Фуколова // Правильный маркетинг. – Режим доступа: <http://4p.net.ua/content/view/78/48/>. – Заглавие с экрана.

6. Фролов Д. Делиться надо [Электронный ресурс] / Д. Фролов // Правильный маркетинг. – Режим доступа: <http://4p.net.ua/content/view/77/48/>. – Заглавие с экрана.

7. Реутов В. Стратегии ценообразования [Электронный ресурс] / Василий Реутов // Режим доступа: [http://www.elib.org.ua/economics/ua\\_readme.php](http://www.elib.org.ua/economics/ua_readme.php). – Заглавие с экрана.

8. Выбор неверной ценовой стратегии может оказаться очень дорогой ошибкой [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.sostav.ru/articles/2004/01/12/mark120104-1/>. – Заглавие с экрана.

### **Резюме**

У статті описуються деякі підходи до розв'язання актуальної проблеми ціноутворення на ринку товарів. Проведено аналіз низки методів, напрямів та інших аспектів формування ціни. Наведено засіб їх практичної реалізації на ринку мобільних телефонів на прикладі «Галереї мобільного зв'язку».

### **Summary**

The article examines some approaches to solving actual problem of pricing at the market. The analysis of methods, directions and other aspects of price forming is carried out. The way of their practical realization at the market of mobile phones by the example of «Gallery of mobile communication» is given.

УДК 658.155.2

*А. В. Кишенько*

*Научный руководитель канд. экон. наук Е. И. Решетняк*

## **АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К ФОРМИРОВАНИЮ И РАСПРЕДЕЛЕНИЮ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Ключевые слова:** прибыль, управление прибылью, распределение прибыли, методика анализа прибыли, финансовый анализ.

Актуальность данной темы обусловлена повышенным интересом руководства и собственников предприятий к процессу формирования прибыли и поиску подходов, позволяющих организовать управление таким образом, чтобы деятельность предприятия была

успешной. Прибыль выступает в данном случае основным критерием успеха. Без прибыли предприятие не может рассчитывать на продолжительное существование и дальнейшее развитие.

Руководители имеют возможность повлиять на получение предприятием прибыли посредством отдельных составляющих процесса управления, таких как постановка целей, разработка стратегии, прогнозирование и планирование, финансовый и технико-экономический анализ и т. д. Необходимость этих элементов управления осознана, они используются, однако практические результаты их применения не всегда соответствуют ожиданиям. Подобная ситуация обусловлена несогласованностью действий в управлении, сложностями, возникающими при реализации разработанной стратегии, отсутствием средств поддержки принятия решений, другими факторами. В этих условиях основной задачей руководства становится организация процесса управления, основанного на такой последовательности действий, которая позволяет пройти путь от постановки цели до ее достижения оптимальным способом. Несмотря на кажущуюся простоту этого пути, проходить его без препятствий раз за разом получается далеко не у всех. Тем более актуальным становится организация процесса управления, когда речь идет о прибыли.

Цель статьи – провести анализ существующих подходов к формированию и распределению прибыли предприятия.

Категория прибыли является предметом исследования многих ученых-экономистов. Большой вклад в разработку теоретических и практических аспектов прибыли внесли такие ученые, как В. В. Ковалев, И. А. Бланк, Н. А. Яцук, В. И. Чернов, Ф. Р. Шамхалов и другие. В работах этих авторов прослеживается взаимосвязь между эффективным функционированием предприятия и эффективным управлением прибылью. В то же время не до конца раскрыта проблема выбора методов управления доходностью и важность управленческого контроля при формировании системы финансового менеджмента на предприятии. Вопросы, содержащие категорию «прибыль», нашли отражение в трудах таких зарубежных ученых, как А. Бабо, К. Маркс, Ф. Найт, Э. Чемберлин, Й. Шумпетер.

Методика анализа формирования и распределения прибыли является неотъемлемой частью общей методики финансового

анализа, основная цель которого – получение небольшого числа ключевых (наиболее информативных) параметров, дающих объективную и точную картину финансового состояния предприятия, его прибылей и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами [2, с. 58].

Цель анализа достигается в результате решения определенного взаимосвязанного набора аналитических задач.

Исходной базой анализа формирования и распределения прибыли являются данные бухгалтерского учета и отчетности. Обобщенно наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности предприятия представлены в форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках». К ним относятся:

- прибыль от реализации продукции;
- прибыль от прочей реализации;
- доходы и расходы от внереализационных операций;
- балансовая прибыль;
- налогооблагаемая прибыль;
- чистая прибыль и др.

Аналитический просмотр этих данных должен восстановить все основные аспекты хозяйственной деятельности и совершенных операций в обобщенной форме, то есть с необходимой для анализа степенью агрегирования.

Практика финансового анализа выработала основные методы чтения финансовых отчетов. Среди них [1, с. 68]:

- горизонтальный анализ;
- вертикальный анализ;
- трендовый анализ;
- метод финансовых коэффициентов;
- сравнительный анализ;
- факторный анализ.

Горизонтальный (временной) анализ представляет собой сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом.

Вертикальный (структурный) анализ – определяет структуру итоговых финансовых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом.

Трендовый анализ – это сравнение каждой позиции отчетности с рядом предшествующих периодов и определение трендов, то есть основных тенденций динамики показателя, очищенной

от случайных влияний и индивидуальных особенностей отдельных периодов. С помощью тренда формируются возможные значения показателей в будущем, а, следовательно, ведется перспективный, прогнозный анализ.

Анализ относительных показателей – это расчет отношений данных отчетности, определение взаимосвязей показателей.

Сравнительный (пространственный) анализ – это как внутрихозяйственное сравнение по отдельным показателям фирмы, дочерних фирм, подразделений, цехов, так и межхозяйственное сравнение показателей данной фирмы с показателями конкурентов, со среднеотраслевыми и средними общеэкономическими данными.

Факторный анализ – это анализ влияния отдельных факторов (причин) на результивный показатель с помощью детерминированных или стохастических приемов исследования, причем факторный анализ может быть как прямым (собственно, анализ), то есть заключающемся в раздроблении результивного показателя на составные части, так и обратным (синтез), когда отдельные элементы соединяют в общий результивный показатель.

Методика анализа формирования и распределения прибыли включает в качестве обязательных элементов применение всех перечисленных методов анализа [7, с. 301].

Главенствующие методы, применяемые для анализа формирования и распределения прибыли, – это количественные методы финансово-экономического анализа. Их классификация может быть представлена следующим образом:

- статистические методы, включающие:
  - ✓ метод статистического наблюдения – запись информации по определенным принципам и с определенными целями;
  - ✓ метод абсолютных и относительных показателей (коэффициентов);
  - ✓ метод расчета средних величин – средних арифметических простых, взвешенных, геометрических;
  - ✓ метод рядов динамики – определение абсолютного прироста, относительного прироста, темпов роста, темпов прироста;
  - ✓ метод сводки и группировки экономических показателей по определенным признакам;
  - ✓ метод сравнения – с конкурентами, с нормативами, в динамике;

✓ метод индексов – влияние факторов на сравниваемые показатели;

✓ метод деталлизации;

✓ графические методы.

Статистические методы применяются при сравнении деятельности определенного предприятия с деятельностью предприятий, функционирующих в определенной отрасли. Решения, принятые на основе анализа данных, в соответствии с этими методами являются наиболее эффективными и результативными, но при условии, что полностью известна информация о состоянии дел в отрасли. Еще одной положительной характеристикой является наглядность результатов данных методов. Несмотря на все преимущества, данные методы являются трудоемкими с точки зрения поиска информации и требуют дополнительных трудозатрат.

• Бухгалтерские методы, включающие:

✓ метод двойной записи;

✓ метод бухгалтерского баланса;

✓ прочие методы.

Бухгалтерские методы применяются предприятиями, которые имеют только несколько видов продукции в своем ассортименте. Главным недостатком данных методов является то, что они не дают возможность проанализировать результат по каждому виду продукции, а отражают ситуацию о деятельности предприятия в целом. К «плюсам» можно отнести то, что методы довольно просты при анализе динамики и не требуют больших трудозатрат.

• Экономико-математические методы, включающие:

✓ методы элементарной математики;

✓ классические методы математического анализа – дифференцирование, интегрирование, вариационное исчисление;

✓ методы математической статистики – изучение одномерных и многомерных статистических совокупностей;

✓ эконометрические методы – статистическое оценивание параметров экономических зависимостей;

✓ методы математического программирования – оптимизация, линейное, квадратичное и нелинейное программирование, блочное и динамическое программирование;

✓ методы исследования операций – теория игр, теория расписания, методы экономической кибернетики;

✓ эвристические методы;  
✓ методы экономико-математического моделирования и факторного анализа.

Данные методы применимы на предприятиях, производящих большой ассортимент продукции. Несмотря на свою трудоемкость, они позволяют прогнозировать влияние различных факторов на прибыль и другие существенные показатели деятельности предприятия и принять соответствующие меры.

Наиболее часто при проведении анализа формирования и распределения прибыли применяют статистические и бухгалтерские методы. В последнее время широкое распространение получило определение экономической прибыли предприятия и проведение факторного анализа показателей прибыли и рентабельности предприятия, основанных на применении экономико-математических методов.

Анализ каждого слагаемого прибыли предприятия имеет не абстрактный, а вполне конкретный характер, потому что позволяет учредителям и акционерам, администрации выбрать наиболее важные направления активизации деятельности организации.

Анализ финансовых результатов деятельности организации включает:

1. Исследование изменений каждого показателя за текущий анализируемый период (горизонтальный анализ).

2. Исследование структуры соответствующих показателей и их изменений (вертикальный анализ).

3. Изучение динамики изменения показателей за ряд отчетных периодов (трендовый анализ).

4. Исследование влияния факторов на прибыль (факторный анализ) [4, с. 370].

На величину прибыли организации оказывают влияние различные факторы. По сути, это все факторы финансово-хозяйственной деятельности организации. Одни из них оказывают прямое влияние, и их воздействие можно довольно точно определить с помощью методов факторного анализа. Другие оказывают косвенное влияние через какие-либо показатели. В данном случае величину воздействия можно определить только с определенной долей вероятности или вообще невозможно.

Таким образом, на сегодняшний день существует большое

количество подходов к формированию и распределению прибыли предприятия, и нельзя сказать, что одни из них хорошие, а другие плохие. Каждый руководитель, стремящийся получить максимальный результат от имеющихся ресурсов, при выборе направления распределения прибыли должен опираться на аналитическую информацию, полученную от сочетания определенных методов. На наш взгляд, результаты каждого метода нельзя рассматривать в отдельности, так как они могут не предоставить полной информации. И поэтому для принятия эффективного решения необходимо использовать их сочетание. К примеру, одновременное использование экономико-математических и статистических методов поможет разработать будущую модель развития деятельности предприятия с учетом наличия конкурентов.

#### Список литературы

1. Бланк И. А. Стратегия и тактика управления финансами / И. А. Бланк. — К. : ИТЕМ : АДЕФ-Украина, 1996. — 534 с.
2. Вахрин П. И. Финансовый анализ в коммерческих и некоммерческих организациях : учеб. пособие / П. И. Вахрин. — М. : ИКЦ «Маркетинг», 2001. — 320 с.
3. Данилюк М. О. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / М. О. Данилюк. — К.: Центр навч. л-ри, 2004. — 2004 с.
4. Ковалев В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В. В. Ковалев. — М. : ФиС, 2002. — 560 с.
5. Ковалев В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалев. — М. : Финансы и статистика, 1995. — 432 с.
6. Савчук В. П. Финансовый менеджмент предприятий / В. П. Савчук. — К. : Максимум, 2001. — 669 с.
7. Финансовый менеджмент: теория и практика : учебник для вузов / [Стоянова Е. С., Крылов Т. Б., Балабанов И. Т. и др.] ; под общ. ред. Е. С. Стояновой. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Перспектива, 2004. — 656 с.

#### Резюме

У статті проаналізовано існуючі підходи до формування та розподілу прибутку підприємства. Визначено методи аналізу прибутку. Наведено способи читання фінансової звітності. Перераховано чинники впливу на прибуток. Визначено відповідальність керівника підприємства за прийняття необґрунтованого рішення.

**Summary**

The author studies, compares and analyses the legal approach to forming and allocation of firm profit. Methods of profit analysis are examined in this article. Financial accounting reading methods are presented. Factors influencing on profit are given. The top managers' responsibility for making unreasonable decisions is determined.

УДК 334:657.6]:004

*В. С. Климов*

*Научный руководитель канд. экон. наук Г. В. Довгаль*

**АКТУАЛЬНОСТЬ ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ  
АУДИТОРСКОЙ ФИРМЫ**

**Ключевые слова:** этапы аудита, оптимизация бизнес-процессов, программное обеспечение, экономическая эффективность, автоматизация, базы данных, аудиторская деятельность.

В жестких современных экономических условиях, когда конкуренция на рынке аудиторских услуг заставляет бизнес расширять арсенал своих конкурентных преимуществ, а «классический» набор последних уже не имеет значительного эффекта воздействия, приходится прибегать к поиску новых источников повышения конкурентоспособности предприятия.

Анализируя структуру издержек аудиторской компании, можно прийти к выводу, что существенную долю всех затрат фирмы составляют расходы на заработную плату. Это в принципе характерно для большинства фирм, занятых в сфере услуг. Например, издержки, связанные с оплатой труда аудиторов на аудиторской фирме «Харьков», составляют 45% от всех затрат предприятия. Аналогичный показатель компании ООО «Межрегиональная фирма «Экспертиза» составляет более 49%, а компании «Сервис-Аудит» превышает 60%.

Очевидно, что, сокращая расходы на заработную плату и не уменьшая при этом качество предоставляемых услуг, у предприятия появляется мощный рычаг в изменении ценообразования

на свои услуги, а также роста доходности компании. Это означает, что, при прочих равных условиях и при прежней цене на услуги, компания будет получать больше доходов, также имея возможность снижать цены по запросам рынка с меньшими для себя потерями (учитывая специфическое «персонифицированное» ценообразование данного вида деятельности). При кризисных условиях, которые мы можем наблюдать сейчас, наличие этого мощного инструмента особенно актуально.

Но как можно серьезно снизить затраты на оплату труда, не уменьшая качества предоставляемых услуг, то есть сохраняя при этом высококвалифицированные кадры компании? Ведь снижение заработной платы, кроме негативного социального эффекта, приведет и к падению качества предоставляемых услуг, а также к возможной потере специалистов.

Ответ следует искать в организационных инновациях. Необходимо оптимизировать определенные этапы работы аудиторов, автоматизировать бизнес-процессы аудиторской проверки с помощью использования информационных технологий. Другими словами, освободить рабочее время аудитора от выполнения механической работы, переложить эту работу на технику – компьютеризировать эти операции [1].

Необходимо отметить, что механическая составляющая аудиторского труда присутствует на всех основных этапах аудита:

- на этапе планирования (планирование времени и распределение обязанностей, контрольных показателей финансовой отчетности, показателей существенности);
- на этапе организации аудита (работа с разнообразными электронными документами, их обработка, группировка, анализ и агрегирование);
- на этапе контроля (внутренняя и внешняя проверка работы аудиторской команды, соответствие внутренним стандартам и стандартам аудита);
- на этапе подготовки и обоснования аудиторского заключения.

Это означает, что компьютеризация аудиторского процесса возможна на всех его этапах, а, следовательно, несет в себе большой потенциал эффективного снижения затрат. Использование программного обеспечения как инструмента оптимизации бизнес-

процессов не только сокращает издержки на заработную плату, но и имеет ряд других немаловажных эффектов. Например, увеличение прибыли предприятия от использования приложения. Прибыль увеличивается на ту величину, на которую сокращается время на обработку операции, ведь, по сути дела, программа выполняет работу аудитора, следовательно, выполняет какой-то определенный процесс из звеньев одной цепи – оказания услуги. За оказанную услугу компания получает прибыль, значит, эту прибыль можно распределить на время всей работы по оказанию услуги и на единицу времени. Таким образом, можно узнать, сколько прибыли получает компания от каждого процесса, который выполняется а, следовательно, и оптимизируется. То есть, заменяя работу аудитора, программа приносит прибыль компании, не принося при этом расходов на заработную плату. Аудитор, в свою очередь, выполняет другие операции, которые не подлежат автоматизации.

К прочим положительным эффектам можно отнести то, что с сокращением затрат на заработную плату мы сокращаем расходы на отчисления в социальные фонды (которые составляют более 17% всех затрат аудиторской компании), тем самым увеличивая статью доходов.

Также, оптимизируя бизнес-процессы, мы, сокращаем весь цикл выполнения услуги, получая, таким образом, еще одно конкурентное преимущество – скорость обработки заказа. А использование систем, содержащих в себе функции контроллинга, дополнительно несет в себе рост качества предоставляемых услуг, поскольку жесткий контроль операций является признаком качества таковых. Следовательно, рост качества и скорости обработки заказа приводят к росту нематериальных активов компании.

Таким образом, оптимизация бизнес-процессов аудиторской фирмы несет в себе огромный экономический эффект. Она позволяет увеличить активы и прибыль компании, снизить трудозатраты и получить мощный рычаг конкурентоспособности, как по цене, так и по качеству, а учитывая то, что аудиторская проверка государственных учреждений возможна только с наличием системы контроля качества аудиторского процесса, включающей в себя и этап контроля с использованием информационных технологий, то и получить выход на новые рынки.

Однако не стоит забывать, что уровень оптимизации зависит не от количества высвобождаемых операций, а от высвобождаемого рабочего времени аудитора. Это очень важный момент в этапе принятия решения об оптимизации деятельности компании. Многие предприниматели совершают ошибку, приняв решение о компьютеризации, увидев большое количество процессов, которое автоматизирует то или иное программное обеспечение, не учитывая того, что сами по себе эти процессы и их частота, выраженные во времени, занимают небольшую долю от всего рабочего времени аудитора. Последствиями такого решения может быть то, что затраты на приобретение и использование программного обеспечения не окупаются. Вследствие этого вместо конкурентных преимуществ компания получает в лучшем случае потерю доходов, а в худшем – терпит убытки. Это означает, что при принятии управленческого решения об автоматизации аудиторской деятельности, необходимо руководствоваться критериями экономической эффективности внедряемого программного продукта.

Кроме этого, необходимо правильно оценивать программное обеспечение, соотносить риски, которое оно несет в себе. Зарубежные авторы, такие как Рон Вебер, Карл Клоуз, выделяют следующие основные барьеры на пути внедрения использования компьютерной техники и технологии в контроле и аудите [5]:

- аудит финансовой отчетности, согласно Международным стандартам аудита, основывается на профессиональном суждении аудитора, его опыте и интуиции. Бездумная компьютеризация аудита при этом может привести к такой его автоматизации, которая повлечет за собой ряд ошибок при проведении аудита;

- риски, связанные с использованием компьютерных систем обработки данных могут быть значительными. При этом вероятность неправильной обработки данных или потеря части информации является реальной угрозой правильности аудиторского заключения.

Кроме этого информация, используемая программой, должна быть хорошо защищена, поскольку утечка данных в третьи руки может повлечь за собой как падение стоимости бренда компании, так и дополнительные расходы, связанные с судебными издержками.

Ведущие мировые аудиторские компании, такие как «KPMG», «PricewaterhouseCoopers», «Deloitte&Touch», давно используют специальные компьютеризированные системы, помогающие автоматизировать аудиторскую деятельность [2]. Ситуация в нашей стране и СНГ еще далека от идеала. Данные исследования «Потенциальный спрос на услуги автоматизации бизнес-процессов со стороны аудиторских фирм», проведенного российским агентством «Эксперт», свидетельствуют о том, что более 50% аудиторских компаний из тех, что принимали участие в исследовании, не имеют никакой информации о системах автоматизации, предназначенных для аудиторской деятельности [3]. Нехватку информации специалисты считают основным фактором, сдерживающим рост автоматизации аудита, вместе с другим фактором – низким качеством имеющихся предложений. Несмотря на это, все больше аудиторских компаний считают необходимым внедрение автоматизированных систем в их деятельность и ждут, что это будет способствовать повышению эффективности и качеству работы.

В России уже появилось около десяти специализированных программных продуктов местной разработки. К наиболее удачным из них можно отнести: «Ассистент Аудитора», «Помощник аудитора», «Abacus Professional», «ЭкспрессАудит: ПРОФ», «IT Audit: Аудитор». В Украине состояние дел с внедрением современных технологий в аудит отстает от желаемого – ни одного программного продукта собственной разработки, кроме адаптированной российской системы «IT Audit: Аудитор».

В нашей стране самой большой проблемой остается отсутствие выбора программного обеспечения, а также отсутствие полной совместимости программного продукта с конкретной аудиторской компанией. Это проявляется в различии к подходам и методам проведения проверки, личных предпочтениях аудиторов к функционированию приложений. Так, использование программы «IT Audit: Аудитор» на аудиторской фирме «Экспертиза», входящей в консалтинговую корпорацию «Рубаненко и партнеры», не принесло ожидаемых результатов. Программа разработана под российский рынок аудиторских услуг. Различия в бухгалтерском и налоговом учете соседних стран, специфическое бухгалтерское программное обеспечение клиентов, большие затраты времени на обучение персонала и неудобный интерфейс

программного продукта, а также ряд других проблем, связанных с функционированием и администрированием программы, привели к тому, что корпорация была вынуждена отказаться от использования данной системы автоматизации процесса аудита. Но неудачная попытка внедрения программного обеспечения не остановила компанию в поисках решения данной проблемы. Это привело к тому, что возник спрос на создание индивидуального программного продукта по автоматизации аудиторской деятельности, специально разработанного под эту компанию. Модули и блоки, необходимые для автоматизации деятельности, составлялись совместно с ведущими аудиторами этой компании. Таким образом, было создано приложение «KlimAudit», разработанное автором этой статьи В. Климовым.

Отсутствие специального методического обеспечения экономического обоснования, как создания, так и внедрения программного продукта в аудиторскую компанию, поставило перед автором новые проблемы. Как оценить экономическую эффективность от внедрения? Ведь существуют факторы, которые невозможно достоверно учесть. Например, к таким факторам можно отнести уровень затрат предприятия на обучение персонала работе с программой и издержки с ее эксплуатацией, частоту и длительность оптимизируемых операций, реальный срок использования программного обеспечения и т. д.

В ходе разработанной методики был оценен ориентировочный экономический эффект от внедрения программного продукта «KlimAudit». При условии бесплатного распространения программного продукта, экономический эффект составит около 16000 грн/год, что соответствует увеличению чистой прибыли компании на 16%.

Подводя итоги, хочется отметить, что в современной экономической ситуации при новых подходах к ведению бизнеса необходимо всегда быть первым, на шаг впереди от конкурентов. Это касается всех видов деятельности, в том числе и аудиторской. Повышение качества обслуживания клиентов, темпов обработки информации, сокращение трудозатрат и увеличение прибыли – вот основные стимулы и преимущества внедрения программных продуктов в аудиторскую деятельность. Вместе с тем надо осторожно относиться к нововведениям. Ведь от качества програм-

много обеспечения, его функционирования и эффективности зависит и отдача капиталовложений.

### Список литературы

1. Інформаційні технології в обліку та аудиті. Аудит інформаційних технологій : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 листоп. 2006 р. – Харків : ВД «Фактор», 2006. – 213 с.

2. Ивахненко С. Современные информационные технологии управления предприятием и бухгалтерия: проблемы и вызовы / С. Ивахненко // Бухгалт. учет и аудит. – № 4. – 2006. – С. 52–59.

3. Работать напряженно или работать эффективно. Организация работы аудитора [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://consulting.ru/262mgmtl\\_1](http://consulting.ru/262mgmtl_1).

4. Терехин К. Книга коммерческого директора / К. Терехин. – СПб. : Питер, 2007. – 224 с.

5. Weber R. Information systems control and audit / R. Weber. – Upper Saddle River, Prentice-Hall, Inc., 1999. – 1013 с.

### Резюме

У статті розкривається актуальність впровадження спеціальних комп'ютерних програм для забезпечення оптимізації та автоматизації бізнес-процесів аудиторської фірми. Розглянуто основні недоліки та переваги впровадження і користування програмним забезпеченням, що дає можливість суттєвої автоматизації бізнес-процесів аудиторської фірми. Зроблено висновок щодо необхідності розробки методики обґрунтування економічної ефективності впровадження таких систем.

### Summary

The author has analyzed the importance of special computer programs improvement for the business process optimization and mechanization for consulting firms. The main advantages and disadvantages connected with soft programs improvement and utilization were described. The author comes to a conclusion to work up the methods of economical effectiveness of soft programs improvement.

УДК: 658.589

*О. А. Кононенко**Научный руководитель канд. экон. наук Э. И. Цыбульская*

## УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Ключевые слова:** инновационное развитие предприятия, потенциал предприятия, графическая интерпретация.

Отечественные предприятия функционируют в условиях перехода от экономики сырьевой направленности к экономике с доминирующей инновационной составляющей. Поддержание важных экономических показателей на заданном уровне (экономической устойчивости) требует расходов на адаптацию внутренней среды предприятия к этим условиям. Это во многом зависит от инновационного потенциала предприятия.

Вопросы инновационного развития и экономически устойчивого функционирования предприятия затрагиваются в работах как отечественных, так и зарубежных исследователей, среди которых можно указать таких ученых, как И. В. Багрова, Т. И. Тищенко, А. А. Трифилова, С. В. Валдайцев, Дж. Готтвалд, А. П. Градов, А. Ю. Егоров, Ю. А. Карпова, Дж. М. Кейнс, Р. Клоэс, А. А. Колобов, М. В. Конотопов, В. Д. Маркова, И. Н. Омельченко, Е. В. Попова, А. А. Трифилова, М. И. Туган-Барановский, Д. В. Хавин, Й. Шумпетер [1–5]. На данном этапе развития остро стоит вопрос оценки инновационного потенциала предприятия. Уже есть некоторые наработки И. В. Багровой и Т. И. Тищенко графических методов оценки инновационного потенциала предприятия [1].

Цель: развитие методологической базы оценки инновационного потенциала предприятия.

В соответствии с поставленной целью были сформулированы следующие основные задачи:

- разработать методику оценки;
- графически представить интерпретацию разработанной методики.

Предложенная методика оценки состояния инновационного потенциала предприятия производится на основании экспертных оценок по следующим пяти блокам:

а) продуктовый блок (оценка качества, рентабельности и объема продаж продукта, состояние ресурсов и функций – НИОКР, производства, реализации, сервиса);

б) функциональный блок (компоненты функционального блока – стадии жизненного цикла изделий);

в) ресурсный блок позволяет оценить материально-технические, трудовые, информационные и финансовые ресурсы предприятия;

г) организационный блок включает в себя оценку организационной структуры, технологии процессов по всем функциям и проектам и организационной культуры;

д) управленческий блок.

Каждый блок имеет свою степень значимости, которая определяется экспертным путем (табл. 1). В разрезе каждого блока есть отдельные составляющие со своим удельным весом, определяемым тоже экспертным путем (табл. 2).

*Таблица 1*

**Экспертные оценки блоков инновационного потенциала**

Блок	Степень значимости
1. Продуктовый блок	0,15
2. Функциональный блок	0,15
3. Ресурсный блок	0,30
4. Организационный блок	0,15
5. Управленческий блок	0,25

Шкала оценок: «5» – очень хорошее состояние, абсолютно удовлетворяющее нормативной модели достижения инновационной цели; «4» – хорошее состояние, удовлетворяющее нормативной модели, не требует изменений; «3» – среднее состояние, требует некоторых ограниченных изменений, чтобы довести до требований нормативной модели; «2» – плохое состояние, требует серьез-

**Оценка инновационного потенциала предприятия  
на примере Купянского филиала ОАО «Харьковгаз»**

№	Компоненты блоков оценки инновационного потенциала	Уровень состояния компонентов					Удельный вес
		Слабые стороны			Сильные стороны		
1	2	3	4	5	6	7	8
1. ПРОДУКТОВЫЙ БЛОК (оценка качества, рентабельности и объема продаж продукта, состояние ресурсов и функций – НИОКР, производства, реализации, сервиса)							0,15
1.1	Состояние продуктового проекта № 1			3			0,25
1.2	Состояние продуктового проекта № 2			3			0,25
1.3	Состояние продуктового проекта № 3					5	0,25
1.4	Состояние продуктового проекта № 4				4		0,25
Итоговая оценка состояния продуктового блока (портфеля)		3,75					
2. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ БЛОК (компоненты функционального блока – стадии жизненного цикла изделий)							0,15
2.1	НИОКР, опытно-экспериментальные и испытательные работы	1					0,3
2.2	Производство: основное и вспомогательное				4		0,2
2.3	Маркетинг и сбыт (продажи)					5	0,25
2.4	Сервисные работы для потребителей					5	0,25
Итоговая оценка состояния функционального блока		3,6					
3. РЕСУРСНЫЙ БЛОК							0,3
3.1	Материально-технические ресурсы						0,2
1) сырье, материалы, топливо и энергия, комплектующие				3			0,35
2) площади и рабочие места, связь и транспорт						5	0,3
3) оборудование и инструменты					4		0,35
Итоговая оценка состояния материально-технических ресурсов		3,95					
3.2	Трудовые ресурсы						0,3
1) состав и компетентность руководителей			2				0,35
2) состав и квалификация специалистов				3			0,35
3) состав и квалификация рабочих				2			0,3
Итоговая оценка состояния трудовых ресурсов		2,35					
3.3	Информационные ресурсы						0,25

Продолжение табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8
1)	научно-технический задел: патенты и ноу-хау; научно-техническая информация	2					0,4
2)	экономическая информация			3			0,3
3)	коммерческая информация				4		0,3
Итоговая оценка состояния информационных ресурсов		2,9					
3.4	Финансовые ресурсы	0,25					
1)	возможности финансирования из собственных средств	2					0,35
2)	обеспеченность оборотными средствами			3			0,35
3)	обеспеченность средствами на зарплату			3			0,3
Итоговая оценка состояния финансовых ресурсов		2,65					
<b>ИТОГО ПО ВИДАМ РЕСУРСОВ</b>							
1	Состояние материально-технических ресурсов	3,95				0,2	
2	Состояние трудовых ресурсов	2,35				0,3	
3	Состояние информационных ресурсов	2,9				0,25	
4	Состояние финансовых ресурсов	2,65				0,25	
Итоговая оценка состояния ресурсного блока		2,8825					
<b>4. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ БЛОК</b>							0,15
4.1	Организационная структура	0,3					
1)	конфигурация: звенья, диапазон и уровни управления				4		0,25
2)	функции: состав и качество разделения труда					5	0,25
3)	качество внутренних и внешних вертикальных и горизонтальных, прямых и обратных связей				4		0,25
4)	отношения: разделение прав и ответственности					5	0,25
Итоговая оценка состояния организационной структуры		4,5					
4.2	Технология процессов по всем функциям и проектам	0,3					
1)	прогрессивность используемых технологий и методов		2				0,5
2)	уровень амортизации			3			0,5
Итоговая оценка состояния технологии		2,5					
4.3	Организационная культура	0,4					
1)	коммуникационная система и язык общения				4		0,35
2)	традиции, опыт и вера в возможности организации					5	0,35
3)	трудовая этика и мотивирование				4		0,3
Итоговая оценка состояния организационной культуры		4,35					

Продолжение табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТАМ ОРГАНИЗАЦИОННОГО БЛОКА							
1	Организационная структура	4,5				0,3	
2	Технология процессов	2,5				0,3	
3	Организационная культура	4,35				0,4	
Итоговая оценка состояния организационного блока		3,84					
5. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ БЛОК							0,25
5.1	Общее, функциональное и проектное руководство			4		0,3	
5.2	Система управления: планирование, организация, контроль, стимулирование, координация			3		0,4	
5.3	Стиль управления ( сочетание автономности и централизации)			3		0,3	
Итоговая оценка состояния управленческого блока		3,3					
ИТОГО ПО БЛОКАМ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА							
1	Состояние продуктового блока	3,75				0,15	
2	Состояние функционального блока	3,6				0,15	
3	Состояние ресурсного блока	2,9				0,3	
4	Состояние организационного блока	3,84				0,15	
5	Состояние управленческого блока	3,3				0,25	
Итоговая оценка состояния инновационного потенциала		3,37					

ных изменений; «1» – очень плохое состояние, требует радикальных преобразований. Данная методика апробирована нами на Купянском филиале ОАО «Харьковгаз» (табл. 2).

Рассчитаем значение каждого блока инновационного потенциала предприятия по формуле:

$$B_{cp} = \sum B \cdot k, \quad (1.1)$$

где  $B_{cp}$  – количество баллов блока;

$B$  – оценка отдельного компонента блока, баллы;

$k$  – весомость компонента.

Расчеты по Купянскому филиалу ОАО «Харьковгаз» представлены в табл. 3.

Следующим шагом методики является ее графическая интерпретация. Суть графической интерпретации сводится к постро-

Таблиця 3

**Расчет средневзвешенной оценки отдельных блоков  
инновационного потенциала Купянского филиала  
ОАО «Харьковгаз»**

Блок	Оценка, баллы	Весомость компонента	Бср
Продуктовый блок	3,8	0,15	0,56
Функциональный блок	3,6	0,15	0,54
Ресурсный блок	2,9	0,30	0,87
Организационный блок	3,8	0,15	0,58
Управленческий блок	3,3	0,25	0,83
ИТОГО		3,37	

нию пяти шкал, которые соответствуют пяти блокам. Каждая шкала имеет максимальное значение пять баллов и минимальное — ноль баллов. По каждой шкале откладываются значения, которые были рассчитаны в табл. 2 и табл. 3.

Преимущество графической интерпретации сводится к тому, что сразу наглядно видны болевые точки. Наибольшей болевой

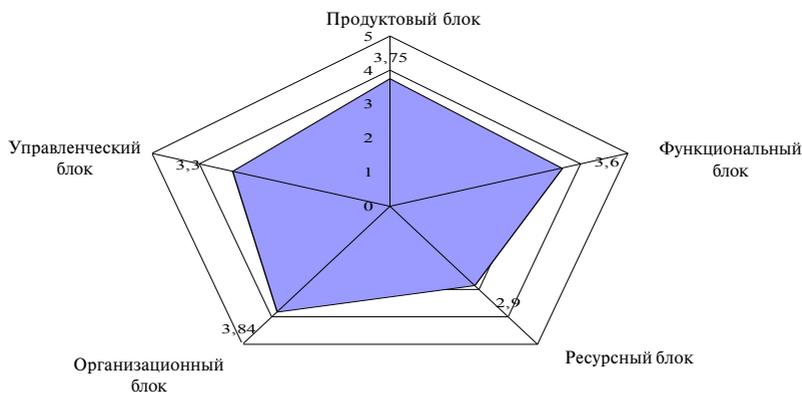


Рис. 1. Графическая интерпретация оценки инновационного потенциала Купянского филиала ОАО «Харьковгаз»

точкой Купянского филиала ОАО «Харьковгаз» является ресурсный блок (рис. 1). В связи с этим более детально рассмотрены болевые точки ресурсного блока (рис. 2). Как видно из рис. 2 состояние трудовых ресурсов является наилучшим.



Рис. 2. Графическая интерпретация оценки ресурсного блока инновационного потенциала Купянского филиала ОАО «Харьковгаз»

Предложенная методика оценки инновационного потенциала предприятия позволяет оценивать его балльным методом по пяти блокам: продуктовому, функциональному, ресурсному, организационному и управленческому. Интегральная оценка сводится к нахождению суммы средневзвешенных значений отдельных блоков инновационного потенциала. Графическая интерпретация методики позволяет наглядно и быстро увидеть «болевые блоки», а при более детальном анализе и компоненты блоков инновационного потенциала, что поможет своевременно принять управленческие решения по их ликвидации.

#### Список литературы

1. Багрова И. В. Графические методы оценки инновационного потенциала предприятия / И. В. Багрова, Т. И. Тищенко // Бизнес информ. – 2008. – № 11. – С. 4–7.
2. Гутнер Л. М. Методологические проблемы измерения / Л. М. Гутнер. – Л. : Наука, 1973.
3. Соколова Г. А. Роль инновационных процессов в модернизации

постсоветской промышленности / Г. А. Соколова // Общество и экономика. — 2001. — № 2. — С. 163—180.

4. Коробейников О. П. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия / О. П. Коробейников, А. А. Трифилова // Менеджмент в России и за рубежом. — 2000. — № 3. — С. 29—43.

5. Федулова Л. І. Інноваційна економіка : підручник / Л. І. Федулова. — К. : Либідь, 2006.

### **Резюме**

У статті запропоновано нову методику оцінки інноваційного потенціалу підприємства, яка дозволяє оцінювати його за п'ятьма блоками. Інтегральна оцінка зводиться до знаходження суми середнього значення окремих блоків інноваційного потенціалу. Графічна інтерпретація методики дозволила наочно та швидко розпізнати «більші точки» підприємства.

### **Summary**

The method of enterprise innovation potential estimation was designed in the article. This approach allows to estimate the innovative potential of an enterprise using five indicators. The integral estimation offers the total estimation on the basis of the indicators. Graphic presentation of the method gives the opportunity to see «weak points» of an enterprise.

УДК 658.148

*Л. В. Коробка*

*Научный руководитель канд. экон. наук Е. Е. Дахнова*

## **ПОЛИТИКА ФОРМИРОВАНИЯ ЗАЕМНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Ключевые слова:** заемный капитал, кредит, прибыль, эффект финансового рычага.

Повышение эффективности бизнеса невозможно только в рамках собственных ресурсов предприятий. Для расширения их финансовых возможностей необходимо привлечение дополнительных заемных средств с целью увеличения вложений в собственный бизнес, получения большей прибыли. В связи с этим управление формированием заемного капитала — одно из важней-

ших функциональных направлений регулирования корпоративных финансов.

Проблема обеспечения предприятия финансовыми ресурсами, как долгосрочного характера, так и краткосрочного характера, является актуальной для осуществления процесса расширенного воспроизводства. Источниками заемного капитала могут стать средства, привлекаемые на рынке ценных бумаг, и кредитные ресурсы. Выбор источника долгового финансирования и стратегия его привлечения определяют базовые принципы и механизмы организации финансовых потоков предприятия. Эффективность и гибкость управления формированием заемного капитала способствуют созданию оптимальной финансовой структуры капитала предприятия.

Таким образом, актуальность исследования обусловлена необходимостью дальнейшего научного анализа управления формированием заемного капитала предприятия, которое оказывает непосредственное влияние на финансовый результат деятельности предприятия, что, во-первых, позволит выбрать и обосновать наиболее рациональную стратегию привлечения заемных средств, а, во-вторых, определить возможные пути и необходимые меры по привлечению капитала в реальную сферу производства.

Теоретические и практические аспекты управления заемным капиталом с разной степенью полноты рассматривались в работах А. Аракеляна, И. Барейша, Ю. Дементьевой, О. Деришевой, И. Диркова, А. Иванова, М. Йоффе, Е. Калининой, В. Карбовского, Д. Карякина, А. Килячкова, А. Козлова, А. Колягина, С. Лялиной, В. Петрова, А. Саркисяна, С. Суверова, Л. Токун, А. Третьякова, М. Фаненко, Л. Храпченко, С. Шовикова, А. Шуракова и др.

Несмотря на большое количество работ, посвященных управлению заемным капиталом предприятия, существует потребность в комплексной разработке теоретических и практических вопросов его формирования.

Целью статьи является анализ инструментов оценки эффективности привлечения заемных средств предприятия, а также возможности их практического применения в принятии финансовых решений.

Любая компания должна оплачивать свои счета так, чтобы еще оставалось достаточно средств на улучшение бизнеса. Но

основная цель бизнеса состоит в приращении стоимости предприятия, а значит, и в увеличении богатства владельцев, посредством расширения бизнеса. «Увеличение богатства владельца» — звучит довольно просто. Все, что для этого нужно, — это продавать хорошие товары и услуги дороже издержек их производства. Однако, прежде чем начать получать какую-либо выручку от продаж, потребуется определенное количество средств, чтобы «запустить» бизнес. Но, даже поставив свое предприятие на ноги, невозможно избавиться от необходимости иметь внешний источник финансирования: может понадобиться дополнительная наличность, чтобы пережить спад или обновить производственные мощности и оборудование.

Поскольку без денег деньги не сделаешь, компании часто сталкиваются с необходимостью брать дополнительные средства в долг. В использовании заемных средств для извлечения прибыли проявляется действие механизма заимствования; заем в данном случае используется в качестве «рычага»: он повышает потенциал заемщика в производстве прибыли. Если объединить собственные средства (капитал) с заимствованными средствами, то увеличивается объем капитала, который можно вложить в дело. До тех пор пока норма прибыли на заемные средства превышает процент, который платится за этот заем, дела идут хорошо. Однако механизм заимствования — палка о двух концах: он может увеличить прибыль, но может и принести убытки.

Заимствование осложняется тем, что имеет множество источников, и с каждым из них связаны свои преимущества и недостатки, издержки и выгоды. Задача финансового менеджера — найти такое сочетание источников финансирования, которое имело бы наименьшую цену. Процесс этот динамичный, поскольку изменение экономических условий сказывается и на стоимости кредита.

Помимо поиска источников финансирования финансовый менеджер должен следить за эффективностью расходования средств. У большинства компаний потенциальных статей расхода множество, а размеры капитала ограничены. Чтобы выбрать наиболее рациональный способ расходования средств, управляющему финансами необходимо разработать такую методику отбора, которая позволила бы безошибочно определить варианты, более других соответствующие целям компании.

Одним из основных инструментов, как говорилось выше, применяемых финансовыми менеджерами, является так называемый эффект финансового рычага [1, с. 124].

Эффект финансового рычага (ЭФР) – это приращение к рентабельности собственных средств, получаемое благодаря использованию кредита, несмотря на платность последнего.

Предприятие, использующее только собственные средства, ограничивает их рентабельность. При использовании кредита увеличивается либо уменьшается рентабельность собственных средств (РСС), в зависимости от соотношения собственных средств (СС) и заемных средств (ЗС) в пассиве и от величины средней расчетной ставки процента (СРСП):

$$\begin{aligned} \text{РСС} &= 2/3 \cdot \text{ЭР} + \text{ЭФР}, \\ \text{ЭФР} &= f(\text{СС}/\text{ЗС}, \text{СРСП}). \end{aligned}$$

Нетрудно заметить, что ЭФР возникает из расхождения между экономической рентабельностью (ЭР) и «ценой» заемных средств – СРСП. Это и есть первая составляющая ЭФР, называемая дифференциалом. С учетом налогообложения:

$$\text{дифференциал} = 2/3 (\text{ЭР} - \text{СРСП}).$$

Вторая составляющая ЭФР – плечо рычага – характеризует силу воздействия финансового рычага. Это соотношение между заемными (ЗС) и собственными средствами (СС):

$$\text{плечо финансового рычага} = \text{ЗС}/\text{СС}.$$

Соединив обе составляющие ЭФР, получим:

$$\text{уровень ЭФР} = 2/3 \cdot (\text{ЭР} - \text{СРСП}) \cdot \text{ЗС}/\text{СС}.$$

В более общем виде:

$$\begin{aligned} \text{уровень ЭФР} &= (1 - \text{ставка налогообложения прибыли}) \cdot \\ &\cdot (\text{ЭР} - \text{СРСП}) \cdot \text{ЗС}/\text{СС}. \end{aligned}$$

Данная формула открывает перед финансовым менеджером широкие возможности по определению безопасного объема заемных средств, расчету допустимых условий кредитования, облегчению налогового бремени для предприятия, определению целесообразности приобретения акций предприятия с теми или

иными значениями дифференциала, плеча рычага и уровня ЭФР в целом.

Итак, уровень ЭФР зависит от дифференциала и плеча финансового рычага. При этом между ними существует противоречие и неразрывная связь. Так, при наращивании заемных средств финансовые издержки по «обслуживанию долга», как правило, утяжеляют СРСП и это (при данном уровне ЭР) ведет к сокращению дифференциала. В свою очередь сокращение дифференциала компенсируется очередным повышением значения финансового рычага.

Отсюда вытекает важнейшее правило: если новое заимствование приносит предприятию увеличение уровня ЭФР, то такое заимствование выгодно. Но при этом необходимо внимательнейшим образом следить за состоянием дифференциала: при наращивании плеча рычага банкир склонен компенсировать возрастание своего риска повышением цены своего «товара» – кредита.

Другое важное правило: риск кредитора выражен величиной дифференциала: чем больше дифференциал, тем меньше риск, чем меньше дифференциал, тем больше риск.

Е. С. Стоянова [3, с. 89] предлагает методику определения относительно безопасного привлечения заемных средств. Для этого используются статистические графики:

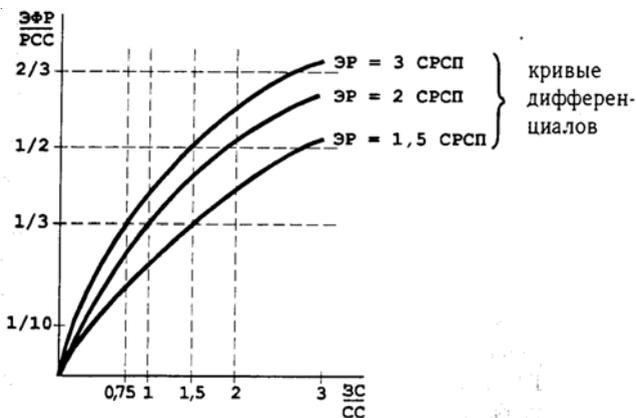


Рис. 1. Варианты и условия привлечения заемных средств

Графики нужны для определения относительно безопасных значений ЭР, РСС, СРСП и плеча рычага. Из графиков видно, что чем меньше разрыв между ЭР и СРСП, тем большую долю приходится отводить на заемные средства для подъема РСС, но это небезопасно при снижении дифференциала.

Возникает вопрос: «К какому значению ЭФР нужно стремиться?». Многие западные экономисты считают, что золотая середина близка к 30–50 процентам, т. е. ЭФР оптимально должен быть равен одной трети – половине уровня ЭР активов. Тогда ЭФР способен как бы компенсировать налоговые изъятия и обеспечить собственным средствам достойную отдачу. Более того, при таком соотношении между ЭФР и ЭР значительно снижается акционерный риск.

Таким образом, чтобы определить оптимальные условия получения кредита и рассчитать его сумму, необходимо выполнить следующие процедуры:

1. Установить приемлемую степень снижения дифференциала, определить его величину и исходя из этого рассчитать ставку процента по будущему кредитному договору, вводя в вычисления прогнозируемый уровень ЭР.

2. Предприятие выбирает желательный уровень ЭФР (рекомендуется:  $1/3$  и  $1/2$  от ЭР) и соответствующую горизонталь на графике.

3. Далее остается определить, вписывается ли рассчитанная ранее «по потребностям» сумма кредита в безопасное значение плеча рычага.

4. Следует предусмотреть какой-то резерв заемной способности на случай возможных затруднений.

В дальнейшем научные исследования будут направлены на анализ сопряженного воздействия финансового и операционного рычагов, а также на выявление совокупного уровня риска, связанного с их применением.

#### Список литературы

1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. – К. : Эльга : Ника-Центр, 2001. – Т. 2. – 511 с.

2. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами : пер. с англ. / Дж. К. Ван Хорн. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 799 с.

3. Финансовый менеджмент. Российская практика / Е. С. Стоянова. – М. : Перспектива, 1995.
4. Миронов М. Г. Финансовый менеджмент / М. Г. Миронов, Е. А. Замедлина, Е. В. Жарикова. – М. : Экзамен, 2004.

### **Резюме**

Ця стаття розглядає проблеми ефективності залучення запозиченого капіталу на підприємстві, наводяться приклади найбільш раціональних методів запозичення та аналіз їх використання.

### **Summary**

This article deals with the problems of loan capital attraction efficiency. The examples of the most efficient methods of the borrowing mechanism and the analysis of their usage are given.

УДК 658.011.4:656.2(477)

*С. В. Коровин*

*Научный руководитель канд. экон. наук В. Г. Яременко*

## **АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОЙ ОТРАСЛИ В УКРАИНЕ**

**Ключевые слова:** эффективность, этапы реформирования, конкурентоспособность, железнодорожный транспорт.

На этапе трансформации экономики Украины, ее интеграции в Европейское сообщество важным элементом является соответствие всех составляющих экономической системы нормам и стандартам европейского уровня. Железная дорога – наиболее загруженный сегмент в транспортной системе Украины. Поэтому и была выбрана тема анализа потенциальных путей повышения эффективности именно данной отрасли.

Предприятия железных дорог Украины сталкиваются с рядом проблем в деятельности железнодорожного транспорта, одной из которых является недостаточный уровень институционализации экономики [1].

Другая проблема – это то, что пассажирские перевозки являются убыточными, поэтому железные дороги должны осуществлять перекрестное субсидирование за счет грузовых перевозок [2]. Преодоление этих проблем предоставит возможность развиваться железным дорогам и создавать экономическую предпосылку для интеграции в европейскую транспортную отрасль.

Различные аспекты данной проблематики исследовали: П. П. Мельников, Д. И. Журавский, Я. М. Ганнел, С. П. Сырмятников, В. Н. Образцов. В их работах проведен анализ вопросов и противоречий деятельности предприятий железнодорожной отрасли. Опираясь на полученные результаты, мы можем предложить некоторые пути решения проблемы.

Ввиду сложившейся ситуации возникает необходимость глобальной перестройки, а средством может послужить реформирование отрасли. Актуальность программы реформирования на сегодняшний день остается бесспорной и предопределяется поддержкой государства в проведении реформирования [3].

Целью настоящей статьи является определение и разработка вероятных путей повышения эффективности железнодорожной отрасли, а также рассмотрение как одного из наиболее глобальных проектов реформирования данной отрасли. Будут проанализированы предпосылки, конкретные действия и эффект от данного мероприятия.

Таким образом, учитывая вышеприведенное, можно выделить определенные первоочередные действия, которые призваны способствовать стабилизации работы отрасли и повышения уровня обслуживания:

- повышение эффективности функционирования отрасли путем доступности для всех слоев населения и субъектов ведения хозяйства;
- поддержание курса расширения дополнительных услуг и свободного доступа пользователей;
- усовершенствование системы управления отраслью;
- создание благоприятных условий для привлечения инвестиций;
- интеграцию железнодорожной отрасли на европейском транспортном рынке;
- дотации в отрасль (льготы, компенсации) [3; 4].

Необходимыми условиями реформирования отрасли являются:

- сохранение железных дорог в государственной собственности, так как железная дорога играет одну из наиболее важных и доходных отраслей народного хозяйства и является стратегически важным объектом.

- сохранение существующей структуры железных дорог как производственно-технологических комплексов;

- адаптация законодательства, которое регулирует правовую базу существования железных дорог;

В соответствии со сравнительным анализом, проведенным специалистами транспортной отрасли относительно наиболее благоприятной организационно-правовой формой ведения хозяйства, является Государственная акционерная компания «Украинские железные дороги», при этом 100%-ный пакет акций данной компании находится в собственности государства. Такой подход, по нашему мнению, является наиболее благоприятным для транспортной отрасли, в связи с тем, что имущество железных дорог сохраняется в собственности государства. Это даст возможность органам государственной власти контролировать рынок пассажирских и грузовых перевозок, способствовать эффективному взаимодействию между перевозчиками и администрациями железных дорог, проводить мобилизационную политику отрасли, поддерживать социальную сферу деятельности железных дорог, контролировать деятельность железных дорог на межгосударственном рынке перевозок и обеспечит органическое сочетание управления отраслью с рыночным механизмом ведения хозяйства [2].

Реформирование отрасли предусмотрено путем создания вертикально интегрированной системы управления.

Основными этапами реформирования железнодорожного транспорта, которые будут способствовать техническому и экономическому переоснащению железных дорог, являются:

- разграничение хозяйственных функций и функций государственного управления;

- образование единого субъекта хозяйствования на базе «Укрзалізниці» и подчиненных ей железных дорог;

- разграничение в системе железнодорожной отрасли естест-

венно монопольного и конкурентного секторов, обеспечение доступности инфраструктуры к потребителям;

– формирование структуры деятельности железных дорог по видам основной коммерческой деятельности;

– усовершенствование системы регулирования тарификации на перевозку;

– сохранение объектов социальной сферы;

– усовершенствование организационно-правовых условий для охраны труда, формирование кадрового персонала и т. д.

Реформирование железнодорожной отрасли нами предусмотрено провести в три этапа:

1-й этап – создание необходимой законодательной базы для проведения реформирования с соответствующим разграничением функций государственного управления и управления хозяйственной деятельностью. Для достижения оптимальной цели необходимо разработать и утвердить законопроект, который определит особенности реформирования и ограничит право на отчуждение имущества путем внесения изменений в Закон Украины «О перечне объектов права собственности, которые не подлежат приватизации». По мнению автора, изменения необходимы для недопущения бесосновательного отчуждения имущества железных дорог в период реформирования. Создание на базе «Укрзалізниці» железных дорог и предприятий отрасли Государственной акционерной компании «Украинские железные дороги» (в дальнейшем – Компания), как единого производственно-технологического комплекса. В Уставе Компании необходимо предусмотреть использование имущества железных дорог и подчиненных подразделений. При этом 100% акций Компании должны находиться в государственной собственности. Достижение этой цели предусматривается путем проведения полной инвентаризации имеющегося имущества. После проведения инвентаризации и образования Компании железной дороги структурные подразделения реорганизуются в филиалы, а другие предприятия Компании будут преобразованы в ее дочерние предприятия. Также на данном этапе предусмотрено реформирование финансово-экономической системы. Общая характеристика эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятий может быть дана с помощью таких показателей, как:

- 1) эффективность использования основных фондов;
- 2) эффективность инвестиций;
- 3) эффективность использования трудовых ресурсов;
- 4) общая эффективность хозяйственной деятельности.

2-й этап — будут решены следующие вопросы:

— выведение из состава железных дорог подразделений, которые осуществляют грузовые и пассажирские перевозки, производят ремонт вагонов, путей и других сооружений;

— создание финансово-экономических условий для уменьшения перекрестного субсидирования грузовыми перевозками пассажирских;

— определение целесообразности дальнейшего образования дочерних предприятий Компании;

— создание организационно-правовой формы для повышения уровня конкуренции в сфере грузовых перевозок и механизма правовой регуляции деятельности операторских компаний перевозчиков путем усовершенствования их взаимодействия с железными дорогами.

3-й этап — проведение полного разграничения функций управления объектами инфраструктуры железных дорог и перевозок, для чего предусмотрены следующие действия:

— выведение из состава Компании непрофильных предприятий и производств, не задействованных в процессе перевозки;

— образование предприятий по перевозке пассажиров в пригородном и междугородном сообщении;

— создание финансовой модели, которая обеспечит распределение финансовых потоков по видам деятельности, что в дальнейшем должно перейти в четкое планово-сметное финансирование;

С целью поддержания на должном уровне финансирования и повышения мотивации труда на железнодорожном транспорте предусматривается следующее:

— рост заработной платы путем постепенного повышения с учетом соответствующих индексов инфляции;

— создание прозрачного механизма, который обеспечит выплату вознаграждения работникам в зависимости от реальных результатов их труда, и, по мнению автора, предоставит возможность остановить отток высококвалифицированных кадров;

Также предусмотрена полная защита социальной сферы как

дополнительный стимул для высокопродуктивного труда работников, а именно:

- реализация четкой политики социальной защиты работников железных дорог;
- разработка и реализация действенных социальных стандартов;
- решение проблем, связанных с созданием надлежащих условий для труда и его оплаты в рамках заключенного отраслевого соглашения;
- совершенствование существующего медицинского обслуживания и доведение его до уровня европейских стандартов;
- создание условий для повышения квалификации кадрового персонала.

С целью улучшения качества обслуживания программой предусмотрено постепенное обновление парка подвижного состава за счет собственных средств, а также дотаций и ассигнования государством, для выхода на европейской уровень движения и обслуживания пассажиров.

Результатом проведения политики реформирования должно стать планомерное развитие железных дорог, повышение эффективности и создание конкурентного рынка перевозок, образование новых предприятий различных форм собственности, которые будут предоставлять услуги грузовых и пассажирских перевозок.

Руководствуясь проведенным мониторингом законодательства и экономической спецификой развития железнодорожной отрасли, можно сделать вывод о том, что концепция реформирования железнодорожной отрасли должна способствовать улучшению уровня обслуживания пассажиров и ликвидации убыточности пассажирских перевозок, повысить эффективность грузовых перевозок, создать прозрачную конкуренцию на рынке транспортных услуг, стимулировать развитие транспортного машиностроения, а также социальной сферы с целью сохранения кадрового потенциала.

#### Список литературы

1. Бухгалтерский учет на железнодорожном транспорте / Н. В. Чебанова, А. П. Бочаренков, Ю. А. Василенко и др. — Х. : ХарДАЗТ, 2001. — Ч. 2. — 158 с.

2. Про железнодорожный транспорт : Закон Украины от 04.06.1996 № 273/96-ВР // Лига : Закон [Электронный ресурс] . – К., 2008
3. Макаренко М. В. Реформирование бухгалтерского учета на железнодорожном транспорте Украины / под ред. М. В. Макаренко, Ю. М. Цветков ; сост. Н. С. Соколовская, В. И. Труханова, Т. С. Рябчун [и др.]. – К. : Киев. ун-т экономики и технологий транспорта, 2002. – 528 с.
4. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий / Т. Б. Бердникова. – М. : Инфра-М, 2002. – 212с.

### **Резюме**

У статті розглянуто ймовірні шляхи підвищення ефективності діяльності підприємств залізничного транспорту. Автор проаналізував різні можливості підвищення ефективності роботи галузі й обрав шлях реформування. Було визначено три етапи процесу реформування. На підставі аналізу зроблено висновок про доцільність даного заходу.

### **Summary**

The possible ways of efficiency increase of railway transport enterprises are considered in the research. The author analyses different possibilities of industry work efficiency increase and the ways of reformation. Three stages of the reformation process have been suggested. The conclusion about efficiency of the measure on the basis of the analysis has been presented in the article.

УДК 658.14:336.77

*А. Ю. Круглова*

*Научный руководитель канд. экон. наук Е. Е. Дахнова*

## **НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Ключевые слова:** кредитная политика, дебиторская задолженность, оптимизация, заемные средства.

Проблема эффективности реализации кредитной политики в современных условиях исследуется в работах Д. Гладких, В. Глинянчук, И. Волошина, А. Терещенко, Ю. Воробьева и других. При этом акцент делается на том, что для предприятия кредитная

политика имеет двойственный характер. С одной стороны, предприятие идет на уступку, выраженную в отсрочке платежа, вследствие чего увеличивается дебиторская задолженность и возникает угроза появления доли безнадежной задолженности, с другой – приобретает более высокий уровень оборачиваемости продукции, уменьшает финансовый цикл (то есть осуществляется денежный оборот), увеличивает выручку от реализации, экономит на хранении товара.

Главной задачей этой статьи является обоснование необходимости внедрения кредитной политики и пути ее оптимизации.

Под кредитной политикой понимается инструмент достижения стратегических целей предприятия, связанных с прибылью и показателем ROCE (return on capital employed – отдача от инвестированного капитала), посредством достижения текущих целей за счет выручки от реализации, валовой прибыли и расходов, сопутствующих кредитованию [1].

Достижение целей за счет выручки от реализации и валовой прибыли, а также за счет прибыли и ROCE непосредственно связано с результативностью кредитной политики.

Для достижения основных целей деятельности предприятия менеджменту компании необходимо выработать четкую стратегическую линию в отношении характера привлечения и использования заемного капитала.

Первый основополагающий вопрос, который в связи с этим встает перед руководством фирмы, – это: вести бизнес за счет собственных или привлеченных средств? Вторым вопросом является количественное соотношение собственного и заемного капитала. Ответы на данные вопросы зависят от множества факторов как внешнего (отраслевые особенности, макроэкономические показатели, состояние конкурентной среды и т. д.), так и внутреннего (корпоративного) порядка (возможности учредителей, кредитоспособность, оборачиваемость активов, уровень рентабельности, дефицит денежных средств, краткосрочные цели и задачи, долгосрочные планы компании и т. д.) [2].

Принято считать, что предприятие, которое пользуется в процессе своей хозяйственной деятельности только собственным капиталом, обладает максимальной устойчивостью. Однако такое допущение в корне неверно. С точки зрения конкурентной борьбы

на рынке не имеет значения, каким капиталом оперирует бизнес: своим или заемным. Единственная разница может заключаться в различиях стоимости этих двух категорий капитала. Кредиторы готовы кредитовать чей-то бизнес только в обмен на определенный доход (процент). При этом даже собственный капитал не является «бесплатным», так как вложения производятся в надежде получить прибыль выше той, которую платят банки по депозитным счетам. С точки зрения стратегического развития компании отправной точкой должны быть размер и динамика прибыльности бизнеса, которые напрямую зависят от размера занимаемой на рынке доли, ценовой политики и размера издержек производства (обращения). Вопрос же источников финансирования бизнеса является по отношению к целям достижения конкурентоспособности предприятия вторичным. По данным современных авторов, оптимальным считается соотношение собственного и заемного капитала примерно 3 : 1. Менеджеры в ходе разработки стратегии кредитования собственного бизнеса должны исходить из решения следующих первоочередных задач, которые в конечном итоге и определяют финансовую устойчивость компании:

- максимизации прибыли компании;
- минимизации издержек, достижения динамичного развития компании (расширенное воспроизводство);
- утверждения конкурентоспособности.

Финансирование данных задач должно быть достигнуто в полном объеме. Для этого после использования всех собственных источников финансирования (так как собственный капитал и прибыль – наиболее дешевые ресурсы) должны быть в заданном объеме привлечены заемные средства. При этом наиболее весомым ограничивающим фактором в процессе планирования использования заемного капитала необходимо считать его стоимость, которая должна позволять сохранить рентабельность бизнеса на достаточном уровне.

Следующим этапом в ходе совершенствования кредитной политики является определение наиболее приемлемых тактических подходов. Существует несколько потенциальных возможностей привлечения заемных средств:

- средства инвесторов (расширение уставного фонда, совместный бизнес);

– банковский или финансовый кредит (в том числе выпуск облигаций);

– товарный кредит (отсрочка оплаты поставщикам) [4].

Финансовый (денежный) кредит, как правило, предоставляется банками [3]. Это один из наиболее дорогостоящих видов кредитных ресурсов. Ограничивающие факторы: высокий процент, необходимость надежного обеспечения, «создание» высоких балансовых показателей. Несмотря на дороговизну и проблематичность привлечения, возможности банковского кредита (в отличие от инвестиционного) должны быть использованы компанией на высоком уровне. Если проект, реализуемый компанией, действительно рассчитан на конкурентоспособный уровень рентабельности, то прибыль, полученная от использования финансового кредита, всегда будет превышать необходимый к уплате процент. Банки хотя и отдают предпочтение такому виду обеспечения предоставленных кредитов, как залог, но могут ограничиться и гарантией третьего лица (если имеются платежеспособные учредители или другие заинтересованные лица). Балансовые показатели также обладают некоторой гибкостью как в процессе их формирования, так и в ходе их восприятия принимающей стороной. Наличие хороших отчетных показателей, хотя и выступает обязательным условием для банковского служащего, но может в какой-то степени игнорироваться ввиду наличия реальных гарантий и обеспечения предоставляемого кредита. Одним из существенных недостатков финансовых заемных средств (особенно в сравнении с инвестиционными) является наличие строго определенных сроков их возврата.

Для того чтобы оптимизировать кредиторскую задолженность необходимо определить ее плановые характеристики. Наиболее часто используемый коэффициент, связанный с оценкой кредиторской задолженности предприятия, – это коэффициент ликвидности, который рассчитывается как отношение величины оборотного капитала к краткосрочным долговым обязательствам. Менеджеры также часто используют коэффициент, который представляет собой отношение разницы между текущими активами и стоимостью товарно-материальных активов к текущим обязательствам. И первый, и второй показатели должны характеризовать способность предприятия покрывать свои обязательства

перед кредиторами. Эти коэффициенты обладают двумя существенными недостатками:

— они оперируют такими понятиями, как «краткосрочные» или «текущие» обязательства, срок которых может колебаться от одного дня до одного года. Поэтому не учитывается более детально соотношение сроков платежей в составе как кредиторской, так и дебиторской задолженностей;

— расчет производится, как правило, на дату баланса или какой либо иной фиксированный момент, что не может в полной мере говорить о действительном состоянии ликвидности компании. Это связано с влиянием множества различных (в том числе и случайных) обстоятельств в какой-то определенный момент, что особенно актуально учитывать в период текущего кризиса.

Устранить подобные недочеты в системе анализа состояния предприятия позволяют в первом случае — проведение расчетов с использованием более дискретных значений (распределение задолженностей по месячным периодам или (если необходимо) недельным периодам), во втором случае — определение средне-месячного или среднегодового значения коэффициента ликвидности и других аналогичных показателей.

Необходимость управления кредиторской задолженностью следует из того, что умелое использование временно привлеченных средств способствует максимизации прибыли от деятельности организации. Управление кредиторской задолженностью предполагает:

— правильный выбор формы задолженности (банковская или коммерческая) с целью минимизации процентных выплат и затрат на приобретение материальных ценностей;

— установление наиболее удобной формы банковского кредита и его срока (краткосрочная ссуда без обеспечения, кредит под залог);

— недопущение образования просроченной задолженности, связанной с дополнительными затратами (штрафные санкции, пени).

Из этого можно сделать выводы, что дальнейшее использование заемных средств представляется перспективным для предприятия в целом. Однако стоимость использования заемного капитала должна позволять сохранить рентабельность бизнеса на достаточном уровне. И для этого предприятиям необходимо разра-

батывать внутренние нормативные документы, с помощью которых они смогут оценивать перспективность и целесообразность способов привлечения и структуру источников заемных средств.

#### Список литературы

1. Бодаковський В. Ю. Проблеми залучення кредитних ресурсів вітчизняними підприємствами / В. Ю. Бодаковський // *Фінанси підприємств.* – 2005. – № 1. – С. 106–112.
2. Букаев А. Эффективность кредитной политики / А. Букаев // *Справ. економіста.* – 2005. – № 9. – С. 22–24.
3. Иванов А. П. Банковский кредит как форма инвестирования предприятия / А. П. Иванов // *Финансы предприятий и организаций.* – 2005. – № 9. – С. 61–65.
4. Лернер Ю. Характеристики кредитов / Ю. Лернер // *Соврем. бухгалтер.* – 2007. – № 31. – С. 28–32.

#### Резюме

У статті основну увагу приділено проблемі обґрунтування необхідності формування кредитної політики підприємства як основного інструмента досягнення його стратегічних цілей та можливості її оптимізації за допомогою удосконалення політики взаємовідносин з дебіторами.

#### Summary

The article deals with enterprise credit policy. Much attention is given to the problem of substantiation of necessity for enterprise credit policy formation as the main tool of long-term goal achievement and possibility of its optimization by means of improving the policy of interrelations with debtors.

УДК 658.152

*А. В. Левак*

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

## МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ ПРИ ВЫБОРЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ

**Ключевые слова:** инвестиции, инвестиционный риск, методы анализа рисков, виды инвестиционных рисков.

В условиях рынка дефицит финансовых ресурсов в Украине обуславливает необходимость создания условий для притока внутренних и внешних инвестиций. В то же время в Украине недостаточное внимание уделяется направлениям государственной экономической политики по усилению инвестиционной деятельности и определению путей ее активизации в реальном секторе экономики.

Процесс инвестирования капитала связан с многовариантностью решений по поводу вложения средств и характеризуется неопределенностью условий, в которых эти решения будут реализовываться. Неопределенность как неотъемлемая составляющая принятия инвестиционных решений является причиной возникновения рисков. Недооценка экономических рисков может привести к потере инвестором своих средств в результате ухудшения финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Поэтому актуальны вопросы инвестирования, способы оценки рисков и их снижения, методы управления инвестиционными рисками.

Инвестиционные риски количественно могут измеряться, во-первых, возможными потерями вложенного (инвестированного) капитала и, во-вторых, потерями (неполучением) ожидаемого дохода [4, с. 248]. Систематизация видов инвестиционных рисков и их классификационные признаки приведены в табл. 1 [1, с. 107–108; 3, с. 122–129; 5 с. 71–72].

При рискованных инвестициях степень риска, или степень неопределенности, связанная с инвестициями, зависит, например, от таких факторов, как время, объект вложения и др. Существует риск того, что руководство не сможет предусмотреть возможную реакцию рынка на изменение результатов работы предприятия после завершения инвестирования. Критериями оценки степени риска могут быть:

- возможность потери всей суммы расчетной прибыли. Риск является допустимым;
- возможность потери не только прибыли, но и расчетного валового дохода после реализации проекта. Риск является критическим;
- возможность потери всех активов и банкротство инвестора, или катастрофический риск [2, с. 20].

**Классификация инвестиционных рисков**

Классификационный признак	Вид риска	Описание риска
Причина возникновения	Специфический	Риск, связанный с особенностями проекта или условиями его реализации
	Неспецифический	Риск, который зависит от функционирования экономики в целом
Объект инвестирования	Риск реального инвестирования	Неопределенность доходов от реализации инвестиционного проекта, связанных с возможностью возникновения неблагоприятных ситуаций на одной из стадий инвестиционного процесса
	Риск финансового инвестирования	Вероятность недополучения доходов от ценных бумаг
Место возникновения	Технический	Обусловлен недостатками различных аспектов инвестирования (техническая база, технологии, превышение сметы и др.)
	Финансовый	Связан с тем, что не достигаются цели отдельных составляющих финансового плана
	Маркетинговый	Возникает из-за просчетов во время оценивания рыночных условий
	Экологический	Связан с недостаточной оценкой влияния на окружающую среду
	Риск участников проекта	Связан со всеми неожиданными событиями в управлении и финансовом состоянии предприятий

Если инвестиционное решение принимается в условиях определенности, то учитывается, прежде всего, одна переменная – отдача, или рентабельность. Например, если от проекта А ожидается рентабельность 20%, а от проекта Б – 35%, то выбор при других равных условиях однозначный. Выбор инвестиционного проекта в условиях риска самый сложный, потому что определяется уже двумя переменными – отдачей и риском. Например, проект А обещает большую отдачу, но в то же время он более рискованный. При этих условиях выбор зависит от отношения предприятия к риску и отдаче капитала.

Каждое предприятие имеет индивидуальное отношение к рисковому проекту. Большинство предприятий считают

лучшими проектами, не связанными с риском, которые гарантируют получение отдачи [4, с. 248].

Необходимо также учитывать ожидаемый темп инфляции, который существенно влияет на объем и эффективность инвестиций. Чем выше ожидаемый темп инфляции, тем быстрее обеспечивается ожидаемая прибыль после процесса инвестирования. Этот фактор имеет решающее значение в случае долгосрочного инвестирования [4, с. 10].

Следует отметить, что существует прямая связь между риском и ожидаемым доходом от инвестиций. Чем выше риск, тем выше должен быть ожидаемый доход. Таким образом, принимаемое инвестиционное решение должно обеспечить необходимую доходность проекта при минимальном уровне риска [1, с. 107].

Оценка инвестиционного риска имеет существенное значение для принятия решения об участии в проекте. Если уровень риска высокий, то это снизит коммерческую привлекательность проекта. По общему правилу определено, что рост уровня рискованности должен быть компенсирован дополнительной премией за риск, которая учитывается в ставке дисконта [1, с. 111].

В мировой практике выработано два вида анализа инвестиционных рисков, которые взаимодополняют друг друга: качественный и количественный.

Качественный анализ – самый простой, определяет факторы риска и потенциальные области риска. Количественный анализ – численное выражение размеров отдельных видов риска и инвестиционного риска проекта в целом [3, с. 130].

Известны такие распространенные методы количественного анализа: статистический, метод экспертных оценок, анализ чувствительности, анализ величины относительных рисков, имитационное моделирование, определение критических точек, метод дисконтирования.

Статистический метод измерения риска состоит в изучении статистики затрат предприятия: устанавливается вероятность эффективности проекта и определяется средний размер отдачи, после чего составляется прогноз. Основными показателями статистического метода являются вариации и дисперсия. Чем больше стандартное отклонение прогнозных показателей эффективности от их среднего значения, тем рискованнее рассматри-

ваемое решение [4, с. 249]. Экспертный метод измерения предпринимательского риска основывается на обобщении мнений опытных предпринимателей или специалистов. При этом эксперты должны дополнять собственные оценки данными о вероятности возникновения разных размеров затрат. Возможно также комбинирование статистического и экспертного методов, то есть можно использовать комбинированный метод [4, с. 251].

Сущность анализа чувствительности инвестиционного проекта состоит в оценке влияния исходных параметров на конечные результаты его эффективности. Этот анализ предусматривает попеременное использование каждого исходного показателя в его пессимистической и оптимистической оценке, тогда как другие показатели принимаются в расчет по их ожидаемым значениям. Последовательно изменяя значения исходных показателей, можно определить колебания результирующего показателя эффективности инвестиций [3, с. 133–134].

Анализ величины относительных рисков является продолжением метода анализа чувствительности проекта. Сущность этого метода заключается в определении всех возможных допустимых значений критических переменных величин. Выбирается анализируемый показатель и рассчитывается коэффициент вариации этого показателя. Чем больше значение такого коэффициента, тем выше риск рассматриваемого варианта инвестирования [3, с. 135–136].

Метод имитационного моделирования Монте-Карло представляет собой процедуру, с помощью которой математическая модель определения какого-либо финансового показателя (например, чистой приведенной стоимости – NPV) подвергается ряду имитационных прогонов на компьютере: строятся последовательные сценарии с использованием исходных данных, которые являются случайными величинами. Процесс имитации осуществляется таким образом, чтобы случайный выбор значений не нарушил существования известных или предполагаемых отношений корреляции среди переменных. Для оценки степени риска результаты имитации анализируются статистически [2, с. 262–263].

Определение критических точек, как правило, сводится к расчету «точки безубыточности». Для этого рассчитывается

такой уровень производства и реализации продукции, при котором текущая стоимость проекта (NPV) равна нулю, то есть проект не приносит ни прибыли, ни убытка. Чем ниже будет этот уровень, тем вероятнее, что данный проект будет жизнеспособным в условиях снижения спроса, и тем ниже будет риск инвестора [1, с. 111].

Метод дисконтирования является самым приемлемым для учета рисков, которые возникают в процессе реализации инвестиционного проекта. Данный метод построен на приведении всех будущих поступлений по проекту к текущей стоимости. При этом ставку дисконта определяют безрисковая ставка и надбавка за инвестиционный риск. Главной особенностью этого метода является возможность учета влияния разных факторов риска на привлекательность инвестиционного проекта через обобщающий показатель ставки дисконтирования [1, с. 109].

Таким образом, каждый из методов имеет свои преимущества и недостатки, рассмотренные в табл. 2.

Изучение литературы показывает, что выбор того или иного метода анализа инвестиционного риска обусловлен рядом факторов, к которым относятся:

- вид анализируемого инвестиционного риска;
- уровень достаточности и достоверности инвестиционной информации для анализа инвестиционного риска;
- уровень квалификации специалистов, которые осуществляют анализ инвестиционного риска;
- возможность привлечения квалифицированных специалистов и экспертов к оценке инвестиционного риска и другие факторы [3, с. 137].

В условиях нестабильной и быстро меняющейся ситуации субъекты инвестиционной деятельности должны учитывать все факторы, которые могут привести к убыткам. Таким образом, назначение анализа риска – дать потенциальным инвесторам необходимые сведения для принятия решения целесообразности участия в проекте и предусмотреть меры по защите от возможных финансовых потерь [2, с. 258–259].

**Сравнительный анализ методов оценки инвестиционных рисков**

Метод оценки	Источник	Преимущества	Недостатки
Статистический	[3] [4]	Возможны анализ и оценка «сценариев» реализации проекта, учет различных факторов риска. Применяется в случае, если точные данные собрать невозможно	Использование вероятностных характеристик при оценке требует большого количества исходных данных
Экспертных оценок	[3] [4]	Дает возможность все объективные и субъективные факторы, влияющие на риск, разделить на управляемые составляющие. Применяют при небольшом количестве имеющейся информации	Возможность искаженного заключения из-за привлечения не квалифицированных экспертов
Анализ чувствительности проекта	[3]	Позволяет определить критические переменные проекта, оказывающие наибольшее влияние на эффект	Не рассчитан на учет всех возможных обстоятельств Не принимает во внимание альтернативные проекты
Имитационное моделирование (Монте-Карло)	[3] [2]	Трудоемкие вычисления проводятся компьютером. Используется информация как в объективной форме, так и в форме оценок экспертов. Результат выражается в виде вероятностного распределения всех возможных значений показателя риска	Расходы на приобретение специальной программной поддержки
Определение критических точек	[1]	Простота расчета	Дает лишь общее представление о стойкости проекта к изменениям исходных показателей
Дисконтирование	[1]	Учет фактора времени	---

**Список литературы**

1. Пікус Р. В. Управління інвестиційними ризиками / Р. В. Пікус // *Фінанси України*. – 2001. – №6. – С. 106–113.
2. Савчук В. П. Анализ и разработка инвестиционных проектов: [учеб. пособие] / В. П. Савчук, С. И. Прилипко, Е. Г. Величко. – К. : Абсолют Эльга, 1999. – 304 с.
3. Удалих О. О. Управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства : навч. посіб. / О. О. Удалих. – К. : ЦНЛ, 2006. – 289 с.
4. Федоренко В. Г. Инвестознаство : підручник / В. Г. Федоренко. – К. : МАУП, 2002. – 408 с.
5. Щукін Б. М. Аналіз інвестиційних проектів: конспект лекцій / Б. М. Щукін. – К.: МАУП, 2002. – 128 с.

**Резюме**

У статті розглянуто необхідність урахування рівня ризику при визначенні доцільності інвестиційного проекту. Систематизовано види інвестиційних ризиків. Проаналізовано і класифіковано методи кількісної оцінки інвестиційних ризиків, виявлено головні переваги та недоліки цих методів.

**Summary**

The article observes the necessity for considering the risk level when making the decision on expediency of the investment project. The types of the investment risks are grouped. The methods of evaluating investment risks are analyzed and classified, their major advantages and drawbacks are revealed.

УДК 658.152.011.4

*И. С. Лубянская*

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

**СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ  
НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**Ключевые слова:** подходы, методы, оценка, эффективность, инвестиционный, проект, дисконтирование.

Инвестиционные проекты рождаются из потребностей предприятия, условием жизнеспособности которых является их

соответствие инвестиционной политике и стратегическим целям предприятия. Оценка эффективности инвестиционных проектов — один из главных элементов инвестиционного анализа, являющийся основным инструментом правильного выбора из нескольких инвестиционных проектов наиболее эффективного.

Методы оценки эффективности инвестиционных проектов не во всех случаях могут быть едиными, так как инвестиционные проекты весьма значительно различаются по масштабам затрат, срокам их полезного использования, а также по полезным результатам.

Все это обуславливает актуальность темы и цель статьи, заключающейся в исследовании области применения методов оценки эффективности инвестиционных проектов. В самом общем понимании инвестиционные проекты делят на две группы [7].

Так, в первую группу входят инвестиционные проекты, не требующие больших капитальных вложений, не оказывающие существенного влияния на изменение выпуска продукции, а также имеющие относительно небольшой срок полезного использования. К таким инвестиционным проектам можно применять методы, в основе которых не учитывается фактор времени, то есть методы, не включающие дисконтирование.

В то же время реализация более масштабных инвестиционных проектов (новое строительство, реконструкция, освоение принципиально новых видов продукции и т. п.), требующих больших инвестиционных затрат, вызывает необходимость учета большого числа факторов и, как следствие, проведения более сложных расчетов денежных потоков, а также уточнения методов оценки эффективности. А, следовательно, вторая группа инвестиционных проектов требует учета фактора времени.

Движение денежных потоков, вызванное реализацией инвестиционных проектов, происходит в течение ряда лет, тем самым усложняет оценку их эффективности. С учетом того что внедрение инвестиционных проектов в течение длительного периода времени оказывает влияние на экономический потенциал и результаты хозяйственной деятельности предприятия, ошибка в оценке их эффективности чревата значительными финансовыми рисками и потерями [7].

Анализируя основные литературные источники по данной

проблеме, можно сделать вывод, что к основным причинам расхождения между проектными и фактическими показателями эффективности инвестиционных проектов относятся следующие: сознательное завышение эффективности инвестиционного проекта, обусловленное субъективной позицией отдельных ученых, научных работников и специалистов предприятия и их борьбой за ограниченные финансовые ресурсы, а также недостаточный учет факторов риска и неопределенности, возникающих в процессе использования инвестиционных проектов [5].

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод, что при перспективной оценке эффективности инвестиционных проектов возникает множество проблем, избежать которые или свести их к минимуму поможет выбор наиболее объективных методов оценки.

Проведя анализ последних исследований и публикаций [3; 4; 5; 6; 8], посвященных данной проблеме, можно отметить, что в настоящее время в европейских странах и в США существует и используется на практике ряд методов оценки эффективности инвестиций, которые можно разделить на две основные группы:

- методы, не включающие дисконтирование;
- методы, включающие дисконтирование [4].

Методы оценки эффективности, не включающие дисконтирование, иногда называют статистическими методами оценки эффективности инвестиций [3]. Эти методы опираются на проектные, плановые и фактические данные о затратах и результатах, обусловленные реализацией инвестиционных проектов. При использовании данных методов в отдельных случаях прибегают к такому статистическому методу, как расчет среднегодовых данных о затратах и результатах (доходах) за весь срок использования инвестиционного проекта. Данный прием используется в тех ситуациях, когда затраты и результаты неравномерно распределяются по годам применения инвестиционного проекта.

Так, на примере оценки эффективности инвестиционного проекта ОАО «Харьковгаз» были рассчитаны денежные потоки по годам инвестиционного цикла. Предполагалось, что инвестор будет вкладывать денежные средства первые четыре года, и положительный результат от вложенных средств появится на четвертом году его реализации. Поскольку проект рассчитан на

достаточно длительный период времени (10 лет) и предусматривает существенные затраты, то необходима корректировка денежных потоков, так как в результате применения данного методического приема временной аспект стоимости денег, факторы, связанные с инфляцией и риском, учитываются не в полной мере. Одновременно с этим усложняется процесс проведения сравнительного анализа проектных и фактических данных по годам использования инвестиционного проекта. Поэтому статистические методы оценки (методы, не включающие дисконтирование) наиболее рационально применять в тех случаях, когда затраты и результаты равномерно распределены по годам реализации инвестиционных проектов и срок их окупаемости охватывает небольшой промежуток времени – до пяти лет. Однако, благодаря своей простоте, эти методы получили самое широкое распространение на практике. Основные их недостатки – охват краткосрочного периода времени, игнорирование временного аспекта стоимости денег и неравномерного распределения денежных потоков в течение всего срока функционирования инвестиционных проектов.

Всю совокупность статистических методов оценки эффективности инвестиций можно условно разделить на две группы:

- методы абсолютной эффективности инвестиций;
- методы сравнительной эффективности вариантов капитальных вложений.

Дисконтирование – метод оценки инвестиционных проектов путем выражения будущих денежных потоков, связанных с реализацией проектов, через их стоимость в текущий момент времени [2]. Методы оценки эффективности инвестиций, основанные на дисконтировании, применяются в инвестиционных проектах, реализация которых требует значительного времени.

К методам оценки эффективности инвестиций, основанным на дисконтировании, относят [9]:

- метод чистой приведенной стоимости (метод чистой дисконтированной стоимости, метод чистой текущей стоимости) – позволяет принять управленческое решение о целесообразности реализации проекта, исходя из сравнения суммы будущих дисконтированных доходов с издержками, необходимыми для реализации проекта (капитальными вложениями);

• метод внутренней нормы прибыли – представляет собой расчет той ставки процента (ставки дисконтирования), при которой сумма дисконтированных доходов за весь период реализации инвестиционного проекта становится равной сумме первоначальных затрат (инвестициям). Эту норму можно трактовать как максимальную ставку процента, под который фирма может взять кредит для финансирования проекта с помощью заемного капитала;

• дисконтированный срок окупаемости инвестиций;

• индекс доходности. Это отношение приведенных денежных доходов к приведенным на начало реализации проекта инвестиционным расходам. Если индекс доходности больше 1, то проект принимается. При индексе доходности меньше 1 проект отклоняется;

• метод аннуитета. Чаще всего сводится к вычислению общей суммы затрат на приобретение по современной общей стоимости платежа, которые затем равномерно распределяются на всю продолжительность инвестиционного проекта.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что правильно выбранный метод оценки эффективности инвестиционных проектов позволяет принимать оптимальные управленческие решения и избегать ошибок, которые могут повлечь большие материальные потери ввиду неучета фактора времени.

#### Список литературы

1. Бланк І. Т. Інвестиційний менеджмент: підручник / І. О. Бланк, Н. М. Гуляєва. – К. : [КНТЕУ], 2003. – 397 с.
2. Азарова А. О. Оцінка ефективності інвестиційних проектів / А. О. Азарова // Фінанси України. – 2004. – № 9. – С. 52–60.
3. Боярко І. М. Оцінка інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання / І. М. Боярко // Акт. пробл. економіки. – 2008. – № 7. – С. 90–99.
4. Великий Ю. Проблемы оценки эффективности инвестиций / Юрий Великий // Бизнес-информ. – 2006. – № 13–14. – С. 90–95.
5. Довбня С. Б. Новий підхід до економічної ефективності інвестиційних проектів / С. Б. Довбня // Фінанси України. – 2007. – № 7. – С. 63–71.
6. Кльоба Л. Особливості підготовки та реалізації інвестиційних проектів / Лев Кльоба // Вісн. Нац. банку України. – 2007. – № 3. – С. 23.
7. Пересада А. А. Реалізація інвестиційних проектів в Україні / А. А. Пересада, В. В. Зубленко // Фінанси України. – 2004. – № 3. – С. 106–112.

8. Щербак А. В. Принципи прийняття інвестиційних рішень підприємствами / А. В. Щербак // Економіка і упр. — 2008.— № 1.— С. 53–56.

9. Щербакова О. А. Оценка экономической эффективности инвестиционных проектов / О. А. Щербакова // Финансовый менеджмент. — 2005. — № 3.— С. 80–92.

### **Резюме**

У статті розглянуто сучасні підходи до оцінювання ефективності інвестиційних проектів на підприємстві, їх актуальність. Було досліджено сферу їх застосування та важливість урахування дисконту на прикладі інвестиційного проекту ВАТ «Харківгаз».

### **Summary**

The article considers the contemporary approaches to evaluation of investment project effectiveness and their currency. The scope of their usage and the importance of discounting by the example of open joint-stock company «Kharkivgaz» investment project are researched.

УДК 658.152:004

*В. Н. Молодченко*

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

## **РАЗВИТИЕ ИТ-ИННОВАЦИЙ ПУТЕМ ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ**

**Ключевые слова:** инновации, информационные технологии, инновационные риски, венчурное финансирование.

Повышение экономического эффекта деятельности и дальнейшее устойчивое развитие становится актуальной проблемой для экономических субъектов на рубеже индустриальной и постиндустриальной эпох. На протяжении последних двух десятилетий экономический рост в промышленно развитых странах достигается в основном за счет интенсификации эксплуатации новых знаний.

Прежде всего, произошло усиление таких факторов конкурентоспособности товара, как качество, цена и степень удовле-

творения потребности. Это означает, что для достижения успеха в конкурентной борьбе производители должны более глубоко изучать рынок, развивать инновационную деятельность, совершенствовать технологические, производственные и сбытовые процессы, создавать адаптивные и инновационно ориентированные системы управления. Именно на этих принципах базируется концепция становления и развития «новой экономики» [1].

По мнению многих исследователей [1–2], новая экономика в настоящее время воспринимается как третья научно-техническая и экономическая революция. Если попытаться провести определенную хронологию, то первой была аграрная революция, которая послужила катализатором развития промышленного животноводства и сельского хозяйства, а также выделением специализированного ремесленного производства. При этом наиболее дефицитным ресурсом являлась земля как основной фактор производительных сил.

Следующим этапом стала промышленная революция, которая основывалась на применении машинных технологий, являющихся основой массового производства. В результате промышленной революции человеческий труд стал второстепенным по отношению к таким факторам, как элементы капитала, сложные машины и механизмы, нетрудоемкие технологии. Наиболее дефицитным ресурсом на этом этапе развития научно-технической революции явились современные основные производственные фонды.

Новая экономика основана на применении новых научных знаний. Дефицитным ресурсом в данной ситуации является квалифицированный творческий работник.

Таким образом, новая экономка есть совокупность отраслей, характеризующихся:

- большим вкладом человеческого капитала в форме знаний по сравнению с материальными элементами;
- значимостью и высокой новизной разработки нематериальных активов;
- большой инновационной составляющей и высокими темпами обновления продуктов и технологий [1].

Формирующийся новый технологический уклад характеризуется стремительным внедрением информационно-телекоммуникационных технологий, растущей ролью глобальных информа-

ционных сетей, делающих накопленные знания доступными для всех жителей планеты. Он создал беспрецедентные возможности получения самой разнообразной информации с любого расстояния, обеспечил относительную дешевизну доступа к ней.

В условиях перехода к постиндустриальному обществу, которому присуще в первую очередь производство наукоемких товаров и интеллектуальных услуг, большую ценность приобретают знания, информация, на базе которых развиваются информационные технологии – основа нового типа производства, принципиально иных, чем ранее, управленческих систем, инфраструктурных сетей, организации финансовых потоков.

Фундаментальная черта информационного общества – проникновение компьютерных информационных технологий во все сферы жизни людей. При этом распространение информационных технологий качественно изменило относительную ценность ресурсов, выдвинув на первый план ставшие наиболее мобильными интеллект и финансы [2].

В настоящее время под информационными технологиями чаще всего понимают компьютерные технологии. В частности, ИТ имеют дело с использованием компьютеров и программного обеспечения для хранения, преобразования, защиты, обработки, передачи и получения информации [3].

Мировой ИТ-рынок стабильно растет, хотя темпы его роста невелики и неуклонно снижаются: если в 2006 году рынок вырос на 4,2%, то в прошедшем году – на 4%, а общий объем рынка, по предварительным данным, составил 2115 млрд евро.

По мере созревания рынка информационных технологий системообразующая роль рынка ИТ-услуг как его сегмента становится все более существенной, так как эффективное использование ИТ повышает конкурентоспособность компаний и позволяет добиваться лучших результатов в бизнесе. Именно поэтому при высоком уровне развития информационных технологий рынок ИТ-услуг является крупнейшим из сегментов ИТ-рынка и в немалой степени определяет его состояние, потенциал развития и динамику в целом.

Мировой рынок ИТ-услуг достаточно стабилен и растет умеренными темпами. Однако данные по его объему, приводимые разными аналитиками, заметно различаются. По мнению IDC,

в 2006 году доход на рынке ИТ-услуг составил около 472,4 млрд дол., аналитики Gartner приводят более оптимистичную цифру — 672,4 млрд дол. По всей видимости, расхождение в оценках связано с отсутствием единого подхода в определении ИТ-услуг как участниками рынка, так и самими аналитическими компаниями. В прошедшем 2007 году, по предварительным данным, рынок вырос еще на 8,7% и составил более 730 млрд дол., а в 2008-м с темпами в 6,7% приблизился к 780 млрд дол. [4].

Инновационная деятельность, как правило, характеризуется достаточно высокой степенью неопределенности и риска, поэтому важными принципами системы финансирования инноваций являются множественность источников, гибкость и адаптивность к быстро меняющейся среде инновационных процессов [5].

При принятии решения о реализации нововведения инвестор сталкивается с проблемой определения нижней границы доходности инвестиций, в качестве которой, как правило, выступает норма прибыли.

Если в качестве инвестора выступает сам инициатор инновации, то при принятии решения об инвестировании он исходит из внутренних ограничений, к которым в первую очередь относятся цена капитала, внутренние потребности производства, а также внешние факторы — ставка банковских депозитов, цена привлеченного капитала, условия отраслевой и межотраслевой конкуренции.

Руководство компании-инноватора сталкивается, как минимум, с одной альтернативой инвестиций — вложить временно свободные средства в банковские депозиты или государственные ценные бумаги, получая гарантированный доход без дополнительной высокорисковой деятельности. Поэтому доходность инновационных проектов должна превосходить ставку по банковским депозитам и доходность предъявленных к погашению государственных ценных бумаг. Таким образом, цена капитала определяется как чистая доходность альтернативных проектов вложения финансовых средств.

Внешний инвестор, определяя норму прибыли инновационного проекта, руководствуется альтернативными вложениями средств. При этом соизмеряется риск вложений и их доходность: как правило, инвестиции с меньшим риском приносят инвестору

меньший доход. Поэтому принятие решения о финансировании инновации инвестор согласует со своей финансовой стратегией (склонность к риску, неприятие риска). Риск инвестиций в финансовые инструменты оценивают финансовые менеджеры. Инвесторы, принимающие решение о финансировании инновационных проектов, уровень риска учитывают как надбавку к ожидаемой норме прибыли.

Величина этой надбавки может варьировать в очень широких пределах и в значительной степени зависит как от характера проекта, так и от личностных особенностей лиц, принимающих решения об инвестировании.

Инновационные риски (риски инновационных проектов) связаны с инновационной деятельностью, главной целью которой является обеспечение конкурентоспособности за счет реализации инноваций. Инновационный риск — результат совокупного действия всех факторов, определяющих различные виды рисков: научно-технических, экономических, политических, предпринимательских, социальных, экологических и др. [6].

Тем не менее существующая потребность в инновациях со стороны субъектов экономики не подкреплена финансовыми ресурсами: предприятия не имеют возможности получить для реализации своих инновационных программ «недорогие деньги» на длительный срок. В то же время традиционные участники финансового рынка (банки, инвестиционные компании и др.) не готовы обеспечить инновационный процесс инвестициями на приемлемых условиях в силу длительности и высокой рискованности процесса создания наукоемкой продукции. В итоге возникает замкнутый круг: производство имеет потребность в инновациях, но не имеет необходимых средств, финансовый сектор имеет свободные деньги, но не готов нести повышенный риск. Кроме того, сотрудничество между научно-производственным и финансовым секторами не удается наладить и по причине взаимного непонимания: ученые говорят на языке цифр и формул, а инвесторам для принятия решений нужны не чертежи и графики, а бизнес-планы и результаты маркетинговых исследований. Отсутствуют в необходимом количестве и управленческие ресурсы, т. е. менеджеры, которые имеют успешный опыт и технологии реализации инвестиционных проектов.

Единственный выход из этого замкнутого круга — это объединение усилий и разделение рисков между всеми заинтересованными участниками инновационного процесса. Формой такого объединения может быть механизм венчурного финансирования, который позволяет восполнить пробел в цепочке создания наукоемкого продукта от начала НИОКР до вывода готового продукта на рынок.

Понятия «венчурное финансирование», «венчурные инвестиции» или «венчурный проект» в современных условиях можно раскрыть в двух аспектах. Первое значение связано с направленностью инвестиций, точнее — с отраслевой принадлежностью объекта, в которые вкладываются деньги. В этом понимании венчурное финансирование подразумевает направление средств на реализацию проектов, связанных с инновациями. Понятие «венчурный проект», в данном смысле, предполагает выведение на рынок высокотехнологичных и конкурентоспособных продуктов. Инвестирование в такие проекты предполагает высокую степень риска, но в то же время и большую прибыль для инвестора. Для инвестора важен именно финансовый результат проекта, венчурное финансирование не предназначено для поддержки тех научных исследований, которые не предполагают создание и последующий вывод на рынок продукта с коммерческой перспективой.

Во втором значении венчурные инвестиции являются синонимом понятия прямые инвестиции — это инвестиции, направляемые непосредственно в акционерный (уставный) капитал коммерческих организаций в обмен на акции этих организаций. То есть инвестор в обмен на инвестиции получает определенные права по управлению инвестированным предприятием, становится его акционером, совладельцем бизнеса. И в этом также проявляется определенный риск: инвестор вкладывает деньги в дело практически без обеспечения — залога, банковских гарантий, поручительства и др. Данный аспект венчурных инвестиций связан с их экономической и юридической сущностью. Если два аспекта венчурных инвестиций объединить, то получится, что по содержанию это будут инвестиции в инновации, то есть в создание высокотехнологичных продуктов, а по форме — прямые инвестиции в уставный капитал юридического лица [7].

Таким образом, рынок информационных технологий, имея стабильную положительную динамику своего развития, является достаточно привлекательной сферой для внедрения инноваций. При этом одним из перспективных механизмов финансирования инновационной деятельности в данной сфере становится венчурное финансирование.

### Список литературы

1. Васюхин О. В. Сущность и роль инноваций в национальной экономике / О. В. Васюхин, П. Г. Снетков // Науч.-техн. вестн. СПбГУ ИТМО . – 2004. – Вып. 17. – С. 77–80.
2. Залозная Г. М. Информационные технологии и глобализация / Г. М. Залозная // Вестн. ОГУ. – 2005. – № 10. – С. 88–90.
3. Свободная энциклопедия «Википедия» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Информационные\\_технологии](http://ru.wikipedia.org/wiki/Информационные_технологии).
4. Шляхтина С. Рынок информационных технологий 2007–2008: цифры, тенденции, прогнозы / С. Шляхтина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.compress.ru/article.aspx?id=18522&iid=858>.
5. Молчанова О. П. Инновационный менеджмент / О. П. Молчанова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://molchanova.spa.msu.ru/Innov-Management2/04-01.htm>.
6. Инновационная деятельность МП / [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dist-cons.ru/modules/innova/section6.html>.
7. Мищукин А. К. Венчурное финансирование инновационных проектов / Мищукин А. К. Мищукин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://iii04.pfo-perm.ru/Data2003/mushin/mushin.htm>.

### Резюме

У роботі розглянуто економічну сутність інновацій та розкрито значення розвитку інформаційних технологій в умовах переходу до постіндустріального етапу еволюції суспільства. Представлено венчурний тип фінансування як один із механізмів упровадження інновацій у сферу інформаційних технологій.

### Summary

The article examines the economic essentials of innovations and reveals the significance of information technology development under the conditions of postindustrial society evolution stage. It also describes the venture financing type as one of the tools to apply innovations in the sphere of information technologies.

---

УДК 658.14/.17.011.3

*А. В. Мосягина*

*Научный руководитель канд. экон. наук Э. И. Цыбульская*

## **УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

**Ключевые слова:** нейросетевые технологии, нестабильная экономика, денежные потоки

Финансы – «кровь» организации. При замедлении финансовых потоков происходит омертвление капитала. Как следствие – снижается рыночная стоимость предприятия. Именно поэтому управление финансовыми потоками так важно. При стабильной среде денежные потоки можно контролировать. Если же среда нестабильна, то обычные правила регулирования денежных потоков не действуют. Экономика Украины характеризуется нестационарной средой. Причин тому множество. Это и политическая нестабильность в стране, и высокий уровень инфляции, и нестабильная законодательная база, коррупция, плохо налаженные экономические механизмы и многое другое. Поэтому, на наш взгляд, необходимо развитие теоретической базы, которая позволила бы управлять денежными потоками предприятия в такой среде.

Существует большая теоретическая база оценки, анализа и прогнозирования финансового состояния предприятия. Исследование в данной области проводили И. Т. Балабанов, Л. Е. Басовский, И. А. Бланк, В. И. Грушенко, В. В. Ковалев и многие другие. Необходимо отметить, что в теории финансового управления существует достаточно обширный спектр методов, предназначенных для этих целей [1; 2; 3; 10].

К ним, прежде всего, относятся: горизонтальный, вертикальный и сравнительный анализ, метод финансовых коэффициентов и интегральный анализ.

Несмотря на то что метод финансовых коэффициентов получил наиболее широкое распространение в практике финансового

анализа, основная сложность его применения состоит в определении допустимых диапазонов изменения их значений. Так, например, существуют стандарты для коэффициентов общей, срочной и абсолютной ликвидности.

Однако использование на практике указанных предельных значений имеет ряд недостатков в силу того, что они носят достаточно общий характер и не отражают производственной специфики его функционирования на различных этапах жизненного цикла, что не позволяет в ряде случаев осуществлять адекватную оценку финансового состояния. Вышеуказанное свидетельствует, что существует острая необходимость в теоретической базе, которая помогла бы управлять финансовым состоянием предприятия в условиях нестабильности, что очень важно для Украины.

Цель исследования – развитие теоретической базы управления денежными потоками в условиях нестабильной среды.

Задачи исследования:

- построение модели функционирования нейросети в условиях нестабильной среды;
- адаптация нейросетевой технологии для управления денежными потоками в нестабильной среде.

Реализация финансового плана во многом зависит от класса, вида и интенсивности воздействия помех, которые могут изменяться. Это требует применения при анализе и оценке движения финансовых потоков моделей, гибко адаптируемых к особенностям новых данных. Такие модели можно получить в рамках нейросетевого подхода.

Принципиальное отличие нейросетевых технологий от традиционных способов обработки информации состоит в:

- замене строго алгоритмированного пошагового анализа данных на параллельную обработку всего массива информации;
- замене программирования на обучение.

Нейронная сеть представляет собой совокупность нейронов, определенным образом взаимосвязанных между собой и функционирующих по заданным правилам [6; 9]. Структура искусственного нейрона включает в себя входы, синапсы, сумматор, нелинейный преобразователь, выход.

Процесс построения нейронной сети включает следующие этапы:

1. Выбор типа сети для решения поставленной задачи.

2. Обучение нейронной сети, т. е. определение численных значений весов каждого из нейронов на основании экспертной или ретроспективной информации.

3. Проверка нейронной сети, которая прошла обучение, на данных контрольного примера.

4. Использование сети, которая успешно прошла обучение и тестирование, для решения задач.

Поскольку для проектируемой нейронной сети неизвестны значения параметров, то следует их определять таким образом, чтобы прогнозные значения выходных показателей не слишком отличались от действенных. Для этого применяются специальные алгоритмы обучения.

Существует несколько способов обучения нейронных сетей: с учителем; без учителя; смешанный, который основан на некоторых правилах обучения, таких как коррекция по величине ошибки, правило Больцмана, правило Хеббера, метод соревнования.

Процедура построения нейронной сети довольно сложная и требует значительных расчетов. Поэтому их построение и анализ осуществляется с помощью современных пакетов программ (Neuro-Solutions, NeuroShell, Statistica Neural Networks и проч.) [4; 9].

По получении нейросетевой модели для всех наблюдений определяются значения функций активации выходного слоя и выбираются наибольшие из них, указывающие на тип класса кризиса. Полученные результаты классификации по нейросетевой модели сравниваются с реальными, оценивается правильность классификации и величина ошибки. Чем меньше значение ошибки, тем лучше качество сети.

Нейронные сети – наилучшие с точки зрения распознавания возможностей обучения. Однако их использование предполагает наличие у пользователя специальных компьютерных программ, что затрудняет процесс экспресс-диагностики.

Одним из наиболее популярных видов нейросетей является сеть Кохонена. На рис. 1 представлена схема строения самоорганизующейся карты признаков (сеть SOFM – Self-Organizing Feature Map) – сети Кохонена:

а – входные элементы (предназначены только для того, чтобы распределять входные данные между выходными элементами);

б – выходные (кластерные) элементы выступают в роли карты признаков пространства входных данных.

Сеть Кохонена, основываясь на базе данных, способна построить двумерное отображение многомерных данных с минимально возможными искажениями. Такие самоорганизующиеся карты сохраняют локальную топологию данных – близость на карте подразумевает и близость в исходном пространстве базы данных. Сеть Кохонена может распознавать кластеры в данных, а также устанавливать близость классов, т. е. реализует одно из свойств искусственных нейронных сетей – обобщения по подобию и одно из возможных применений таких сетей – разведочный анализ данных [8].

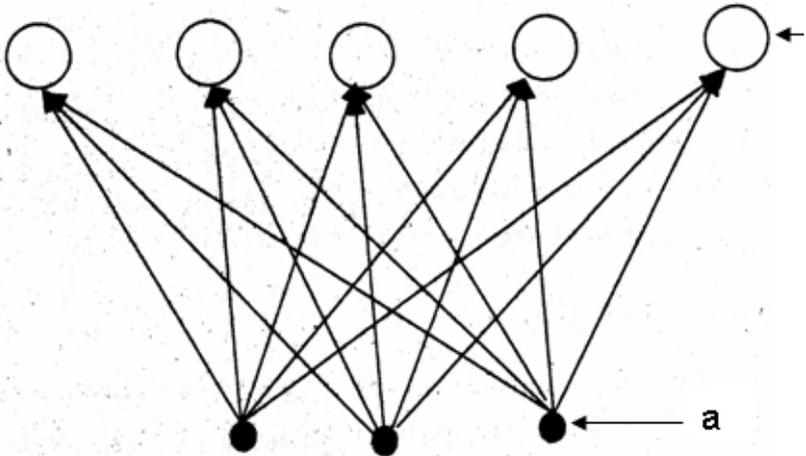


Рис. 1. Схема сети Кохонена

Поскольку нейронные сети – это технология, которая охватывает параллельные, распределенные, адаптивные системы обработки информации, способные «учиться» обрабатывать информацию, действуя в формационной среде, ее можно рассматривать как перспективную альтернативу программируемым вычислениям. Новый подход не требует готовых алгоритмов и правил обработки – система должна «уметь» вырабатывать правила

и модифицировать их в процессе решения конкретных задач, где такие алгоритмы неизвестны, или же известны, но требуют значительных затрат на разработку программного обеспечения.

Таким образом, получив на входе данные о деятельности предприятия в предыдущие периоды, уровень инфляции, валютные курсы, величину кредиторской и дебиторской задолженности и другие величины, оказывающие влияние на денежный поток, нейросеть сводит все эти параметры, выдавая способы контроля и прогнозирования финансовой деятельности в будущие периоды, с каждым разом учитывая изменяющиеся параметры в условиях нестабильной среды.

На наш взгляд, данный подход сможет кардинально изменить существующие методы управления денежными потоками в условиях нестационарной среды. Поскольку именно невозможность функционирования отлаженных алгоритмов и большое число изменяющихся и неизвестных данных присуще планированию и контролю деятельности предприятия в такой среде. Нейронные сети благодаря своей гибкости и «обучаемости» позволяют эффективно прогнозировать денежные потоки предприятия в условиях нестабильности, что очень важно для организаций, осуществляющих свою деятельность в условиях нестационарной среды, которая характерна для нашей страны.

Прогнозирование на нейронных сетях обладает рядом недостатков. Как правило, необходимо около 100 наблюдений для создания приемлемой модели. Это достаточно большое число данных, и существует много случаев, когда такое количество исторических данных недоступно. Однако необходимо отметить, что построение удовлетворительной модели на нейронных сетях возможно даже в условиях нехватки данных. Модель может уточняться по мере того, как свежие данные становятся доступными. Другим недостатком нейронных моделей являются значительные затраты по времени и другим ресурсам для построения удовлетворительной модели. Но, несмотря на перечисленные недостатки, модель обладает рядом достоинств. Существует удобный способ модифицировать модель, по мере того как появляются новые наблюдения.

**Список литературы**

1. Баканов М. И. Теория экономического анализа / М. И. Баканов. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 452 с.
2. Балабанов И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 394 с.
3. Басовский Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 194 с.
4. Боровиков В. STATISTICA: искусство анализа данных на компьютере. Для профессионалов / В. Боровиков. – СПб. : Питер, 2001. – 656 с.
5. Горбань А. Н. Обучение нейронных сетей / А. Н. Горбань. – М. : СП ПараГраф, 1990. – 267 с.
6. Калан Р. Основные концепции нейронных сетей / Р. Калан. – М. : ИД «Вильямс», 2001. – 288 с.
7. Клебанова Т. С. Математические модели трансформационной экономики / Т. С. Клебанова, Е. В. Раевнева. – Х. : ИД «Инжэк», 2004 – 280 с.
8. Кохонен Т. Ассоциативные запоминающие устройства / Т. Кохонен. – М. : Мир, 1982. – 394.
9. Круглов В. В. Искусственные нейронные сети. Теория и практика / В. В. Круглов, В. В. Борисов. – М. : Горячая линия : Телеком, 2002. – 382 с.
10. Форрестер Дж. Основы кибернетики предприятия (Индустриальная динамика) / Дж. Форрестер. – М. : Прогресс, 1971. – 340 с.

**Резюме**

У статті проаналізовано методи контролю грошового потоку в умовах нестабільної економіки. Розглянуто класичні методи управління грошовими потоками та їх недоліки. Запропоновано нейромережеві технології, адаптовані для керування грошовими потоками та прогнозування їх в умовах нестационарного середовища.

**Summary**

The article deals with methods of controlling cash flow under the conditions of unstable economy. The classic methods of cash flow controlling and their disadvantages are illustrated. Neural network technologies adapted for managing cash flows under the conditions of unstable environment are suggested.

---

УДК 658.011.3

*Д. С. Онищенко*

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

## **ПРОБЛЕМА ВНЕДРЕНИЯ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**Ключевые слова:** антикризисное управление, кризис, анализ, экономическая система

В современных условиях деятельность предприятия должна направляться на создание конкурентоспособной продукции, получение прибыли и освоение новых рынков сбыта. Однако немаловажная задача каждого предприятия, компании – это недопущение возникновения кризисных явлений, которые являются последствиями не только ошибок ведения бизнеса, но и последствиями эволюционных явлений. Кризисные явления могут обуславливаться не только лишь внутренними факторами, воздействующими на предприятие, но и экономическими процессами, протекающими во всем мире. По мнению многих экономистов, кризисные явления присутствуют в экономике перманентно [2 с. 83]. Это постоянный спутник процесса развития экономической системы, существование которого обусловлено главным образом следующими обстоятельствами:

– любая экономическая организация, каковой является предприятие, есть искусственная, сложная, динамическая система большого масштаба, осуществляющая производство, распределение и потребление материальных и нематериальных благ. Система подобного типа характеризуется высокой степенью неопределенности поведения;

– в процессе существования и функционирования предприятий одним из главных вопросов, которые приходится решать, является вопрос правильного распределения имеющихся в их распоряжении ресурсов (факторов производства и денежных средств) и взаимодействия с другими предприятиями. Перед ними всегда стоит проблема координации, и невозможность ее

однозначного решения обуславливает появление диспропорций – неупорядоченности всей экономической деятельности;

– неупорядоченность происходящих в экономической системе процессов всегда будет приводить к появлению непроизводительных потерь на разных этапах производства и распределения.

Таким образом, можно сделать вывод, что в основе возникновения кризиса на предприятии всегда будут проблемы с управлением. Важнейшей задачей менеджера на предприятии является своевременность определения порога диспропорции в экономической системе, за которым следуют разрушительные непроизводительные потери всех видов ресурсов. В первую очередь необходимо проводить экономический анализ состояния бизнеса, на основании результатов которого принимаются управленческие решения. Одной из важнейших задач анализа является определение этого состояния с учетом целевых ориентиров принимаемых управленческих, экономических решений. Процесс анализа состояния бизнеса наглядно может быть представлен в виде блок-схемы, описывающей весь комплекс мер по расчету технических, экономических, производственных, финансовых показателей, отражающих поведение организации. Процесс анализа может включать в себя следующие блоки анализа:

– состояние технического и организационного развития предприятия;

– использование трудовых ресурсов;

– платежеспособность;

– эффективность использования оборотного капитала (деловой активности) и финансовых результатов (рентабельности бизнеса);

– наличие признаков фиктивного, преднамеренного и реального банкротства;

– факторы, обуславливающие меру риска;

– исполнение текущих обязательств перед бюджетом, внутренними и внешними задолженности;

– расчетные данные по каждому блоку на предмет проверки их непротиворечивости.

Все виды анализа, указанные выше, помогают решить следующие проблемы:

– не допустить факт неплатежеспособности;

- найти причины кризисного состояния и способы их устранения;
- обеспечить максимальные темпы развития роста производительности;
- поддерживать величины определенных показателей на заданном уровне.

Существуют такие ситуации, когда кризис невозможно предположить и принять превентивные меры, и тогда нужно проводить и внедрять антикризисные меры.

Антикризисное управление (антикризисный менеджмент) – система мер, направленных на предотвращение банкротства предприятия. Данная деятельность характеризуется повышением интенсивности применения средств и методов, необходимых для преодоления ситуаций, угрожающих существованию предприятия. По мнению Р. Хаберланда, происходит перенос на сиюминутные, краткосрочные проблемы, одновременно связанные с проведением быстрых решительных действий [5 с. 354]. Некоторые авторы, которые хотят подчеркнуть освободительный и положительный характер кризисов, определяют антикризисный менеджмент как создание инструментов, позволяющих сообщить о приближающемся переломном пункте и разработать новый курс развития [3, с. 60].

Задачи по разработке и проведению мероприятий, которые во времена кризиса ведут к ослаблению и преодолению кризисного процесса, по мнению М. Коппа, необходимо характеризовать как антикризисный менеджмент в узком смысле. Добавив профилактику и терапию кризиса, получаем понятие антикризисного управления в широком смысле. М. Янике определяет задачи руководства и действий в рамках острого кризиса как «реактивный антикризисный менеджмент», а задачи профилактики кризисов – как «превентивный антикризисный менеджмент» или «антиципативный антикризисный менеджмент» [5, с. 97]. Определение антикризисного управления, представленное С. Г. Беляевым, прямо связывает несостоятельность и антикризисное управление. «Антикризисное управление – совокупность форм и методов реализации антикризисных процедур применительно к конкретному предприятию-должнику. Антикризисное управление является категорией микроэкономической и отражает

производственные отношения, складывающиеся на уровне предприятия при его оздоровлении или ликвидации» [4, с. 79]. Ряд авторов указывают на то, что антикризисное управление – это только прогнозирование кризиса на предприятии, другие акцентируют внимание на лечении кризиса. З. Айвазян и В. Кириченко пишут «...антикризисное управление действительно отличается от управления в обычном режиме. Если весь арсенал подходов направлен на развитие и выживание предприятия в долгосрочном аспекте, то методы первого направлены исключительно на преодоление уже назревшего кризиса, обеспечение выживания в краткосрочном аспекте» [1, с. 134]. Иные считают такой подход неприемлемым. Так, например, в книге «Справочник кризисного управляющего» Э. А. Уткин писал: «Подобный подход – это все равно, что ставить телегу перед лошадей. Главное в антикризисном управлении – обеспечение условий, когда финансовые затруднения не смогут быть постоянными. Речи о банкротстве при таком подходе быть не должно, поскольку должен быть управленческий механизм устранения возникающих проблем до того, пока они не приняли необратимый характер» [5, с. 254].

Большинство авторов рассматривают антикризисное управление только с точки зрения кризиса. С одной стороны, это верно, так как, зная течение кризиса, можно выработать методы борьбы с ним, но с другой, – для того чтобы предвидеть кризис, необходимо понять, что такое стабильное состояние предприятия. При этом первая характеризует потенциал системы, а вторая – эффективность его использования и возможность саморазвития. Снижение стабильности в целом либо любой из составляющих ниже порогового значения влечет развитие кризисной ситуации и может привести к банкротству.

Таким образом, на основе проведенных исследований можно сделать вывод, что существуют различные стадии развития кризисных явлений на предприятии и различные методы борьбы с кризисом:

– управление в период нестабильности производства охватывает управление предприятием в условно стабильном и нестабильном состоянии. Основная цель – возврат к стабильному состоянию предприятия. В этот период руководство использует методы финансовой стабилизации, уменьшения издержек, методы

по стимулированию персонала предприятия. При разработке мероприятий для восстановления финансового равновесия необходимо учитывать индикаторы кризисных явлений по степени их опасности для финансового развития предприятия. Любой ценой нужно сохранить ту часть персонала, которая оказывает определяющее влияние на качество продукции, конкурентоспособность производства;

– управление предприятием в период кризисного состояния – управление предприятием в условиях неплатежеспособности. На данном этапе могут быть использованы такие методы, как реструктуризация или досудебная санация. Наличие системы бюджетирования и планирования деятельности поможет руководству предприятия наиболее точно идентифицировать и оценить отклонения на предприятии;

– управление в условиях процедур банкротства является, по сути, исполнением процедур банкротства. Главная задача – придать импульс для дальнейшего развития предприятия. При нормальных маркетинговых позициях предприятия на рынке угроза банкротства может быть полностью нейтрализована внутренними механизмами антикризисного управления в пределах финансовых возможностей предприятия. Нужно сохранить основные фонды, ключевые технологии, ядро трудового коллектива. Для этого необходимо принять оперативные меры по улучшению собственного капитала, обеспечить ликвидность, санировать баланс.

Политика антикризисного управления должна представлять часть общей стратегии предприятия, заключающейся в разработке системы методов оценки и планирования деятельности, исходя из внутренней и внешней обстановки, предварительной диагностики угрозы развития кризисной ситуации и применения методов оздоровления предприятия, обеспечивающих его выход из кризисного состояния.

#### Список литературы

1. Айвазян З. Антикризисное управление: принятие решений на краю пропасти / З. Айвазян, В. Кириченко // Пробл. теории и практики управления.—1999. — № 4.

2. Кац И. Антикризисное управление предприятием / Иосиф Кац // Пробл. теории и практики упр. – 2003. – № 2. – С. 82–85.
3. Панков В. В. Тестовый анализ состояния бизнеса в условиях антикризисного управления / В. В. Панков // Финансы. – 2003. – № 8. – С. 59–62.
4. Беляев С. Г. Теория и практика антикризисного управления / С. Г. Беляев, Л. П. Белых. – М. : Закон и Право ; Юнити, 1996. – 456 с.
5. Уткин Э. А. Справочник кризисного управляющего / Э. А. Уткин. – М. : Экмос, 1999. – 432 с.
6. Crisis Management : A Casebook / ed. by Michael T. Charles. John C. Kim.

### **Резюме**

У роботі розглянуто економічну сутність антикризового управління та методи боротьби з кризовими явищами на підприємстві.

### **Summary**

This article reveals economic essentials of anticrisis management and methods taken by the company to fight negative processes.

УДК 331.224.6

*Т. А. Петренко*

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

## **ПРЕМИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР МОТИВАЦИИ ТРУДА**

**Ключевые слова:** организация оплаты труда, мотивация, премирование.

В настоящее время вопрос привлечения и удержания работников остро стоит перед компаниями практически всех отраслей экономики Украины. Конкуренция за человеческие ресурсы на рынке труда стимулирует развитие систем мотивации. Таким образом, предприятие уделяет внимание вопросам организации и стимулирования труда и, в частности, премированию как фактору мотивации труда.

Целью данной статьи является анализ подходов к организации оплаты труда, основных мотивационных моделей и премирования как одного из основополагающих факторов мотивации. Как

следствие, предметом исследования и анализа будут труд и мотивационные модели.

Оплата труда представляет собой вознаграждение, которое получает работник предприятия в зависимости от количества и качества затраченного им труда и результатов деятельности как работника, так и всего коллектива предприятия. Обобщая литературные источники по проблеме организации оплаты труда и мотивации [1; 2], можно выделить несколько общих подходов к организации оплаты труда:

– тарифный метод – основан на определении совокупности тарифных ставок и окладов, применяемых для оценки факторов дифференциации заработной платы в пределах нормы труда в сочетании с совокупностью условий оплаты за труд, не входящий в круг обязанностей, определенных нормой труда (премии, доплаты, надбавки) и обеспечивающих дифференциацию оплаты в зависимости от результативности труда работника. К тарифообразующим факторам можно отнести сложность выполняемых работ, умение работника выполнять эти работы (квалификация);

– бестарифный метод – базируется на применении различных видов коэффициентов, используемых для оценки квалификации и результативности труда работников и для распределения между ними средств на оплату труда;

– метод гибких систем оплаты труда – основан на индивидуализации размера заработной платы конкретного работника, которая определяется не только традиционными показателями (стаж, квалификация, опыт), но и индивидуальными качествами работника на базе оценки способностей этого человека и возможности их реализации [2].

Для повышения эффективности труда работников предприятия применяется профессиональная мотивация, которая представляет собой процесс стимулирования, необходимый для продуктивного выполнения принятых решений и намеченных работ отдельного человека или группы людей, к деятельности, направленной на достижение целей компании [1].

Выбор подхода к построению системы мотивации определяет различие в мотивационных моделях. Различают следующие мотивационные модели:

– инструментальные (результативные) – размеры оплаты

соизмеряются с результатами труда, при этом изучается и учитывается реакция работников на обязательные требования и систему оценки результатов деятельности;

– управленческие – результативность труда и его оплата являются производными от методов и способов управления, а система мотивации зависит от стиля управления руководителя. Система мотивации ориентируется на достижение групповых целей и задач на основе делегирования полномочий малым коллективам. Размеры стимулирования определяются результативностью работы этих групп;

– психологические – система стимулирования строится на основе разработанной концепции мотивации, указывающей работнику пути достижения целей (с учетом иерархии потребностей и психологических теорий мотивации). В основу системы мотивации закладываются факторы построения карьеры и пути удовлетворения личных потребностей человека.

Метод премирования, как основная форма материального стимулирования, применяется в случае выполнения работ, выходящих за пределы основной нормы труда работника. Сложность разработки эффективной системы премирования заключается в том, что во многих случаях на промышленных предприятиях премирование производится за выполнение установленных показателей на 100%, в то время как целесообразно его применение после прохождения «порога начала премирования» (100,1% и выше) [2]. Обязательно наличие четких количественных параметров, позволяющих контролировать уровень начисляемой заработной платы как самому работнику, так и его руководителю. Если порядок начисления премии заранее известен работнику, он будет добиваться того уровня заработка, к которому стремится. В премиальной системе прослеживается четкая взаимосвязь между технико-экономическими показателями и размером премий, определен круг поощряемых работников, периодичность премирования. Размер премии должен быть связан с теми экономическими выгодами, которые принес работник организации.

Размеры премий следует устанавливать исходя из задач, которые необходимо решить с помощью системы премирования. Если требуется регулярное выполнение показателей деятельности на определенном уровне, то целесообразнее использовать

фиксированный размер премий за выполнение работ в заданных пределах; если речь идет о том, чтобы улучшить показатели деятельности предприятия, то вводятся дифференцированные размеры премий за каждую единицу улучшения показателя.

Премирование по основным результатам деятельности может сочетаться как со сдельными, так и с повременными формами оплаты труда. При этом в качестве базового уровня начисления целесообразно использовать тарифный заработок (за отработанное время или выполненный объем работ). Если работник выполняет несколько видов работ, для которых установлены самостоятельные показатели премирования, премия должна быть начислена за каждый вид работ в соответствии с установленными для него системами премирования.

В случае, если качества работника, безусловно, влияют на результат, но не имеют четких количественных показателей (дисциплинированность, авторитет в коллективе, добросовестность, профессиональная культура, готовность прийти на помощь в случае возникновения производственных затруднений), целесообразно применять единовременные премии и вознаграждения. Этот вид премий имеет целевое назначение: они дополняют системы оценки трудового вклада и оплаты труда, позволяют значительно повысить гибкость стимулирования. Единовременные премии и вознаграждения всегда воспринимаются не только как материальное, но и как моральное поощрение. С их помощью показатели, которые не принимаются в расчет регулярными поощрительными системами, позволяют решать эпизодически возникающие производственные задачи (устранение аварий, неполадок, последствий стихийных бедствий) [3].

С целью поддержания высокого уровня эффективности применяемой модели премирования необходимо периодически осуществлять пересмотр и повышение уровня показателей, при достижении которого выплачивается премия. Несоблюдение этого требования ослабляет стимулирующую роль премирования и может привести к превращению премии в простую надбавку к заработной плате.

С целью достижения высоких результатов деятельности сотрудники предприятия должны понимать смысл работы и иметь представление не только о своем участке, но и о деятельности

компаний в целом. Каждый сотрудник должен четко понимать, какого конечного результата он должен достичь на своем рабочем месте.

Благодаря четко разработанной системе мотивации повышается не только социальная и творческая активность работников, но и конечные результаты деятельности предприятий в их многогранной социально-экономической деятельности. Совершенствование системы премирования должно учитывать степень влияния данного работника на рост производительности труда и эффективности производства.

Таким образом, необходимым условием увеличения эффективности работы организации является грамотно построенная система оплаты труда, гибкая и учитывающая специфику работы предприятия система премирования.

#### Список литературы

1. Основы мотивации труда: организационно-экономические аспекты : учеб. пособие / под ред. А. С. Афолина . – К. : МЗУУП, 1994. – 187 с.
2. Мороз О. М. Грейды и тарифы – дом и его фундамент / О. М. Мороз // Менеджер по персоналу. – 2007. – № 5. – С. 26–31.
3. Полянский Н. Мотивация персонала на промышленных предприятиях / Н. П. Полянский // Менеджер по персоналу. – 2007. – № 2. – С. 10–17.

#### Резюме

Метою цієї статті є дослідження підходів організації оплати праці, основних мотиваційних моделей і преміювання як головного засобу мотивації. Проаналізувавши мотиваційні моделі та основні механізми преміювання, можна зробити висновок, що коректно розроблена система мотивації сприятиме підвищенню кінцевих результатів діяльності підприємства.

#### Summary

The results of labour payment formation research, motivation models description and rewarding system investigation are presented in the article. After analysis of motivation models and main premium putting schemes there is a possibility to make a conclusion that well designed motivation system can bring the rise in performance of a company activity.

---

УДК 658.165

*И. В. Попович*

*Научный руководитель канд. экон. наук Е. И. Решетняк*

## **ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬЮ КАК ОСНОВА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Ключевые слова:** эффективное управление, прибыль, рентабельность, планирование, распределение, использование, моделирование прибыли.

На сегодняшний день рыночная экономика предъявляет различные требования к системе управления предприятиями, такие как эффективность управления, рациональность и мобильность решений, максимизация прибыли, минимизация затрат и т. д. В связи с этим необходимо умение максимально быстро реагировать на изменения хозяйственной ситуации с целью поддержания устойчивого финансового состояния и постоянного совершенствования производства в соответствии с изменением конъюнктуры рынка.

Актуальность данной темы обусловлена важностью анализа прибыли и рентабельности, эффективности управления ими на предприятиях всех форм собственности как способа определения путей и резервов повышения результатов финансово-хозяйственной деятельности. Поэтому в настоящее время рассмотрению прибыли и рентабельности в литературе уделяется особое внимание, так как именно важность качественного управления рентабельностью, необходимость выявления факторов и резервов ее повышения предопределила выбор темы статьи, круг исследуемых вопросов и логическую схему ее построения.

Категория прибыли является предметом исследования многих ученых-экономистов. Большой вклад в разработку теоретических и практических аспектов прибыли внесли такие ученые, как В. В. Ковалев, И. А. Бланк, Н. А. Яцюк, В. И. Чернов, Ф. Р. Шамхалов и другие.

Рассматривая сущность прибыли, следует в первую очередь отметить такие ее характеристики [1, с. 54]:

1. Прибыль является формой дохода предпринимателя, вложившего свой капитал с целью достижения определенного коммерческого успеха.

2. Прибыль не является гарантированным доходом предпринимателя, вложившего свой капитал в тот или иной вид бизнеса.

3. Прибыль характеризует не весь доход, полученный в процессе предпринимательской деятельности, а только ту часть дохода, которая «очищена» от понесенных затрат на осуществление этой деятельности.

Целью данной статьи является анализ и определение эффективности управления прибылью и рентабельностью, так как прибыль как конечный финансовый результат на всех этапах развития экономики всегда имела огромное значение для эффективной работы предприятий и организаций.

Что касается понятия «управление прибылью», то оно представляет собой процесс выработки и принятия управленческих решений по всем основным аспектам ее формирования, распределения, использования и планирования на предприятии.

Обеспечение эффективного управления прибылью предприятия предъявляет ряд требований к этому процессу, основными из которых являются [1, с. 95]:

1. Интегрированность с общей системой управления предприятием. Управление прибылью непосредственно связано с производственным менеджментом персонала, инвестиционным менеджментом, финансовым менеджментом и некоторыми другими видами функционального менеджмента.

2. Комплексный характер формирования управленческих решений. Управление прибылью должно рассматриваться как комплексная система действий, обеспечивающая разработку взаимосвязанных управленческих решений, каждое из которых вносит свой вклад в результативность формирования и использования прибыли по предприятию в целом.

3. Высокий динамизм управления. Даже наиболее эффективные управленческие решения в области формирования и использования прибыли, разработанные и реализованные на

предприятия в предшествующем периоде, не всегда могут быть повторно использованы на последующих этапах его деятельности.

4. Многовариантность подходов к разработке отдельных управленческих решений. Реализация этого требования предполагает, что подготовка каждого управленческого решения в сфере формирования, распределения и использования прибыли должна учитывать альтернативные возможности действий.

5. Ориентированность на стратегические цели развития предприятия.

С учетом содержания процесса управления прибылью и предъявляемых к нему требований формируются его цели и задачи. В связи с этим можно предложить следующий алгоритм этапов управления на предприятии (Рис. 1).

Главной целью управления прибылью и рентабельностью является обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде. Исходя из главной цели, можно сформулировать систему основных задач, направленных на реализацию главной цели управления прибылью [1, с. 126]:

1. Максимизация размера формируемой прибыли, соответствующего ресурсному потенциалу предприятия.

2. Выплата необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам предприятия.

3. Формирование достаточного объема финансовых ресурсов за счет прибыли в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде.

4. Постоянный рост рыночной стоимости предприятия.

Процесс управления прибылью предприятия базируется на определенном механизме. В структуру механизма управления прибылью входят следующие элементы:

1. Государственное правовое и нормативное регулирование вопросов формирования и распределения прибыли предприятия.

2. Рыночный механизм регулирования формирования и использования прибыли предприятия.

3. Внутренний механизм регулирования отдельных аспектов формирования, распределения и использования прибыли предприятия.



Рис. 1. Этапы управления прибылью на предприятии

4. Система конкретных методов и приемов осуществления управления прибылью.

Эффективный механизм управления прибылью предприятия позволяет в полном объеме реализовать стоящие перед ним цели и задачи, способствует результативному осуществлению функций этого управления.

Однако для оценки эффективности работы организаций недостаточно использования показателя прибыли, поскольку наличие прибыли еще не означает, что организация работает хорошо. Многие предприятия, получившие одинаковую сумму прибыли, имеют различные объемы продаж, разные затраты. Поэтому для определения эффективности произведенных затрат необходимо использовать относительный показатель – уровень рентабельности [8].

В организациях предпринимательской деятельности производят расчет нескольких видов рентабельности: рентабельность продаж; рентабельность активов; рентабельность основного капитала; рентабельность собственного капитала. В процессе анализа рентабельности исследуются уровень показателей, их динамика, определяется система факторов, влияющих на их изменение, а также эффективность деятельности предприятия.

С целью дальнейшего исследования можно отметить, что важным аспектом управления является также планирование экономической деятельности предприятий. Главной целью планирования является получение максимальной прибыли. Основными средствами для ее достижения могут быть выбраны два известных способа роста доходов предприятия: 1) за счет экономного распределения применяемых ресурсов и 2) на основе приращения используемого капитала. Первый путь ориентирует производителей на планирование снижения затрат, второй – на повышение результатов производства [4, с. 328].

В современной практике используется множество различных методов планирования прибыли. Рассмотрим те из них, которые чаще всего используются при планировании, и постараемся выявить их особенности и недостатки [2, с. 384].

1. Метод экстраполяции основан на результатах трендового анализа прибыли за ряд предшествующих периодов и выявлении «линии тренда», которая распространяется (пролонгируется) и на

плановый период. Вместе с тем этот метод планирования формирования прибыли является наименее точным, так как он не учитывает изменения влияющих на нее не только факторов внешней среды, но и факторов внутреннего развития предприятия в предстоящем периоде.

2. Метод прямого счета может быть использован только в том случае, если на предварительной стадии уже сформированы планы коммерческого дохода, расходов на реализацию и налоговых платежей.

3. Метод прогнозирования денежного потока является относительно новым для нашей практики, хотя широко используется в организациях стран с развитой рыночной экономикой. Его основу составляет разработанный на предприятии текущий план поступления и расходования денежных средств по операционной деятельности.

Наряду с формированием прибыли и рентабельности в каждой организации должно быть обеспечение эффективного управления их распределением.

Общим для всех видов организаций независимо от форм собственности и видов деятельности является распределение прибыли в соответствии с уставом и коллективным договором на следующие цели [5]:

1. Платежи в бюджет.
2. Отчисления во внебюджетные фонды, созданные по решению правительства или местных органов власти.
3. Формирование фонда накопления.
4. Создание фонда потребления.
5. Благотворительные цели.
6. Другие цели (накопление средств для выкупа имущества).

Распределение чистой прибыли позволяет расширять деятельность организации за счет собственных, более дешевых источников финансирования. При этом снижаются финансовые расходы организации на привлечение дополнительных источников.

Для увеличения положительного результата деятельности предприятия предлагается разработать мероприятия, обеспечивающие [1, с. 168]:

1. Строгое соблюдение заключенных договоров на выполнение работ.

2. Проведение масштабной и эффективной политики в области подготовки персонала.

3. Повышение эффективности деятельности предприятия по сбыту продукции. Прежде всего, необходимо больше внимания уделять повышению скорости движения оборотных средств, сокращению всех видов запасов, добиваться максимально быстрого продвижения готовых изделий от производителя к потребителю.

4. Улучшение качества выполняемых работ, что приведет к конкурентоспособности и заинтересованности выбора данного предприятия заказчиками работ.

5. Увеличение объема производства выполняемых работ за счет более полного использования производственных мощностей предприятия.

6. Сокращение затрат на производство за счет повышения уровня производительности труда, экономичного использования сырья, материалов, топлива, электроэнергии, оборудования.

7. Сокращение непроизводственных расходов и производственного брака.

Выполнение этих предложений значительно повысит получаемую прибыль на предприятии.

Таким образом, управление прибылью и рентабельностью является очень сложным и многоступенчатым процессом. А эффективное управление требует проведения грамотного и достоверного анализа прибыли и рентабельности на каждом этапе процесса управления.

По результатам этого анализа разрабатываются рекомендации по формированию прибыли, изменению пропорций в распределении прибыли и наиболее рациональному ее использованию, что может быть направлено на повышение эффективности функционирования предприятия и укрепление его позиций на конкурентном рынке.

#### Список литературы

1. Беннет Р. Секреты эффективного управления = Effective management : пер. с англ. / Р. Беннет. — М. : ЛОРИ, 1999. — 216 с.

2. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. — 2-е изд., расш. и доп. — К. : Ника-Центр : Эльга, 2002. — 751 с. — (Б-ка финансового менеджера). — Б. ц.

3. Марюта О. М. Адаптивне управління прибутком підприємства / О. М. Марюта, О. К. Єлісеєва // *Фінанси України*. – 2004. – № 3. – С. 83–89.
4. Ковалев В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – 2-е изд., перераб. и доп. / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 512 с.: ил.
5. Кононенко О. Использование прибыли предприятиями / О. Кононенко // *Налоги и бухгалтерский учет*. – 2001. – № 83. – С. 33–40.
6. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз і планування : навч. посіб. / Г. О. Крамаренко ; Дніпропетр. акад. упр., бізнесу та права. Каф. фінансів і банк. справи. – Д., 2001. – 223 с.
7. Орловский Д. Л. Использование изображений проблемных ситуаций, возникающих при управлении прибылью предприятия, для их кластеризации / Д. Л. Орловский // *Вестн. Междунар. Славян. ун-та. Сер. Техн. науки*. – 2001. – Т. 4. – № 7. – С. 21–25.
8. Царев В. В. Внутрифирменное планирование / В. В. Царев. – СПб. : Питер, 2002. – 493 с. – (Учеб. для вузов). – Библиогр. : с. 468–476 (121 назв.). – Имен. указ. : с. 477. – Предм. указ. : с. 477–492.
9. Шамхалов Ф. Прибыль – основной показатель результатов деятельности организации / Ф. Шамхалов // *Финансы*. – 2000. – № 6. – С. 19–22.

### **Резюме**

У статті розглянуто поняття «управління прибутком і рентабельністю» та його елементи; сформульовано систему основних завдань, спрямованих на реалізацію головної мети управління прибутком. Наведено основні методи планування прибутку на підприємстві, їх особливості та недоліки. Запропоновано низку заходів, спрямованих на збільшення позитивного результату діяльності підприємства.

### **Summary**

The article considers the notion of profit and profitability management and its elements. The primary tasks system directed on realization of the main purpose of profit management has been formulated. The author grounds main methods of the enterprise income planning, their peculiarities and drawbacks. A range of actions promoting increase of the positive result of the enterprise activity has been suggested.

---

УДК 339.137.2

*Ю. Б. Рыбина*

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

## **ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ**

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, качество, продукция, метод, оценка, показатель.

В настоящее время производство и реализация конкурентоспособной продукции является актуальной проблемой для национальных товаропроизводителей, поскольку от этого зависит как экономическое развитие страны, так и ее репутация.

Трансформационные процессы в экономике Украины, которые направлены на развитие рыночных отношений, формулируют целый ряд проблем, связанных с системой механизма обеспечения конкурентоспособности товара. Игнорирование требований этой системы приводит к банкротству предприятий, сокращает приток денежных средств в бюджет [4, с. 35].

Целью написания данной статьи является анализ методов оценки конкурентоспособности продукции и их применения на примере продукции пищевой промышленности (АОЗТ «Харьковская бисквитная фабрика»).

В Украине каждый экономический субъект имеет право выхода на международный уровень, деятельность каждого предприятия связана с динамическим развитием внутренней и внешней среды, резким повышением уровня неопределенности, постоянным увеличением рисков реализации продукции. Успех работы предприятия связан не только с усовершенствованием внутривладельческого механизма обеспечения конкурентоспособности, но и с тем, как оно сможет приспособиться к конкурентной среде, которая постоянно меняется.

Преимущество получает та фирма, которая предлагает не просто более совершенный товар, но и лучший способ удовлетворения потребности [4, с. 36].

На рынке всегда существует видимая и невидимая конкуренция. Представителем видимой конкуренции является товар, поэтому важно акцентировать внимание на его способности выигрывать в конкурентной борьбе.

Конкурентоспособность товара – понятие сложное и комплексное, которое зависит от производительности труда, системы налогообложения, технических, технологических и других нововведений [4, с. 37].

Рассматривая конкурентоспособность продукции, можно утверждать, что в большинстве работ она оценивается на основе двух критериев: полезного эффекта от потребления продукции и цены потребления.

В настоящее время оценка конкурентоспособности товара (К) строится на соображении, что для покупателя в процессе сравнения товаров выигрывает тот, у которого отношение суммарных затрат на приобретение и использование товара (Р) к полезному эффекту (I), получаемому от данного товара, минимально по сравнению с другими аналогичными товарами, то есть

$$K = P/I \rightarrow \min.$$

Полезный эффект рассчитывается как интегральный показатель качества продукции, включающий в себя три группы показателей: основные характеристики продукции (технические, конструктивные); регламентируемые (т. е. соответствующие стандартам); параметры и признаки, характеризующие эстетические свойства товара (дизайн, упаковка и т. д.). Каждый показатель входит в интегральный показатель со своим весом, зависящим от его значимости для потребителя [5, с. 82].

Для потребителя целью совершения покупки продукции является приобретение ее качества – способности удовлетворять конкретные потребности. Каждый потребитель, выбирая конкретную продукцию, стремится добиться оптимального соотношения между уровнем потребительских свойств и расходами на ее приобретение и использование, то есть получить максимум потребительского эффекта на единицу затрат [2, с. 237].

В долгосрочной перспективе целью действий любого производителя является достижение максимальной разницы между ценой реализации продукции и собственными затратами на ее произ-

водство. Поэтому первостепенной задачей для производителя является формирование в сознании потребителя мнения о высокой степени полезности данной продукции. Качественный уровень процесса производства продукции, выражающийся через производственно-технологические показатели и воплощенный в качество продукции, обеспечивает удовлетворение потребности производителя и выступает средством достижения цели – получения прибыли [3, с. 54].

Оценка показателей конкурентоспособности товаров осуществляется путем сравнения технических и экономических параметров. При оценке показателей следует использовать дифференцированный и комплексный метод. Дифференцированный метод оценки конкурентоспособности базируется на использовании единичных параметров конкретной продукции и базы сравнения. В научной литературе обращается внимание на то, что дифференцированный метод позволяет лишь констатировать факты конкурентоспособности, анализ продукции или наличия у нее преимуществ по сравнению с товаром-аналогом. Однако он не учитывает влияние на потребителя при выборе товара весомости каждого параметра. Для ликвидации этого недостатка необходимо использовать комплексный метод оценки конкурентоспособности, который базируется на использовании комплексных показателей или сравнении полезных элементов анализируемой продукции и образца [3, с. 53]. С помощью четко выбранной методики можно определить, какой из видов продукции является наилучшим для потребителя [1, с. 45].

На основании данных теоретических предположений был проведен анализ метода оценки конкурентоспособности продукции на примере АОЗТ «Харьковская бисквитная фабрика». Для более полной оценки была изучена ситуация в кондитерской отрасли.

Кондитерский рынок – один из самых привлекательных и развивающихся среди пищевой промышленности. И поэтому одной из наиболее ярко выраженных является конкурентная борьба среди производителей именно продукции кондитерской отрасли, и, в частности, таких, как Western NIS Enterprise Fund («АВК»), «Крафт Фудз Украина» (ТМ «Корона»), Sigma Bleizer (АО «Полтавакондитер»), Nestle («Світоч»), «Укрпромінвест» (корпорация

Roshen), «Техноцентр» (Ивано-Франковская кондитерская фабрика), «Топ-транс» (Черкасская бисквитная фабрика), «Запорожский региональный банк» (Запорожская кондфабрика). Производители кондитерской продукции конкурируют между собой, используя методы как ценовой, так и неценовой конкуренции. Цены устанавливаются близкими к средним по отрасли. И пользуются одним из методов неценовой конкуренции – повышением качества продукции.

Конкурентоспособность продукции зависит от ряда факторов, влияющих на предпочтительность товаров и определяющих объем реализации на данном рынке. Эти факторы можно считать компонентами конкурентоспособности и разделить на три группы: технико-экономические, коммерческие, нормативно-правовые факторы.

Технико-экономические факторы включают: качество, продажную цену и затраты на потребление продукции. Коммерческие факторы определяют условия реализации товаров на конкретном рынке. Они включают: конъюнктуру рынка (острота конкуренции, соотношение между спросом и предложением данного товара, национальные и региональные особенности рынка, влияние на формирование платежеспособного спроса на данную продукцию); рекламу (наличие и действенность рекламы и других средств воздействия на потребителя с целью формирования спроса); имидж фирмы (популярность торговой марки, репутация фирмы, компании, страны). Нормативно-правовые факторы отражают требования технической, экологической безопасности использования товара на данном рынке, а также патентно-правовые требования. Данные факторы выступают как ограничения, обязательные к выполнению [6, с. 24].

В основу анализа конкурентоспособности продукции кондитерской отрасли АОЗТ «Харьковская бисквитная фабрика» была положена оценка бисквита комплексным методом, учитывающим влияние каждого параметра покупателем. Критерии, приведенные в таблице, являются результатами опроса, проведенного службой качества и производственным отделом данного предприятия.

**Анализ конкурентоспособности продукции**

Критерии	Значимость (в % от 1 до 100)	Оценка показателей в баллах (бисквит)				
		АОЗТ «ХБФ»	«А.В.К.»	ЗАТ «Житомирские сладости»	ЗАТ «Свиточ»	«КИЕВ- КОНТИ»
Цена	30	6	6	7	5	6
Качество	20	9	8	8	7	9
Внешний вид	5	8	8	8	8	8
Вкус	20	10	9	9	10	10
Качество сырья	20	9	8	9	8	9
Цвет	5	9	7	9	9	9
Всего с учетом значимости	100	825	755	815	735	825

Из проведенного анализа привлекательности изделий следует, что продукция АОЗТ «Харьковская бисквитная фабрика» имеет высокий уровень конкурентоспособности.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что успешность функционирования любой фирмы зависит от уровня конкурентоспособности продукции. Тем самым приходится признать необходимость оценки и управления конкурентоспособностью продукции, основанной на тесной взаимосвязи общепризнанных законов экономики и менеджмента, психологии и социологии, статистики и теории вероятностей. Использование комплексного метода оценки помогает определить наиболее существенные показатели конкурентоспособности продукции и позволяет производить качественную продукцию и обеспечить устойчивое развитие предприятия на рынке.

**Список литературы**

1. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11 січня 2001 р. №2210-III // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2210-14>.

2. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции / А. Фейгенбаум. – М. : Экономика, 1986. – 472с.

3. Лобанов М. М. Основные принципы оценки конкурентоспособности продукции / М. М. Лобанов, Ю. М. Осипов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 53–58.

4. Марцин В. С. Механізм забезпечення конкурентоспроможності товару та показники її оцінки / В. С. Марцин // Акт. проблеми економіки. – 2008. – № 1. – С. 35–44.

5. Павлова Н. Н. Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности товара / Н. Н. Павлова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 1 (39). – С. 82–89.

6. Печенкин А. Об оценке конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей / А. Печенкин, В. Фомин // Маркетинг. – 2000. – № 2 (51). – С. 23–26.

### **Резюме**

У статті розглядаються методи оцінки конкурентоспроможності продукції. Пропонуються різні точки зору щодо поняття «конкурентоспроможність». Проводиться аналіз методу оцінки конкурентоспроможності продукції АТЗТ «Харківська бісквітна фабрика».

### **Summary**

The article examines the methods of product competitiveness estimation. The different points of view on a concept of competitiveness are offered. The author analyzes the Kharkov Biscuit Factory product competitiveness.

УДК 331.101.3

*Л. А. Сайченко*

*Научный руководитель д-р экон. наук Е. А. Довгаль*

## **АНАЛИЗ СИСТЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ МОТИВАЦИИ ТРУДА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**Ключевые слова:** система мотивации, оплата труда, премирование, материальное поощрение, моральное стимулирование.

Мотивация трудовой деятельности, являясь важным и самостоятельным фактором результативности производства, требует

учета различных условий хозяйствования. Постоянно меняющиеся социально-экономические, демографические, политические и другие особенности развития областей Украины оказывают значительное влияние на систему управления мотивацией труда на предприятиях, обуславливая соответствующие изменения в комплексе используемых методов и способов воздействия на поведение работников. Возникает необходимость в развитии механизма регулирования мотивации трудовой деятельности, который позволил бы оценивать параметры внешней среды, учитывать характер их влияния на управляемый процесс, выявлять проблемы в системе стимулирования труда и принимать руководством предприятий своевременные управленческие решения, повышающие эффективность использования трудовых ресурсов [3; 5]. Таким образом, побуждение работников предприятия к реализации поставленных перед ними целей и задач является объективной необходимостью и осознается всеми руководителями.

В настоящее время проблемы мотивации являются достаточно актуальными, поскольку от эффективной системы мотивации зависит как повышение социальной активности конкретного работника, так и конечные результаты деятельности предприятий различных форм собственности, производственной и непроизводственной сфер деятельности.

Современные наработки ученых в сфере мотивации и стимулировании персонала базируются на более чем столетнем мировом опыте организации труда. В основу механизмов мотивации и стимулирования работников положены наиболее известные теории мотивации. Так, по мнению одних авторов, мотивация труда является одной из важнейших функций менеджмента, представляющей собой стимулирование работника или группы работников к деятельности по достижению целей предприятия посредством удовлетворения их собственных потребностей [1; 2, с. 343]. С точки зрения других, мотивация — это совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности и придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей.

Теория потребностей подтверждает значительное усложнение адаптации теоретических разработок в практике современной

деятельности отечественных предприятий. В Украине эта ситуация объясняется различными факторами: общим замедлением реформы оплаты труда, неразвитостью рынка труда, проблемами в сфере инвестирования, национальным менталитетом и многими другими факторами [4].

Целью данной статьи является анализ системы регулирования процессов мотивации и стимулирования труда на украинских предприятиях на примере ЗАО «Лозовской завод трактородеталь».

Сегодня проблема привлечения и удержания работников как никогда остро стоит перед компаниями практически всех отраслей экономики Украины. Конкуренция за человеческие ресурсы на рынке стимулирует развитие систем стимулирования. При такой ситуации нужно прилагать максимум усилий, чтобы в компании работала система мотивации, а не принцип единоразового вознаграждения.

В качестве примера рассмотрим мотивационную политику ЗАО «Лозовской завод трактородеталь» (ЛЗТД).

Зарботная плата планируется и регулируется предприятием на основе Положения об оплате труда рабочих основного и вспомогательного производства ЗАО «ЛЗТД». Это Положение вводится с целью материальной заинтересованности рабочих за выполнение и перевыполнение плановых заданий; установления непосредственной связи оплаты труда с количеством и качеством; устранения уравнительности в оплате труда и распространяется на рабочих основного и вспомогательного производства, охватывая все структурные подразделения завода.

Основная зарботная плата рабочих-сдельщиков производится за фактически выполненный объем согласно утвержденным расценкам. Основная зарботная плата рабочих-повременщиков производится за фактически отработанное время по часовым тарифным ставкам (окладам) согласно штатному расписанию.

За своевременное и качественное выполнение сменных заданий вводится премирование:

— для рабочих-сдельщиков — 40%, рабочих-повременщиков — 15–30% к фактической сдельной зарплате конкретного работника.

Зарботная плата отдельного работника зависит от коэффициента эффективности труда (КЭТ). КЭТ представляет собой комплексную оценку количественных и качественных показателей

производственной деятельности каждого исполнителя. КЭТ устанавливается каждому работнику ежедневно с учетом замечаний начальника цеха (службы), технолога, зам. начальника, мастера и других служб завода.

КЭТ в целом за месяц определяется путем абсолютного снижения коэффициента за каждый конкретный случай нарушения, и на его величину корректируется месячная заработная плата. Зарплата конкретного работника за полный отработанный месяц не может быть ниже минимальной зарплаты согласно действующему законодательству.

При условии выполнения за отчетный месяц плана производства в объеме и номенклатуре, а также других технико-экономических показателей создается дополнительный фонд премирования рабочих цеха в размере 15% от заработной платы рабочих-сдельщиков (без учета премии).

При условии выполнения в отчетном месяце плановых заданий и технико-экономических показателей, отсутствия претензий по изготовлению и ремонту техоснастки, ремонту оборудования, недопущения необоснованных простоев основного производства по вине ремонтной службы создается дополнительный фонд премирования рабочих ремонтно-механического участка и энергетической службы в размере 10% от фонда заработной платы рабочих участка согласно штатному расписанию. Размер премирования устанавливается хозрасчетной комиссией завода по итогам работы за отчетный месяц. Распределение фонда премирования производится руководителем структурного подразделения с учетом трудового вклада конкретного работника в общие результаты, оформляется распоряжением, визируется в ЭКО и представляется в бухгалтерию завода для выплаты. Премии из дополнительного фонда премирования полностью или частично лишаются работники за нарушение трудовой и производственной дисциплины.

В дополнение к заработной плате завод предоставляет своим работникам выплаты социального характера, т. е. дополнительные блага, повышающие уровень жизни работника, к которым относятся: доплата к больничным листам из прибыли, единовременные пособия уходящим на пенсию, компенсации за проездные билеты, пособия женщинам по уходу за детьми.

Завод, если позволяют денежные средства, проводит мероприятия по повышению квалификации (тарифного разряда) работников путем их дополнительного обучения, а также выделяет денежные средства на премирование.

Таким образом, на ЗАО «Лозовской завод трактородеталь» существует развитая система премирования, дополнительных выплат и разнообразных финансовых надбавок, методы морального стимулирования на этом предприятии используются недостаточно.

В перспективе эффективным стимулированием персонала для отечественных предприятий станет комплексное использование морального и материального стимулирования.

#### Список литературы

1. Організація, планування та управління на приладобудівних підприємствах : навч. посіб. / за ред. В. А. Міщенко, М. І. Погорєлова. — К. : НМК ВО, 1992. — 400 с.

2. Экономика труда : учеб. пособие / под ред. Л. П. Владимировой. — М. : Изд. дом «Дашков и К», 2002. — 300 с.

3. Кошулько О. Пошук шляхів удосконалення управління і збереження людського капіталу на вітчизняних підприємствах / О. А. Кошулько // Україна: аспекти праці. — 2008. — № 6. — С. 39–44.

4. Полянский Н. А. Мотивация персонала на промышленных предприятиях / Н. А. Полянский // Менеджер по персоналу. — 2007. — № 2. — С. 12–26.

5. Степанова Л. В. Разработка эффективной системы оплаты труда / Л. В. Степанова // Менеджер по персоналу. — 2008. — № 9. — С. 26–31.

#### Резюме

У статті зроблено аналіз системи регулювання процесів мотивації праці на вітчизняних підприємствах на прикладі ЗАТ «Лозівський завод трактородеталь» та запропоновано можливі напрями її вдосконалення.

#### Summary

The analysis of a staff motivation regulating system at a national enterprise has been presented in the article. The possible directions of staff motivation improvement on the pattern of CJSC «Lozivskiy Zavod Tractorodetal» have been suggested by the author.

УДК 658.012.2

*Р. М. Сапронов*

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

## **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Ключевые слова:** стратегическое управление, организационное развитие, жизненные циклы организации, дуальная и рефлексивная структура.

Актуальность стратегического управления заключается в особенностях формирования организации в процессе развития в современных условиях. Множество публикаций посвящено проблемам и возможным способам их решений в сфере стратегического планирования [2; 3; 5].

Проблематику данной темы хотелось бы сфокусировать на важности организационного развития, отдельных его стадиях и жизненных циклах.

Целью статьи является определение источников возникновения кризисных явлений в процессе организационного развития предприятия и, охарактеризовав их, предложить возможный способ решения этих проблем.

Согласно официальной статистике, около 40% компаний, составляющих 19 лет тому назад список Fortune 500, в настоящее время больше просто не существует [1]. Из списка Fortune 500, опубликованного в 1970 году, исчезло 60% компаний по причине их поглощения или просто ликвидации и выхода из бизнеса. Из 12 самых процветающих в 1900 году компаний-гигантов, по которым тогда рассчитывался индекс Доу-Джонса, сегодня существует только General Electric.

Вопрос о том, насколько стратегическое управление способно обеспечить организациям в современном мире повышенные шансы на выживание, коммерческий успех и устойчивое развитие, сегодня представляется весьма своевременным и актуальным.

Изучение зарубежного и отечественного опыта свободного организационного развития показывает, что в настоящее время

как у организаций, выстраивающих свое функционирование в соответствии с определенной стратегией, так и у организаций, не имеющих стратегии, шансы выжить практически равны.

В организациях, не имеющих четко сформулированной стратегии функционирования, развитие имеет эволюционный характер, тогда как в организациях, управляемых в соответствии со стратегическим планом, такое развитие происходит революционно.

Успех сопутствует тем организациям, чьи стратегии нацелены на активное использование их внутреннего потенциала для изменения внешнего окружения, а не простого приспособления к нему.

Большинство из тех организаций, которым на протяжении длительного времени удается оставаться «в строю», не имея стратегического плана, придерживаются принципа поддержания динамического равновесия с окружением. Здесь менеджеры стараются удерживать организацию в состоянии, напоминающем «здоровье», путем пошаговых изменений, хорошо согласующихся с изменениями в окружении. Такой стиль управления организационными изменениями называется рациональным инкрементализмом.

Менеджеры идут на инкрементальное управление развитием организаций, как правило, тогда, когда четко осознают невозможность прогнозировать состояние организационного окружения в будущем. Понимают неразрывную связь своей организации с политической системой ее окружения и невозможность проведения самостоятельной линии развития без того, чтобы не вступить в конфликт с этим окружением.

Крупные организации в настоящее время не в состоянии менять структуру, функции и процессы с той скоростью, с какой меняются политические, социальные, финансовые и технологические условия. Такие организации скорее попытаются изменить эти условия, чем собственную структуру.

Рациональный инкрементализм при всей его практической привлекательности является тупиковой ветвью философии организационного развития. Следуя его принципам, организация рано или поздно оказывается перед необходимостью борьбы за существование в уже политической сфере.

Стратегическое управление имеет место, как правило, в тех организациях, где готовы идти на революционные изменения.

Вследствие постепенного несоответствия внешних условий и способов функционирования организации достигают своего критического предела. Это противостояние рано или поздно приводит к организационному кризису. В условиях организационного кризиса такая организация внезапно осуществляет революционные внутренние изменения, выводящие ее на совершенно новый уровень развития. Это сопряжено с ломкой старых организационных структур, стереотипов мышления и порядка действий.

Пример развития корпорации Apple полностью подтверждает этот вывод. На разных этапах своего существования эта корпорация придерживалась разных стратегий, которые поначалу приносили большой успех. Однако, спустя уже некоторое время (как правило, 2–3 года), становилось очевидно, что избранная стратегия стала очень далека от действительности. Тогда наступал организационный кризис, разрешение которого всегда было болезненным и связано с выбором нового стратегического направления.

Выделяется пять стадий организационного развития, отделяемых друг от друга моментами организационных кризисов [2].

Стадия развития, основанного на творчестве. Это стадия от момента зарождения организации до ее первого организационного кризиса – кризиса лидерства. Организация появляется в результате предпринимательских усилий менеджеров и развивается благодаря реализации творческого потенциала ее учредителей. Основное внимание сосредоточивается на разработке продукта и его маркетинге. Организационная структура компании при этом чаще всего остается неформализованной. Однако по мере роста организации учредителям все больше требуется контролировать и направлять ее развитие, что требует новых знаний, которыми они пока не обладают. Это становится причиной первого кризиса, главный вопрос которого: куда следует вести организацию и кто способен это сделать?

Стадия развития, основанного на руководстве. Когда кризис лидерства успешно преодолен, наступает период организационного роста, основой которого является четко спланированная работа и профессиональный менеджмент. Однако вскоре наступает момент, когда бюрократическая структура управления и процессов принятия решений на ее верхних уровнях начинают

ограничивать творчество управляющих среднего звена. Сама система управления в организации становится источником противоречия, суть которого в различном понимании необходимой и достаточной свободы разных уровней управления. Это – кризис автономии.

Стадия развития, основанного на делегировании. Успешное преодоление кризиса автономии связано со структурной перестройкой и децентрализацией функций, а также последующим делегированием полномочий принятия определенных решений с верхних уровней на более низкие. Это до определенной степени увеличивает потенциал развития организации, но, в конце концов, становится причиной нового кризиса – кризиса контроля, когда высшие менеджеры начинают осознавать, что теряют контроль над организацией в целом.

Стадия развития, основанного на координации. Успешное преодоление кризиса контроля связано с изменениями в системе координации функционирования подразделений, составляющих организацию. В этот период в структуре организации выделяются стратегические подразделения, имеющие высокую степень оперативной самостоятельности, но вместе с тем жестко контролируемые из центра с точки зрения использования стратегических ресурсов организации. Это дает новый импульс к развитию, но постепенно приводит к возникновению своеобразных границ между штаб-квартирой и функциональными подразделениями организации, которые, в конце концов, становятся причиной кризиса границ.

Теория организационного развития, выдвинутая Л. Грейнером, подводит к мысли, что все изменения в организации как бы запрограммированы (на рис. 1 представлена схема организационного развития предприятия).

Сначала организационные изменения обусловлены выбором стратегического направления. Затем следует конкретизация функций и структуры управления. Следующим шагом будет их децентрализация. Далее возникает необходимость в развитии кооперации и координации деятельности. На высшей стадии развития организации начинает ощущаться острая потребность в изменении форм коллективной работы, создании команд. Со временем наступает стадия «организационной усталости»,

преодолеть которую можно только через трансформацию организации в целом, в процессе которой может возникнуть организация, очень похожая на ту, в недрах которой она зародилась, то есть с «традиционной» структурой. Но может возникнуть с «рефлексивной» структурой, в которой учтен весь прошлый опыт и используется механизм самообучения организации.

Украина в условиях нарастающего мирового кризиса может попасть в условия денежного «голодания». Это в первую очередь подрывает платежеспособность всех предприятий страны. Свободных денежных средств едва будет хватать на нормальную хозяйственную деятельность. Снижение объемов производства повлечет за собой уменьшение прибыли и возрастание себестоимости продукции. В этих условиях говорить о дорогостоящих структурных изменениях в организации предприятий нецелесообразно. Поэтому предприятия должны выбирать наименее затратную стратегию организационного развития предприятия. Исходя из этого, следует создавать организацию, основанную на «дуальной» структуре [10] – вспомогательной вторичной структуре, призванной выполнять нестандартные решения и ежедневные рутинные операции, и «рефлексивной» структуре [9], создаваемой на основе прошлого опыта и с учетом современных тенденций развития,

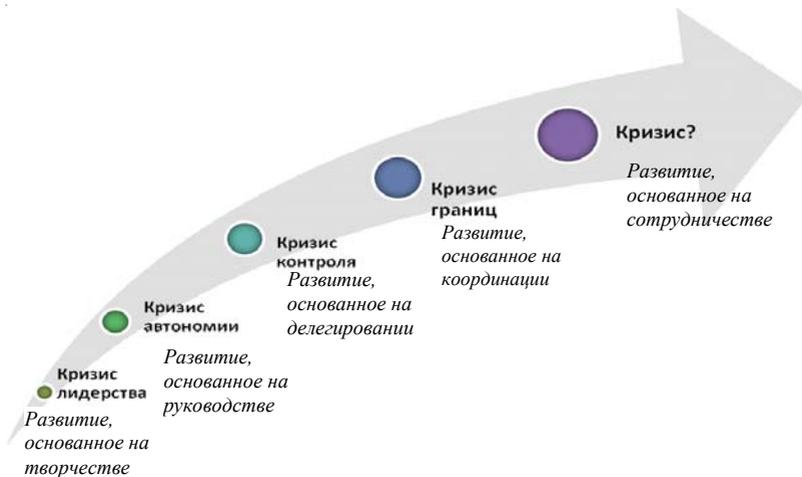


Рис. 1. Схема организационного развития предприятия

для стимулирования развития новых перспективных видов деятельности и личного духовного обогащения.

Каждый руководитель должен создать свою «систему» — свое концептуальное предприятие, которое всегда уникально. Любая заимствованная извне система — как целое, а не как средство — отвергает руководителя как такового [9].

Подводя итоги, важно отметить, что необходимость изменений в организациях рано или поздно возникает независимо от того, какой идеологии развития они придерживаются или в каких экономических условиях развиваются. Однако от того, как будут осуществляться эти изменения в организации, зависит не только длительность существования, но и эффективность функционирования. Представленная схема иллюстрирует правило: «Любой кризис — двигатель прогресса». Преодолев кризис экономический, предприятие сможет преодолеть и организационный и перейти на новый уровень развития.

#### Список литературы

1. Fortune 1000 [Электронный ресурс] // CNNMONEY. — Режим доступа : [http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune500/2008/full\\_list/](http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune500/2008/full_list/). — Загл. с экрана.
2. Емельянов Е. Н. Жизненный цикл организационного развития / Е. Н. Емельянов, С. Е. Поварницына // Организацион. развитие. — 1996. — 113 с.
3. Ефремов В. С. Стратегическое управления в контексте организационного развития / В. С. Ефремов // Менеджмент в России и за рубежом. — 1999. — № 1. — С. 58–79.
4. Сущность, функции и выгоды стратегического планирования [Электронный ресурс] // Экономико-правовая библиотека. — Режим доступа : <http://www.vuzlib.net/beta3/html/1/5688/5761/>. — Загл. с экрана.
5. Стратегическое планирование — необходимость? [Электронный ресурс] // Franklin-Grant. — Режим доступа : [http://www.franklin-grant.ru/ru/news2/data/news\\_03/2005\\_01%5C20050124\\_184328\\_ms.asp](http://www.franklin-grant.ru/ru/news2/data/news_03/2005_01%5C20050124_184328_ms.asp). — Загл. с экрана.
6. Мальцев М. Необходимость бизнес-планирования в современных условиях [Электронный ресурс] / М. Мальцев // Консалтинговая группа здесь и сейчас. 2007. — Режим доступа : <http://www.zis.by/articles/consult/0001094/data/tpl-newsprint/news/>. — Загл. с экрана.

7. Голяков С. М. Бизнес планирование в МСП [Электронный ресурс] / С. М. Голяков. – Режим доступа : <http://www.newsalon.ru/2/40.htm>. – Загл. с экрана.

8. Ефремов В. С. Стратегическое управление в контексте организационного развития [Электронный ресурс] / В. С. Ефремов // [stplan.ru](http://stplan.ru). – Режим доступа : <http://www.stplan.ru/articles/practice/razvitie.htm>. – Загл. с экрана.

9. Авилов А. В. Рефлексивное управление. Методологические основания / А. В. Авилов. – М. : ГУУ, 2003. – 174 с.

10. Голобокова Г. М. Международный менеджмент [Электронный ресурс] Г. М. Голобокова // Библиотека Воеводина. – Режим доступа : [http://enbv.narod.ru /text/Econom/management/mejd\\_management/str/26.html](http://enbv.narod.ru/text/Econom/management/mejd_management/str/26.html). – Загл. с экрана.

### **Резюме**

У даній статті розглянуто проблему стратегічного управління в контексті організаційного розвитку підприємства, зміни організаційної і управлінської структури в умовах циклічного розвитку економік. Визначено підходи до створення ефективної організаційної структури підприємства в умовах міжнародної платіжної кризи.

### **Summary**

In this article the problem of strategic management in a context of enterprise organizational development has been considered. There are changes of organizational and administrative structure in the conditions of cyclical development of economy. Approaches in creation of effective organizational structure of the enterprise in the conditions of the international payment crisis have been defined.

*Н. П. Скоблик*

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

## **ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА ЭФФЕКТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

**Ключевые слова:** инвестиции, экономическое обоснование, источники финансирования, эффективность, инвестиционный проект, принятие решений.

В процессе создания и функционирования практически любое предприятие сталкивается с проблемой выбора источника финансирования его деятельности. Данный вопрос является очень актуальным, ведь от правильного решения зависит дальнейший уровень дохода, направление деятельности и условия развития фирмы. Он представляет собой один из наиболее важных аспектов функционирования любой коммерческой организации. Причинами, обуславливающими необходимость инвестиций, являются обновление имеющейся материально-технической базы, наращивание объемов производства, освоение новых видов деятельности. Инвестиции служат «архимедовым рычагом» поступательного развития и позитивного функционирования экономики. Они создают новые предприятия и дополнительные рабочие места, позволяют осваивать передовые технологии и обновлять основной капитал, способствуют интенсификации производства, обеспечивают выход на рынок новых видов товаров и услуг. Это приносит благо потребителям и производителям, инвесторам и государству в целом [2].

Значение экономического анализа для планирования и осуществления инвестиционной деятельности трудно переоценить. При этом особую важность имеет предварительный анализ, который проводится на стадии разработки инвестиционных проектов и способствует принятию разумных и обоснованных управленческих решений по поводу выбора источника финансирования [3].

Многие теоретические и практические вопросы рассматриваемой проблемы – дискуссионные. Следовательно, достаточно актуальным является анализ качественных и количественных показателей эффективности источников финансирования инвестиционных проектов.

Методологическая основа экономического обоснования эффективности источников финансирования инвестиционных проектов изложена в трудах следующих ученых: И. А. Бланка [1], А. Б. Идрисова [3], И. В. Липсица [4], А. М. Марголина [5], В. П. Савчука [6], В. В. Царева [7] и других.

Любое инвестиционное решение основывается на: а) оценке собственного финансового состояния и целесообразности привлечения инвестиций из вне; б) оценке размера инвестиций и источников финансирования; в) оценке будущих поступлений от реализации проекта [1].

В результате рыночных реформ в стране произошли значительные изменения в организации и осуществлении инвестиционной деятельности, наряду с государственными инвестициями и инвесторами появились частные и иностранные. Соответственно стали предъявляться новые, повышенные требования к эффективности инвестиционных проектов, формированию источников их финансового обеспечения и оптимизации последних. Под влиянием внутренней и внешней конкуренции неотъемлемым элементом развития бизнеса стали инновации. Был сформирован и функционирует фондовый рынок, что позволяет предприятиям мобилизовать ресурсы или инвестировать их в финансовые инструменты. Внедряются в практику финансирования капитальных вложений лизинг, проектное финансирование, ипотечное кредитование и другие современные методы [7].

Финансирование предприятия делится на внешнее (за счет заимствований и эмиссии акций) и внутреннее (за счет нераспределенной прибыли). Основные источники финансирования: уставный капитал, эмиссия акций, коммерческий (товарный) кредит, лизинг, эмиссия облигаций, заем в банке, самофинансирование (внутренний рост), привлечение государственных льготных кредитов, привлечение иностранных инвестиций [6].

Принятие решений по выбору одного конкретного источника финансирования, как и любой другой вид управленческой

деятельности, основывается на использовании различных формализованных и неформализованных методов. Степень их сочетания определяется разными обстоятельствами, в том числе и тем из них, насколько менеджер знаком с имеющимся аппаратом, применимым в том или ином конкретном случае. В отечественной и зарубежной практике известен целый ряд формализованных методов, расчетов, которые могут служить основой для принятия решений в области инвестиционной политики [4].

Для того чтобы выявить наиболее эффективные капитальные вложения, необходимо рассчитать ряд показателей, которые помогут определить наиболее перспективный проект. Рассмотрим основные из них.

Срок окупаемости инвестиций (Payback Period – PP). Он состоит в вычислении количества лет, необходимых для полного возмещения первоначальных затрат, т. е. определяется момент, когда денежный поток доходов сравнивается с суммой денежных потоков затрат. Общая формула расчета показателя PP имеет вид:

$$PP = n + \frac{IC - \sum_{t=1}^n PV_t}{PV_{t+1}},$$

где:  $PV_t$  – общая накопленная величина дисконтированных доходов;

IC – сумма денежных потоков затрат;

n – номер последнего года, в котором денежный поток накопленным итогом является отрицательным.

Простая норма прибыли (Accounting Rate of Return – ARR). При использовании этого метода средняя за период жизни проекта чистая бухгалтерская прибыль сопоставляется со средними инвестициями (затратами основных и оборотных средств) в проект.

$$ARR = \frac{P_6}{IC},$$

где:  $P_6$  – чистая бухгалтерская прибыль от проекта.

Чистая приведенная стоимость (Net Present Value – NPV). Этот критерий оценки инвестиций относится к группе методов дискон-

тирования денежных потоков или DCF-методов. Он основан на сопоставлении величины инвестиционных затрат (IC) и общей суммы скорректированных во времени будущих денежных поступлений, генерируемых ею в течение прогнозируемого срока. Чистая современная стоимость равна:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - IC_0,$$

где:  $r$  – норма дисконта;

$n$  – число периодов реализации проек-та;

$CF_t$  – чистый поток платежей в периоде  $t$ .

Общее правило NPV: если  $NPV > 0$ , то проект принимается, иначе его следует отклонить.

Индекс рентабельности (Profitability Index – PI). Индекс рентабельности показывает, сколько единиц современной величины денежного потока приходится на единицу предполагаемых первоначальных затрат. Этот метод является по сути следствием метода чистой современной стоимости. Для расчета показателя IP используется формула:

$$PI = \frac{PV}{I_0} \text{ или } PI = \sum_t \frac{CF_t}{(1+r)^t} / IC.$$

Внутренняя норма прибыльности (Internal Rate of Return – IRR). Внутренняя норма доходности – наиболее широко используемый критерий эффективности инвестиций. Под внутренней нормой доходности понимают значение ставки дисконтирования  $r$ , при котором чистая современная стоимость инвестиционного проекта равна нулю [1]:

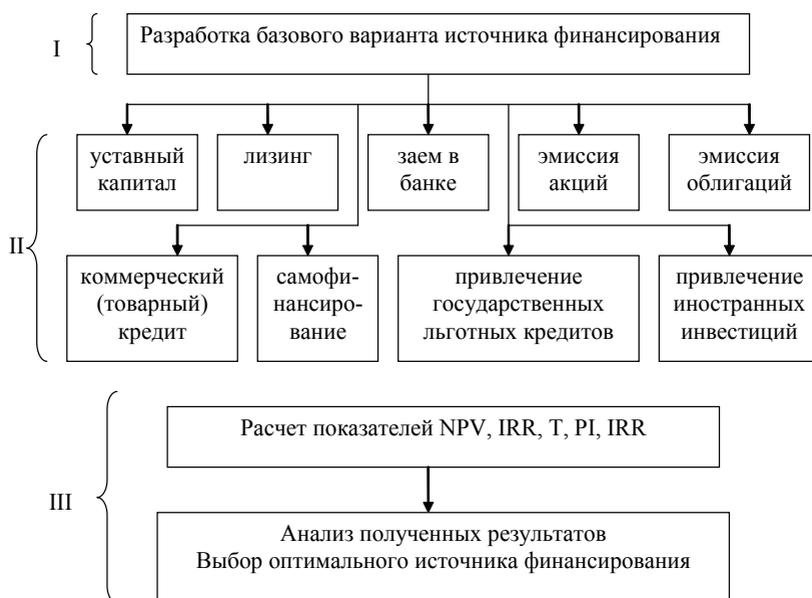
$$IRR = r, \text{ при котором } NPV = f(r) = 0.$$

Таким образом, IRR находится из уравнения:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - I_0 = 0.$$

Взяв за основу именно эти показатели, целесообразно создать программу в MS Excel, которая будет давать наглядные преимущества для предпринимателя при оценке любого источника

финансирования. Даст ему возможность сравнить несколько источников финансирования, и, основываясь на конкретных показателях, выбрать один, наиболее выгодный вариант. При использовании данной программы схема выбора источника финансирования будет иметь следующий вид:



I -- Первый этап «Расчет базового варианта инвестиционного проекта»

II -- Второй этап «Определение альтернативных источников финансирования»

III -- Третий этап «Расчет показателей эффективности, выбор оптимального источника»

Рис 1. Схема алгоритма выбора источника финансирования инвестиционного проекта

Данная программа сможет просчитать показатели эффективности капитальных вложений, такие как NPV, IRR, T, PI, IRR; наглядно представить результат в виде диаграмм; свести основные показатели в конечную таблицу; на основе полученных показателей выбрать (указать) наиболее экономически обоснованный проект. Главным направлением предварительного анализа является определение показателей возможной экономической эффективности источников финансирования, то есть отдачи от капитальных вложений, которые предусмотрены по проекту.

Для этого достаточно будет ввести такие показатели, как: срок жизни проекта, количество выпускаемой продукции, себестоимость продукции, цена продукта для потребителя, процентная ставка, норма дисконта.

Благодаря этой программе можно будет упростить процесс принятия решений по поводу выбора эффективного источника финансирования проекта и сделать его более обоснованным. Данная программа послужит опорой не только для существующих компаний, которые ищут инвестиции для внедрения новых проектов, но и для тех компаний, которые только планируют начать свою деятельность.

Таким образом, от того, насколько правильно был выбран источник финансирования, зависит насколько успешным будет инвестиционный проект. Именно в связи с этим необходимо придерживаться четкого алгоритма выбора оптимального источника финансирования. Однако в ходе анализа предприниматель сталкивается с большим количеством достаточно емких финансовых вычислений, и чтобы оценить эффективность каждого из видов источников финансирования, необходимо затратить много времени. В связи с этим автором было предложено создать программу в MS Excel, которая поможет упростить и сделать более эффективным процесс выбора оптимального источника финансирования.

#### Список литературы

1. Бланк И. А. Основы инвестиционного менеджмента / И. А. Бланк. (Б-ка финансового менеджмента). – К. : Ника-Центр : Эльга-Н, 2001. – 531 с.

2. Марченко О. В. Визначення необхідних і достатніх умов для інноваційного розвитку підприємств / О. В. Марченко // *Акт. пробл. економіки.* – 2008. – № 6. – С. 158–164. – *Бібліогр.*: с. 164.

3. Идрисов А. Б. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций / А. Б. Идрисов, С. В. Картышев, А. В. Постников. – М. : Филюн, 1998. – 272 с.

4. Липсиц И. В. Инвестиционный проект: методы подготовки и анализа : учеб.-справ. пособие / И. В. Липсиц, В. В. Косов. – М. : ВЕК, 1996. – 294 с.

5. Марголин А. Н. Экономическая оценка инвестиций : учеб. для студентов вузов и техникумов / А. Н. Марголин, А. Я. Быстрыков ; Ассоц. авт. и изд. «Тандем». – М. : Тандем, 2001. – 239 с.

6. Савчук В. П. Анализ и разработка инвестиционных проектов: учеб. пособие для студентов экон. вузов / В. П. Савчук ; Киев. нац. экон. ун-т и др. – К. : Эльга : Абсолют-В, 1999. – 304 с.

7. Царев В. В. Оценка экономической эффективности инвестиций / В. В. Царев. – СПб. и др. : Питер, 2004. – 460 с.

### **Резюме**

Стаття присвячена актуальному для сучасної економіки питанню економічного обґрунтування вибору ефективних джерел фінансування інвестиційних проектів. Автор врахував закордонний і вітчизняний практичний досвід оцінки ефективності джерел фінансування і запропонував створити програму в MS Excel, яка б сполучила в собі проаналізовані методи й дійшла б найбільш прийняттого результату.

### **Summary**

The article deals with the problem of efficient source investment choice and its economic background that is actual for a modern economy. The author has analyzed foreign and domestic experience of efficient source estimation. Special soft program based on MS Excel has been designed that operates on economic data performance.

---

УДК 331.101.3 Харьковгаз

*А. Ю. Тарасенко*

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

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «ХАРЬКОВГАЗ»**

**Ключевые слова:** мотивация, материальная мотивация, нематериальная мотивация, персонал, труд, заработная плата, премия, эффективность.

В настоящее время, в условиях формирования новых механизмов хозяйствования, перед предприятиями встает необходимость работать по-новому, считаясь с законами и требованиями рынка, овладевая новым типом экономического поведения, приспособляя все стороны производственной деятельности к меняющейся ситуации. В связи с этим возрастает вклад каждого работника в конечные результаты деятельности предприятия. Одна из главных задач для предприятий различных форм собственности — поиск эффективных способов управления трудом, обеспечивающих активизацию человеческого фактора. С каждым днем все большее внимание уделяется вопросам мотивации и стимулирования труда. Поэтому мотивация персонала на предприятии — актуальная тема в современных условиях для любого предприятия.

Целью написания данной статьи является рассмотрение теории мотивации, видов мотивации персонала и их реализация на примере предприятия ОАО «Харьковгаз» и разработка предложений по усовершенствованию мотивационной системы на данном предприятии.

Принимая во внимание сказанное, можно дать определение мотивации. Мотивация — это совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности и придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей [7].

Вопросам мотивации уделяется внимание в работах многих исследователей. Существуют различные теории мотивации,

основывающиеся на удовлетворении потребностей и побуждении людей к действиям. Экономисты разделяют их на два типа: содержательные и процессуальные теории мотивации [1].

Содержательные теории мотивации анализируют факторы, оказывающие влияние на мотивацию. Они описывают структуру потребностей, их содержание и то, как данные потребности связаны с мотивацией человека. Наиболее широко известными теориями мотивации этой группы являются: пирамида Маслоу, теория ERG Альдерфера, двухфакторная теория Герцберга, модель ключевых характеристик работы Хэкмана – Олдхема, «Витаминная» модель Уорра, подход Аткинсона и Маклеланда.

В отличие от содержательных теорий мотивации, процессуальные теории рассматривают процесс мотивации и значение мотивации в достижении высоких рабочих результатов. Основные процессуальные теории мотивации: теория справедливости Дж. Адамса, теория ожиданий В. Врума, а также объединяющая все концепции комплексная модель мотивации Портера – Лоулера.

Изучение теорий мотивации позволяет дать общую характеристику мотивации, определить составляющие мотивационного процесса, объяснить поведение человека [5]. Мотивационные теории указывают руководителям предприятий, в каком направлении осуществлять мотивационную политику, но не дают однозначных советов.

Обобщая специальные литературные источники по проблеме мотивации персонала [1; 3; 7], можно выделить современные способы *улучшения мотивации труда*, объединяющиеся в пять относительно самостоятельных направлений:

- материальное стимулирование;
- улучшение качества рабочей силы;
- совершенствование организации труда;
- вовлечение персонала в процесс управления;
- неденежное стимулирование.

Проблема мотивации персонала характерна для любого предприятия, любой формы собственности и вида деятельности [4]. Рассмотрим механизм мотивации персонала на примере предприятия ОАО «Харьковгаз» – одного из крупнейших предприятий в отрасли газоснабжения в Украине. Это предприятие, которое

обеспечивает безаварийное и безопасное снабжение промышленных, коммунально-бытовых объектов и население Харьковской области природным и сжиженным газом. Коллектив общества насчитывает около 4000 тысяч образованных специалистов, которые работают в двух дочерних компаниях «Харьковгазсервис», «Регионгаз» и 10 филиалах.

На ОАО «Харьковгаз» осуществляется материальная и нематериальная мотивация труда. К материальной мотивации относятся: основная заработная плата, премирование и депремирование.

В настоящее время заработная плата на данном предприятии является наиболее важным фактором, мотивирующим работника. Персонал должен получать заработную плату, удовлетворяющую его материальные, духовные запросы и ценности [2]. На ОАО «Харьковгаз» заработная плата выплачивается на основе сдельной и повременной форм оплаты в различных системах (сдельной, сдельно-премиальной, простой, повременной, коллективной, повременно-премиальной).

Премия является следующим материальным мотивирующим фактором после заработной платы [2]. На ОАО «Харьковгаз» разработана система премирования труда работников. Премирование по результатам хозяйственной деятельности осуществляется ежемесячно, но при условии выполнения функциональных обязанностей, отсутствии жалоб и замечаний. Также на предприятии предусмотрен перечень доплат и надбавок к тарифным ставкам и должностным окладам, для отдельного перечня сотрудников предусмотрено использование коэффициента трудового участия (КТУ) с целью распределения общего заработка между членами коллектива. Исходя из финансовых возможностей, на ОАО «Харьковгаз» предоставляются дополнительные выплаты, которые предусмотрены в коллективном договоре.

Анализируя систему оплаты труда и мотивации персонала на данном предприятии, можно сделать вывод, что для большинства работников ежемесячный вид премирования постепенно утрачивает мотивирующий характер и перерастает в постоянный доход. Наиболее целесообразно было бы пересмотреть размер, уровень показателей и условий премирования, видоизменить периодичность выплат, что позволило бы оказывать мотивирующее действие на поведение персонала и отдельного работника.

Следующая мотивационная система – это нематериальное стимулирование труда. К ней относится: обучение сотрудников, бесплатное прохождение медосмотров, предоставление отгулов, получение грамот [6].

Для развития персонала на ОАО «Харьковгаз» предусмотрены следующие мероприятия:

1) внедрение системы обучения ключевым специальностям на данном предприятии;

2) проведение аттестации соответствующих работников;

3) распространение практики составления индивидуальных планов работы работников;

4) разработка системы мотивации, ориентированной на оценку работы отдельного работника, подразделения и предприятия в целом;

5) разработка системы мотивации руководителей филиалов и ведущих менеджеров предприятия, которая стимулирует личную заинтересованность в достижении стратегических целей и поставленных задач.

На ОАО «Харьковгаз» существует полный социальный пакет льгот, в который входят: выплаты больничных, декретных отпусков, оплата отпусков, частичная оплата отдыха детей в детских оздоровительных лагерях, предоставление ссуд, что является важным фактором привлечения и удержания персонала на предприятии, повышения их удовлетворенности от работы [6].

Рассмотрев виды мотивации персонала на примере предприятия ОАО «Харьковгаз», можно сделать вывод, что в данной организации существует развитая система премирования, дополнительных выплат, разнообразных финансовых надбавок, но что касается морального стимулирования, то эти методы мотивации недостаточно развиты. Желательно пересмотреть размер, уровень показателей и условий премирования, видоизменить периодичность выплат, а также осуществлять в комплексе материальную и моральную мотивации труда для создания «корпоративного духа» в коллективе. С целью повышения эффективности труда необходимо постоянно уделять внимание развитию кадровой политики руководства, которая должна быть направлена на оптимизацию структуры управления и численности предприятия, на введение новых подходов в работе с кадрами – повышение

мотивации к труду сотрудников, а также их образовательно-квалифицированного уровня, реализацию программ адаптации и ориентации на предприятие. Все это позволит добиться высокой заинтересованности работников в достижении поставленных целей и, как следствие, — повышения эффективности использования трудовых ресурсов и деятельности предприятия в целом.

#### Список литературы

1. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. — К. : Кондор, 2003. — 293 с. — Бібліогр.: с. 292–293 (28 назв).
2. Войко А. В. Разработка системы материального стимулирования персонала / А. В. Войко // Финансовый менеджмент. — 2007. — № 1. — С. 30–37.
3. Лобза А. Усовершенствование систем стимулирования труда в современных условиях / А. Лобза // Менеджер по персоналу. — 2006. — № 4. — С. 18–21.
4. Сардак С. Мотивація та стимулювання працівників вітчизняних підприємств / С. Сардак // Україна: аспекти праці. — 2008. — № 6. — С. 45–51.
5. Нефедова К. Мотивация или мотивирование? Вот в чем вопрос! / К. Нефедова // Упр. персоналом. — 2008. — № 17. — С. 65–69.
6. Конотопцева И. Мотивация и вознаграждение / Ирина Конотопцева // Обучение персонала. — 2008. — № 5. — С. 36–41.
7. Березецкая А. Кнут, пряник или повышение по службе? Проблема нематериальной мотивации персонала / А. Березецкая // Довідник кадровика. — 2004. — № 09 (27) верес. — С. 84–89.

#### Резюме

У статті розглянуто види мотивацій праці. Досліджено матеріальну і нематеріальну мотивацію праці на підприємстві ВАТ «Харківгаз» і запропоновано заходи щодо вдосконалення мотиваційної системи на цьому підприємстві.

#### Summary

Different types of staff motivation are presented in the article. Financial and morale system of staff motivation in OJSC «Kharkivgaz» have been investigated and some methods to improve the existing system have been suggested.

*Л. О. Таркин*

*Научный руководитель канд. экон. наук Е. Е. Дахнова*

## **СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНИВАНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Ключевые слова:** финансовый анализ, финансовое состояние, управление активами, управление пассивами, анализ баланса, финансовые коэффициенты, рейтинговые системы оценивания.

Ни для кого не секрет, что на сегодняшний день украинская экономика (как, впрочем, и мировая) достаточно нестабильна. Поэтому довольно часто перед менеджерами и финансистами отечественных компаний возникает проблема создания гибкой системы оценивания финансового состояния, которая могла бы адекватно адаптироваться к изменяющимся условиям [1]. Создание такой системы позволит снизить расходы и затраты рабочего времени административного персонала, более эффективно осуществлять процесс принятия управленческих решений. Руководство предприятия, ограничивающее себя расчетом нескольких базовых финансовых показателей (обычно связанных с рентабельностью), лишает свою фирму одного из важных конкурентных преимуществ. Ведь не зря говорят: «кто владеет информацией – тот владеет миром». Систематический детальный сбор и анализ данных об активах и обязательствах предприятия, экономической эффективности предприятия (при этом не стоит отождествлять понятия эффективности и прибыльности), а также корректировка стратегии, целей и задач, основанная на этих данных, предоставит предприятию больше возможностей выжить в условиях современного рынка. Этой проблематике посвящено большое количество научных статей, в том числе отечественных специалистов (В. В. Чепуренко, О. Д. Третьак, К. В. Щиборщ).

Наиболее эффективным при оценке финансового состояния предприятия себя зарекомендовал метод расчета финансовых коэффициентов. Цель данной статьи – рассмотреть его преиму-

щества и недостатки, проанализировать этот метод, как основу для последующей практической реализации системы оценивания деятельности предприятия.

«Финансовые коэффициенты характеризуют пропорции между различными статьями отчетности. Преимуществом метода финансовых коэффициентов является его простота, но в случае его применения следует помнить о ряде ограничений и недостатков, вследствие недооценивания которых можно получить неадекватную картину и сделать ошибочные выводы» [6].

1. Под влиянием инфляции цена активов, отображенная в балансе, может значительно отличаться от действительной их стоимости, поэтому во время анализа коэффициентов одного предприятия за продолжительный период надо учитывать инфляционные изменения.

2. Много больших предприятий и фирм имеют филиалы и дочерние компании в разных областях экономики, поэтому средние значения финансовых коэффициентов для них разработать тяжело. Следовательно, применение метода коэффициентов удобнее и эффективнее для анализа небольших, узконаправленных предприятий, а не многоотраслевых фирм.

3. Иногда сложно сделать однозначные выводы относительно положительного или отрицательного значения коэффициента, поскольку одни и те же значения показателей могут быть следствиями разных причин. Например, высокий коэффициент ликвидности может свидетельствовать о сильной позиции предприятия или избыточной наличности, которая не приносит прибыли.

4. Выяснение действительного финансового состояния по методу коэффициентов усложняется из-за того, что во время анализа используются многочисленные показатели. Некоторые из них характеризуют деятельность предприятия с положительной стороны, другие – с отрицательной. Разносторонность и разнородность этих показателей усложняет выявление общих тенденций в финансовом состоянии предприятия. В таком случае необходимо использовать статистические приемы анализа, учитывая динамику коэффициентов.

5. Финансовые коэффициенты рассчитываются на основе данных отчетности, но такая информация имеет ряд недостатков.

Во-первых, финансовая отчетность составляется на определенную дату, и, таким образом, не отображает полностью процессов, которые происходят в период между датами составления отчетности. Во-вторых, в процессе подготовки отчетности может применяться «техника декорации витрин», то есть могут выполняться финансовые операции, которые временно искусственно улучшают состояние предприятия для того, чтобы это нашло отображение в отчетах. В-третьих, для получения объективных результатов следует проанализировать значительное количество финансовых отчетов за ряд периодов, то есть проявить динамику показателей для выяснения тенденций развития предприятия. Такой анализ не всегда можно провести из-за нехватки данных, невозможности сопоставления результатов, а также нестабильности экономических условий, когда результаты анализа некорректно экстраполировать на будущее. В-четвертых, в финансовой отчетности констатируются факты, которые уже осуществились, то есть ухудшение финансового состояния предприятия найдет отображение в балансе уже после того, как оно состоялось.

Считается, что если уровень фактических финансовых коэффициентов хуже базы сравнения, то это указывает на наиболее болезненные места в деятельности предприятия, нуждающиеся в дополнительном анализе. Правда, дополнительный анализ может не подтвердить негативную оценку в силу специфичности конкретных условий и особенностей деловой политики предприятия. Финансовые коэффициенты не улавливают различий в методах бухгалтерского учета, не отражают качества составляющих компонентов. Наконец, они имеют статичный характер. Необходимо понимать ограничения, которые накладывает их использование, и относиться к ним как к инструменту анализа.

Но при этом для финансового менеджера финансовые коэффициенты имеют особое значение, поскольку являются основой для оценки его деятельности внешними пользователями отчетности, акционерами и кредиторами.

Часть проблем, связанных с применением метода финансовых коэффициентов, можно решить при помощи рейтингового метода оценки состояния предприятия. Рейтинговые системы ориентированы на учет как количественных, так и качественных характеристик клиента. Такие системы позволяют оценить состояние фирмы

с помощью синтезированного показателя – рейтинга, выраженного в баллах, установить границы интервала его колебаний [5].

Рейтинговые системы оценки предусматривают, прежде всего, выбор и обоснование системы показателей и их классификацию по группам. Эти группы ранжируются в зависимости от их значимости. То есть одни и те же показатели могут иметь разную весомость для разных предприятий.

Рейтинговая система оценивания финансового состояния должна разрабатываться каждым предприятием индивидуально в зависимости от политики руководства, стратегических планов, маркетинговых исследований и так далее. В мировой практике рейтинг составляют специализированные компании – рейтинговые агентства, такие как Standard & Poor, Moody's, Fitch, Duff and Phelps.

Процесс оценки финансового состояния выдвигает определенные требования к финансистам: глубокое знание экономики, специфики предприятия, наличие навыков сбора, систематизации и всестороннего осмысления фактического материала.

Далее рассмотрим, какие проблемы могут возникнуть у отечественных компаний при осуществлении финансового анализа.

Во-первых, во многих случаях на практике финансовый анализ сводится к расчетам структурных соотношений, темпов изменения показателей, значений финансовых коэффициентов. Глубина исследования ограничивается, в лучшем случае, констатацией тенденции «улучшения» или «ухудшения». Сделать выводы и тем более рекомендовать на основании исходного информационного массива – неразрешимая проблема для специалистов компаний, оснащенных специальными программными средствами, но не обладающих достаточной квалификацией, профессиональным опытом, творческим отношением к рутинным операциям расчета.

Во-вторых, зачастую результаты финансового анализа основываются на недостоверной информации, при этом она может быть искажена как по субъективным, так и по объективным причинам. Поэтому для оценки достоверности исходной информации и, как следствие, получения реальных результатов требуется предварительное проведение независимого аудита для обнаружения преднамеренных и непреднамеренных ошибок.

В-третьих, стремление к детализации финансового анализа обусловило разработку, расчет и поверхностное использование явно избыточного количества финансовых коэффициентов, тем более что большинство из них находится в функциональной зависимости между собой (например, коэффициент маневренности собственных средств и индекс постоянного актива, коэффициент автономии и коэффициент соотношения заемных и собственных средств). Предметом особой гордости разработчиков новых программных средств по финансовому анализу является утверждение о том, что созданный инструмент дает возможность рассчитать 100 и более финансовых коэффициентов. Обычно бывает достаточным использовать не более 2–3 показателей по каждому аспекту финансовой деятельности.

В-четвертых, сравнительный финансовый анализ украинских компаний практически невозможен из-за отсутствия адекватной нормативной базы и доступных среднеотраслевых показателей (в зарубежных странах рейтинговые агентства типа «Dun & Brandstreet» производят и регулярно публикуют аналогичные нормативы).

В-пятых, достаточно отдаленный от украинской практики вид имеют западные интегральные показатели, которые используются многими отечественными аналитиками для оценки вероятности банкротства компаний.

Наконец, исходная отчетность анализируемых компаний искажается из-за инфляционных процессов в отечественной экономике, которые главным образом влияют не на вертикальный (основные пропорции остаются неизменными), а на горизонтальный анализ. В связи с этим условием оценки тенденции изменения финансового состояния компании является расчет сопоставимых цен на основе применения официальных показателей-дефляторов (индекса цен производителей промышленной продукции, индекса цен приобретения промышленными предприятиями материально-технических ресурсов, индекса цен в капитальном строительстве, индекса потребительских цен).

Преодолению этих негативных факторов могут послужить следующие меры:

- совершенствование правил бухгалтерского учета;
- разработка и корректировка независимыми рейтинговыми

агентствами нормативной базы значений финансовых коэффициентов (официальных, отраслевых и, возможно, региональных);

– расчет собственных нормативов или оптимальных уровней финансовых коэффициентов для анализируемой компании с помощью известных методических приемов;

– выделение узкой выборки финансовых коэффициентов, состав которой может различаться для различных компаний;

– качественная оценка и определение весов индикаторных показателей исходя из сопоставления с расчетными оптимальными уровнями, тенденциями изменения, взаимного сравнения и логических правил;

– формулирование и анализ динамики интегрального показателя оценки финансовой деятельности компании;

– разработка типового формата заключения о финансовой деятельности компании, в котором не только констатируются проблемы анализируемой компании, но и указываются факторы происходящих и будущих изменений, а также вносятся рекомендации по их преодолению.

Таким образом, создание эффективной системы оценивания финансового состояния предприятия ставит перед финансистом ряд проблем и требует его соответствия определенным требованиям. Однако эффект для предприятия в случае успешной реализации такой системы будет огромным. Поэтому дальнейшая разработка этой темы является актуальной и перспективной.

#### Список литературы

1. Терещенко С. Оцінка фінансової стійкості підприємства / С. Терещенко // Вісн. Нац. банку України. – 1999. – № 11. – С. 52–58.

2. Керанчук Е. Финансовая стабильность предприятия и методические аспекты ее оценки / Е. Керанчук // Экономика Украины. – 2000. – № 1. – С. 82–5.

3. Чепуренко В. В. Моделі ситуативної діагностики фінансового стану аграрних підприємств / В. В. Чепуренко // Фінанси України. – 2000. – № 6. – С. 79–90.

4. Третьяк О. Д. Оцінка фінансового стану акціонерних товариств / О. Д. Третьяк // Фінанси України. – 2000. – № 12. – С. 95–102.

5. Щиборщ К. В. Сравнительный анализ конкурентоспособности и финансового состояния предприятий отрасли и/или региона / К. В. Щиборщ // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 5. – С. 92–111.

6. Буцкая И. Выбор системы показателей оценки финансового состояния предприятий / Ирина Буцкая // Бизнес Информ. – 2000. – № 1. – С. 84–86.

### **Резюме**

У статті досліджується метод фінансових коефіцієнтів за умови його використання для оцінки фінансового стану підприємства у сучасних умовах. Автором проаналізовано недоліки та переваги цього методу, зроблено висновки щодо доцільності та ефективності його використання.

### **Summary**

The article examines the method of financial coefficients providing its usage for the evaluation of enterprise financial state under modern conditions. Advantages and disadvantages of this method are analyzed the conclusions about its usage expediency and effectiveness are drawn.

УДК 658.15:336.77

*С. Л. Топчий*

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

## **ФИНАНСИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЛЬГОТНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ**

**Ключевые слова:** предприятие, развитие, финансирование, кредиты, виды, возврат, финансовое состояние, лизинг.

В самом общем смысле, развитие – это процесс изменения структур общества, связанный с экономическим ростом.

Под развитием предприятия можно подразумевать повышение результатов его деятельности, а также увеличение количества ресурсов, используемых в процессе такой деятельности [6].

Следует различать понятия «рост» и «развитие». В первом случае идет процесс расширения масштабов деятельности при сохранении меры эффективности такой деятельности. Процесс развития, напротив, непосредственно связан с возрастанием меры эффективности [1].

Таким образом, о развитии можно говорить там, где, вследствие улучшения производственных, а также бизнес-процессов или управления ими, достигнут качественный или количественный прирост полезного результата процесса по сравнению с прежним уровнем или уровнем, достигнутым на других производствах. Более того, для процесса развития темп роста меры эффекта как показатель эффективности является практически более удобным по причине его соответствия целевым показателям развития предприятия.

Необходимость развития предприятий в Украине обусловлена эксплуатацией физически изношенных и морально устаревших основных фондов, применением энерго- и материалоемких технологий, вследствие чего уровень конкурентоспособности украинской продукции остается низким в условиях ускоренного научно-технического прогресса.

Следовательно, для успешного функционирования предприятий в условиях рыночных отношений решающее значение должно принадлежать обновлению и эффективности используемой техники и технологии. Только внедрение новых энерго- и материалосберегающих, экологических, безотходных и малоотходных технологий, постоянное обновление основных производственных фондов позволит предприятиям производить конкурентоспособную продукцию, удовлетворять быстро изменяющийся спрос, приспосабливаться к условиям рыночной конкуренции.

Однако обновление материально-технической базы, ускорение научно-технического прогресса и инновационных процессов требует привлечения значительного объема инвестиций.

Поэтому для внедрения новых технологий и реинвестирования основных фондов предприятиям необходимо искать дополнительные источники финансирования.

Применительно к реалиям рыночных отношений современного периода проблемы финансирования развития субъектов хозяйствования являются предметом рассмотрения ряда международных конференций, находятся в центре внимания правительств многих стран, авторитетных международных организаций, прежде всего ООН. Они активно исследуются в трудах многих отечественных и зарубежных ученых, таких как: О. А. Орлов, Е. Г. Рясных, В. М. Хобта, В. А. Гайдук, И. А. Бланк, И. Довбня, Т. Божко,

Д. Е. Аборин, Е. Р. Богатова, Р. А. Brealey, А. J. Marcus, S. С. Myers, К. Lister, Т. Harnish и другие.

Существует несколько классификаций источников финансирования деятельности предприятия. Отличия рассматриваемых классификаций состоят в выделении групп источников финансирования: Например, И. А. Бланк рассматривает три группы средств – заемные, привлеченные и собственные [2]; В. М. Хобта делит все средства на внешние и внутренние [7].

Привлечение финансирования, помимо притока финансовых ресурсов для покрытия текущих и долгосрочных потребностей бизнеса, позволяет максимально использовать возможности роста, предоставляемые рынком.

Среди заемных источников финансирования главную роль играют кредиты банков. Кредит является самым распространенным способом привлечения средств. Поэтому в статье рассматриваются особенности привлечения кредитов в качестве источников финансирования развития предприятий.

Наглядным примером программы финансирования развития предприятий в Украине является программа микрокредитования при поддержке Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР) и Немецко-украинского фонда, в рамках которой банки предоставляют экспресс-кредиты, микрокредиты, агрокредиты и малые кредиты.

Сравнительная характеристика видов льготных кредитов представлена в таблице.

Как показывает практика кредитования предприятий, самыми популярными сейчас являются микро- и экспресс-кредиты. Последние стали применяться несколько лет назад, и с каждым годом приобретают все большую популярность среди клиентов, так как для этого вида кредитования действует упрощенная процедура рассмотрения заявки и принятия решения: она позволяет банкам выдавать ссуды в течение 24 часов с момента поступления документов.

Для получения кредита заемщик заполняет стандартную форму заявки и предоставляет пакет необходимых документов, по которым оценивается финансовое состояние клиента. В процессе анализа банки изучают финансовое состояние по основным финансовым показателям деятельности, используя методику Национального банка Украины [5].

## Виды льготных кредитов

Параметры займа	Экспресс-кредиты	Микрокредиты	Малые кредиты	Агрокредиты
Сумма кредита	до 25 тыс. UAH;	15–150 тыс. UAH	от 150 тыс. UAH	до 300 тыс. UAH
	до 4 тыс. EUR	2,500–30000 EUR	от 30 тыс. EUR	
	до 5 тыс. USD	3000–30000 USD	от 30 тыс. USD	
Виды деятельности, которые могут быть профинансированы	Торговля, производство, услуги			Торговля, производство, услуги в сельской местности
Направление кредита	Оборотный и основной капитал			
Срок кредита	До 24 месяцев	До 60 месяцев	До 60 месяцев	До 48 месяцев
Срок оформления кредита	24 часа с момента написания заявления	2–3 дня с момента написания заявления в банке		
Механизм погашения кредита	Равные месячные взносы (как правило)		Индивидуальный подход	Равные месячные взносы с возможной отсрочкой платежа
Форма собственности	Частные предприниматели / юридические лица			Частная

При решении вопроса, связанного с предоставлением кредита юридическому лицу, банки зачастую требуют обеспечения возврата кредита, особенно когда сумма кредита большая. Чаще всего банки используют способ обеспечения в форме залога имущества предприятия-заемщика, в частности недвижимое и движимое (ликвидное) имущество, имущественные права. При этом способе в соответствии с Законом Украины «О залоге» банк приобретает право в случае неисполнения должником обязательства получить удовлетворение за счет заложенного имущества [3].

В то же время, сравнивая общепринятую методику анализа финансового состояния предприятия [4] с методикой НБУ, можно увидеть, что нормативные значения по основным финансовым показателям деятельности в соответствии с методикой НБУ намного ниже нормативных значений общепринятой методики.

Из этого следует, что предприятие, находящееся в предрезисном состоянии, но имеющее на балансе и в наличии достаточное

количество имущества, может рассчитывать на кредит. Но, если в результате неправильного распоряжения полученными средствами предприятие будет не в состоянии погасить свои обязательства перед кредитором, имущество, переданное в залог, перейдет в распоряжение банка.

С другой стороны, так как решения о выдаче кредита зависят в первую очередь от залогов, использование кредитных и, соответственно, строго срочных и возвратных ресурсов существенно затрудняет быстрый экономический рост и негативно сказывается на высокотехнологичных отраслях. В результате имеет место практически неразрешимая проблема: компания, имеющая достаточный оборот, но еще не накопившая необходимые для залога ликвидные активы, фактически не может претендовать на сколько-нибудь существенное кредитование, особенно на ранних стадиях своей деятельности.

Банковские кредиты в качестве источника финансирования инвестиций в активы предприятий в настоящее время практически не используются, поскольку национальная банковская система не предусматривает предоставление долгосрочных кредитов в связи с кризисным состоянием экономики. Такая ситуация сохранится и далее, если экономика страны не стабилизируется.

Поэтому одним из потенциальных источников финансирования при определенных условиях может стать лизинг. Все специфические особенности этого источника финансирования как нельзя кстати подходят для нынешнего состояния предприятий Украины: необоротные активы (за исключением земельных участков) можно получить сразу; оплачивать стоимость услуги можно частями в разное время и в разных суммах; по окончании срока действия договора лизинга активы можно выкупить и т. д. Однако более широкое и эффективное использование этого источника также возможно лишь при совершенствовании действующего законодательства, регулирующего лизинговые отношения.

Таким образом, в условиях экономического кризиса с постоянным ожиданием роста инфляции, когда практически отсутствуют среднесрочные и долгосрочные кредиты, лизинг при определенных условиях дает реальную возможность решения проблемы инвестиций в развитие предприятий.

## Список литературы

1. Афанасьев Н. В. Управление развитием предприятия = Enterprise development management [монография] / Н. В. Афанасьев, В. Д. Рогожин, В. И. Рудыка. – Х. : ИНЖЭК, 2003. – 179 с.
2. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр: Эльга, 1999. – Т.1. – 354 с.
3. О залоге : Закон Украины от 02.10.1992 г. № 2655-ХП [Электронный ресурс] // Все о бухгалтерском учете: официальный сайт. – Режим доступа : <http://www.vobu.com.ua/ua/catalog/banktools/lawdocs-8.htm>. – Загл. с экрана.
4. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності / О. Кононенко, О. Маханько. – 4-те вид., перероб. і доп. – Х. : Фактор, 2006. – 200 с.
5. Положение о порядке формирования и использования резерва для возмещения возможных потерь по кредитным операциям банков, утвержденное Постановлением Правления НБУ № 279 от 6.07.2000 г. [Электронный ресурс] // Все о бухгалтерском учете: официальный сайт. – Режим доступа : <http://www.vobu.com.ua/ua/catalog/banktools/lawdocs-26.htm>. – Загл. с экрана.
6. Финансирование развития бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.financebusiness.ru>. – Загл. с экрана.
7. Хобта В. М. Управление инвестициями: механизм, принципы, методы / В. М. Хобта. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1996. – 186 с.

**Резюме**

Мета статті – проаналізувати існуючі джерела пільгового фінансування розвитку підприємств. У результаті проведеного дослідження виявлено суперечності в аналізі фінансового стану з боку банківських установ і підприємства. Особливу увагу приділено потенційним джерелам фінансування в умовах економічної кризи.

**Summary**

The article aims to analyse the available sources of promotional financing for enterprises development. Inconsistencies in the analyses of the financial performance by financial organizations and enterprises have been revealed. Potential sources of financing under the conditions of the current economic crisis have been particularly focus.

*В. В. Чернохвостов*

*Научный руководитель канд. экон. наук Г. Б. Тимохова*

## **ИССЛЕДОВАНИЯ И АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА**

**Ключевые слова:** фондовый рынок, капитал, ценные бумаги, регулирование.

Сегодня в Украине уже созданы определенные цивилизованные организационно-правовые формы инвестиционной деятельности, принятые в странах с развитой рыночной экономикой, – двухуровневая банковская система, фондовый рынок, финансовое посредничество и другие. Но все дело в том, что инвестиционная результативность этих форм оказалась крайне низкой.

Некритическое восприятие зарубежного опыта инвестиционных механизмов не просто создало в нашей экономике недостаточно эффективные или просто не работающие конструкции, но еще и привело к тому, что социально-экономическое пространство, необходимое для действительно эффективных реформ, оказалось занятым механическим конгломератом организационно-правовых заимствований. В результате возникла серьезная проблема: действия участников инвестиционного процесса (государства, предприятий, финансовых посредников, физических лиц) недостаточно согласованы, а иногда имеют и противоположную направленность.

Формирование полноценного, цивилизованного, ликвидного рынка ценных бумаг Украины невозможно без активизации деятельности всех его участников и, в первую очередь, предприятий. Однако сегодня на их деятельность оказывает влияние множество негативных факторов.

Авторы учебного пособия «Рынок ценных бумаг (теория и практика)» определяют рынок ценных бумаг как «особый сегмент финансового рынка, на котором складываются отношения по поводу купли-продажи специальных документов (ценных

бумаг), имеющих собственную стоимость, свободно обращающихся и свидетельствующих об отношениях совладения, займа и производных от них между теми, кто привлекает ресурсы, выпуская ценные бумаги (эмитенты), и теми, кто их приобретает (инвесторы), опосредованный, как правило, участием особых субъектов предпринимательской деятельности – финансовых посредников. Если выразиться кратко, то это часть рынка ссудных капиталов, где осуществляется эмиссия (выпуск) и купля-продажа ценных бумаг...» [1, с. 6].

По мнению Д. Н. Владиславлева, рынок ценных бумаг – это «совокупность отношений обмена ценных бумаг и финансовых ресурсов» [1, с. 8].

В. А. Мельник полагает, что рынок ценных бумаг представляет собой достаточно широкую совокупность общественных отношений, которые возникают и существуют по поводу ценных бумаг, включая государственное и институционально-правовое их регулирование» [1, с. 7].

Авторы фундаментального учебника по курсу «Инвестиции» Уильям Ф. Шарп, Гордон Дж. Александер, Джеффри В. считают, что термин «ценная бумага» означает «законодательно признанное свидетельство права на получение ожидаемых в будущем доходов при конкретных условиях [5].

Однако все вышеприведенные трактовки понятия «рынок ценных бумаг», на наш взгляд, носят довольно узкий характер, не в полной мере выражают суть рассматриваемой категории, так как в них не указывается: каков характер экономических отношений, складывающихся на данном рынке, по какому поводу и между кем они возникают.

Более совершенное определение дано в Законе Украины «О ценных бумагах и фондовом рынке»: фондовый рынок (рынок ценных бумаг) – совокупность участников фондового рынка и правоотношения между ними по размещению, обращению и учету ценных бумаг и производных (деривативов) [8].

С учетом вышеприведенных рассуждений наиболее предпочтительным представляется определять рынок ценных бумаг как совокупность экономических отношений, обусловленных взаимодействием участников данного рынка по поводу размещения, обращения и учета ценных бумаг и их производных.

Т. Б. Бердникова считает, что ценные бумаги – «это документы установленной формы и реквизитов, удостоверяющие имущественные права, осуществление или передача которых возможны только при их предъявлении» [3].

По мнению В. В. Оскольского, А. В. Яцюка, «ценные бумаги – денежные документы, которые свидетельствуют о праве владения имуществом или отношениях займа. Они также предусматривают выплату дивидендов или процентов и возможность передать (продать) их другому лицу» [7].

В соответствии с Законом Украины «О ценных бумагах и фондовом рынке», ценные бумаги – это документы установленной формы с соответствующими реквизитами, которые удостоверяют денежные или иные имущественные права, определяют взаимоотношения разместившего (выдавшего) их лица и владельца и предусматривают выполнение обязательств согласно условиям их размещения, а также возможность передачи прав, вытекающих из этих документов, другим лицам [8].

Фондовый рынок Украины уже прошел несколько трудных этапов своего развития и требует разработки более эффективной его модели. Сегодня фондовый рынок находится в нестандартной ситуации и переживает своеобразную стадию «перелома», которой будет определяться его будущее.

Неравномерное развитие украинского фондового рынка усложняет его прогнозирование, формирует неуверенность в устойчивости и надежности данного рынка, приводит к переливанию капитала в другие формы, даже если они являются менее эффективными.

Как правило, масштабы развития рынка ценных бумаг Украины связывают с разгосударствлением и приватизацией государственного имущества, в том числе предприятий, которые в прошлом имели стратегическое назначение. Однако следует учитывать, что сегодня предпринимательской деятельностью занимается большое количество субъектов хозяйствования разных форм собственности. При этом далеко не все они возникли в результате приватизации. Каждый из этих субъектов имеет равноправный и свободный доступ к финансовым ресурсам на фондовом рынке, выступая самостоятельным оператором этого

рынка. Проблемным остается определение как типов эмитентов, так и видов ценных бумаг, которые ими выпускаются.

Приблизительно такой же на фондовом рынке является ситуация с акциями. Значительной активностью здесь отличаются предприятия реального сектора экономики, акционерные общества. При этом целями эмиссии акций АО чаще всего выступает не целевое повышение размера собственного капитала, а нехватка средств для осуществления обыкновенной финансово-производственной деятельности. В отдельных случаях для незначительного количества акционерных обществ поводом выпуска акций служит нежелание выплачивать акционерам дивиденды в традиционной форме, то есть в денежных средствах. Особенно это характерно для коммерческих банков. В то же время, в отличие от рынка облигаций, рынок акций является более стабильным, он легче поддается анализу и выявлению определенных тенденций развития.

Таким образом, если сравнить количественные и качественные параметры анализа фондового рынка Украины, то перевешивают явно первые. Можно допустить, что одной из причин такой ситуации является недостаточное понимание потенциальными эмитентами ценных бумаг предназначения фондового рынка, тех преимуществ, которые он может им предложить.

Достичь положительных изменений на украинском рынке ценных бумаг в значительной степени удалось за счет усилий соответствующих государственных органов. Вместе с тем не следует забывать, что государство может лишь корректировать направления развития фондового рынка, а его состояние и перспективы зависят исключительно от деятельности субъектов хозяйствования.

Важнейшим институтом рынка капитала и механизмом обеспечения инвестиционной активности в финансовых системах многих развитых стран является фондовый рынок. Преимущество данного механизма — прямая связь между инвестором и объектом инвестирования, которая обеспечивается самоорганизацией рынка ценных бумаг. С одной стороны, это минимизирует для инвестора транзакционные издержки, а с другой — возлагает на него весь риск инвестиционного решения. Снижению рискованности инвестиций на фондовом рынке способствует деятельность

институциональных инвесторов, которые, аккумулируя деньги вкладчиков, диверсифицируют портфель принадлежащих им ценных бумаг, решая задачу оптимизации соотношения доходности и рискованности инвестиций. Это облегчается работой инфраструктуры рынка ценных бумаг, включающей рейтинговые агентства, независимых регистраторов, депозитарии и др., обеспечивающих повышение надежности, «прозрачности» и предсказуемости рынка ценных бумаг. Важную роль играет законодательство, защищающее права инвесторов и препятствующее мошенничеству, что укрепляет доверие населения к рынку ценных бумаг.

Важную роль в данном механизме играют большие объемы сбережений граждан, формирующих ресурсную основу фондового рынка. При недостаточности этих средств, вкладываемых в приобретение ценных бумаг на длительный срок, фондовый рынок становится неустойчивым: отдельные крупные инвесторы получают возможность влиять на динамику цен, сознательно нарушая рыночное равновесие. Это провоцирует спекулятивные операции с целью получения сверхприбылей на дестабилизации фондового рынка, а последний приобретает спекулятивный характер.

Экономический рост государства невозможен без образования благоприятных условий для совершения инвестиций как отечественными, так иностранными предприятиями-инвесторами. Случаи нарушений прав инвесторов, непрозрачность и недостаточная ликвидность фондового рынка Украины являются существенной преградой для притока украинского и иностранного капитала.

Наиболее распространенными нарушениями прав инвесторов на фондовом рынке Украины являются:

- нарушения эмитентами порядка проведения общих собраний акционеров;
- принятие эмитентами уставных норм, которые ограничивают права и интересы инвесторов;
- нарушение порядка и сроков выплаты дивидендов;
- несоблюдение норм законодательства, которые определяют порядок размещения акций, нарушения интересов инвесторов во время проведения эмиссии;

- нарушения прав инвесторов при банкротстве, санации, реорганизации или ликвидации объекта инвестирования;
- несвоевременное и неполное раскрытие информации о деятельности эмитентов.

Таким образом, подводя итоги исследования, следует отметить, что для совершенствования операций с ценными бумагами украинского предприятия необходима система стимулирования инвесторов на реинвестирование доходов, полученных или начисленных по ценным бумагам. Дивиденды, выплаченные акциями, не должны облагаться налогами. В практике государственного регулирования необходимо отказаться от налогообложения сумм прироста номинальной стоимости акций, которая произошла в результате увеличения уставного фонда акционерного общества на сумму капитализации прибыли.

Необходимо рекомендовать акционерным обществам включить в уставные документы нормы, которые позволят защитить интересы меньшинства акционеров (например, кумулятивное голосование), а также согласовать общим собранием акционеров сделки на значительные суммы и сделки с должностными лицами.

#### Список литературы

1. Рынок ценных бумаг: теория и практика / А. В. Шестаков, Д. А. Шестаков, Д. Н. Владиславлева, В. А. Мельник. – М, 2000. – 356 с.
2. Лютий І. О. Проблеми розвитку сучасного міжнародного фінансового ринку та інтеграційний курс України / І. О. Лютий, В. І. Міщенко // Фінанси України. – 2006. – № 5. – С. 21–31.
3. Бобров Є. А. Роль та місце ринку фінансових послуг у структурі фінансового ринку / Є. А. Бобров // Фінанси України. – 2007. – С. 88–94.
4. Корнеев В. Эволюция и перспективы финансового рынка Украины / В. Корнеев // Экономика Украины. – 2007. – С. 21–29.
5. Патрікац Л. Фінансово-кредитна система України – кризь призму наукової думки / Л. Патрікац // Вісн. Нац. банку України. – 2007. – № 12. – С. 20-22.
6. Теліженко О. М. Розвиток фінансового ринку в контексті формування фінансової безпеки країни / О. М. Теліженко // Вісн. Укр. акад. банк. справи. – 2008. – № 1. – С. 28–32.
7. Білоченко А. М. Фінансовий капітал в Україні : особливості формування та перспективи розвитку / А. М. Білоченко // Фінанси України. – 2008. – № 3. – С. 94–100.

8. Про цінні папери і фондову біржу : Закон України від 18.06.91 №1201-ХІІ // Офіційний сайт Верхов. Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.

9. Бердникова Т. Б. Рынок ценных бумаг и биржевое дело : учеб. пособие / Т. Б. Бердникова. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 269 с.

### **Резюме**

Стаття присвячена вивченню фондового ринку України. Виявлено сутність ринку цінних паперів, принципи роботи та структура ринку.

Найголовнішу увагу приділено дослідженню сприятливих умов інвестування. Розглянуто діяльність та проблеми на внутрішньому ринку цінних паперів України в сучасних умовах економіки.

### **Summary**

This article considers the research of the Ukrainian share market. The main characteristics of securities, the principles of work and the structure of the market are defined.

Much attention is given to the research of favorable conditions for investment. The activity and the problems of domestic share market in Ukraine under the modern conditions are considered.

# Філологія



*А. В. Белухта*

*Научный руководитель канд. филол. наук М. Н. Медведь*

**АКТУАЛЬНОСТЬ ФИЛОСОФСКОГО, ЛОГИЧЕСКОГО  
И ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АСПЕКТОВ  
КАТЕГОРИИ ОЦЕНКИ ДЛЯ ПЕРЕДАЧИ В ПЕРЕВОДЕ  
ЭМОТИВНЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ**

**Ключевые слова:** оценка, прагматика, семантика, лингвистика.

Статья посвящена исследованию философского, логического и лингвистического аспектов оценки и ее характеристики в общей системе знаний.

Объектом нашего исследования является оценка как понятийная категория и инструмент прагматического воздействия, а целью статьи – изменение общих характеристик прагматики средств выражения оценки в различных аспектах знаний. Актуальность данной проблемы обусловлена тем, что прагматика единиц, содержащих оценку, значительно менее изучена, чем их семантическая структура. Данные, полученные в результате изучения философского, логического и лингвистического аспектов категории оценки, лягут в основу следующего этапа нашего исследования – изучения особенностей перевода лексических единиц, содержащих оценку, с точки зрения прагматики.

На протяжении веков категория оценки находится в фокусе внимания философов, логиков, психологов и специалистов из других областей знаний. Сущностные характеристики оценки, выявленные в человековедческих науках, образуют тот аксиологический субстрат, который, подвергаясь языковой концептуализации, облекается в языковые знаки различной сложности – слово, высказывание, текст.

Философский аспект оценки связан, главным образом, с вопросом о природе объектов оценки и с вопросом о существовании в природе объектов оценки тех свойств объектов действительности, которые обозначаются общеоценочными словами

(то есть с вопросом о принадлежности ценностей – «добра» и «зла» – к окружающему нас объективному миру). Особенно большое внимание в логико-философской литературе уделяется второму из названных вопросов. Дискуссия о существовании и существе свойства хорошесть имеет долгую историю и берет начало в трудах античных философов [1, с. 12].

Проблемы, связанные с сущностью истории оценки, имеют непосредственное отношение к лингвистике. Рассмотрение философского аспекта оценки позволяет выявить тот научный контекст, относительно которого в современной лингвистике сформулированы определения основных аксиологических понятий («хорошо»/«плохо») и описывается специфика их семантики.

Анализ аксиологических понятий в трудах философов сближается с анализом соответствующих слов в лингвистической практике. Есть сходство и в используемых методах анализа.

С точки зрения философии, ценности исходят от человека, это человек членит окружающий его мир с точки зрения его ценностного характера, он приписывает реальным объектам «положительную» или «отрицательную» ценность. Поэтому ценности зависимы от внешнего мира, но одновременно отделены от него. В этом парадокс оценки [3, с. 11].

Оценка невозможна вне сравнения объектов. Ситуация альтернативы стимулирует оценку, альтернатива создает компаративные классы, т. е. классы сопоставимых в ситуации выбора объектов, и позволяет включать в них объекты, относящиеся к разным естественным классам. Оценка не может быть произведена, если объект не принадлежит ни к одному из компаративных классов.

Оценивая, человек выступает как «потребитель», именно цели практического применения определяют большинство сформированных человеком классов, поэтому там, где речь идет об оценке, компаративный класс не совпадает с естественным [8, с. 45].

Сравнение и выбор требуют ориентира. Лучшее определяется отношением к реальным объектам, а для квалификации объекта как хорошего или как плохого таким ориентиром является идеализированная модель.

Идеализированная модель мира создается человеком, и это дает ему право на варьирование. Как и всякий конструкт,

идеализированная модель мира состоит из блоков. Этими блоками являются нормы, изменчивые в одной части и устойчивые в другой, эксплицитные в применении к одним объектам и не эксплицируемые — к другим. Этика создает устойчивые нормы, они подобны истине. Эстетика ускользает от нормирования, и мотивы эстетических оценок плохо поддаются экспликации [3, с. 57].

Отношение к нормам дает объективное основание для ценностного суждения, способное ослабить роль субъективного фактора. Но это не подрывает главного для понимания оценки тезиса, что между оценкой и ее объектом всегда стоит человек. Для того чтобы оценить объект, человек должен пропустить его через себя. «Оценка представляет человека как цель, на которую обращен мир; ее принцип: мир существует для человека» [3, с. 57].

В идеализированную модель мира входит и то, что есть в объективном мире, и то, к чему человек стремится, и целиком сам человек.

Более всего и наиболее точно оцениваются человеком те средства, которые нужны ему для достижения практических целей, таким образом, оценка целеориентирована.

Хорошее — значит соответствующее идеализированной картине мира, осознаваемой как цель бытия человека, а следовательно, и его деятельности. Плохое — значит не соответствующее этой модели по одному из параметров [3, с. 60].

Эти положения лежат в основе исследований лингвистов Оксфордской и Кембриджской школ, посвященных проблемам семантики, синтаксиса и прагматики оценочных слов [8; 9; 10].

Понятие оценки рассматривается и современной формальной логикой, вернее, тем ее разделом, который называют логикой оценок. Логика оценок является теорией форм и формальных оценок. Под оценкой в логике понимают суждение о ценностях.

Для проведения различия между оценками и тем, что ими не является, в логике, как и в семантике, используется противоположность «описывать — оценивать». Deskриптивное рассуждение (называемое также информативным, фактическим, познавательным, индикативным) противопоставляется оценочному рассуждению. Описание и оценка — не единственные функции языка. Языковые выражения могут выполнять и прескриптивную функцию. Эта функция не может быть отождествлена ни

с описательной, ни с оценочной. И все три указанные функции не являются жестко закрепленными за отдельными выражениями языка, они могут комбинироваться в пределах одного языкового выражения. Многофункциональность языковых выражений иногда приводит к тому, что невозможно решить, какая из нескольких функций языкового выражения является главной и имеем ли мы дело с оценочным, прескриптивным или иным употреблением знака [6, с. 22].

Руководствуясь модальной теорией, изложенной в книге А. А. Ивина «Логика норм», можно доказать правомерность подхода, который рассматривает оценку как модальность. Оценка имеет три оператора («хорошо», «безразлично», «плохо») и является надстройкой над логикой ассерторических высказываний. Квалификации, даваемые сильными ее операторами, несовместимы с квалификацией, даваемой слабым оператором. Кроме того, из простой истинности или ложности высказывания нельзя заключить, какую именно оценочную характеристику должна иметь устанавливаемая в этом высказывании связь, и наоборот [5, с. 29]. Это значит, что аксиологические модальности не имеют логической связи с соответствующими им фактическими утверждениями, с истиной или ложью.

Общая форма модальных высказываний лежит в основе модальной рамки, широко используемой лингвистами для описания структуры оценочных высказываний.

Разработанная логикой структура оценок тоже нашла применение и дальнейшее развитие в лингвистике. Логика выделяет четыре «компонента» или «части» оценок: субъект, предмет, характер и основание. Можно предположить, что эти «части» являются структурой, характерной для всех выраженных в языке оценок, и всякое полное выражение оценки позволяет определить, какова каждая из указанных частей.

Все оценки могут быть разделены на две группы: абсолютные оценки, использующие термины «хороший», «плохой», «добро», «зло», и сравнительные оценки, выражаемые с помощью терминов «лучше», «хуже», «равноценно». Абсолютная оценка квалифицирует предмет как «хороший», «плохой» или же как «безразличный». Следует заметить, что в логической теории «безразличный» выступает как оценочная квалификация. Сравнительная оценка

устанавливает превосходство ценностей одного предмета над другими или говорит, что один из оцениваемых предметов обладает меньшей ценностью, или характеризует сопоставляемые предметы как равноценные [6, с. 32].

В лингвистике оценка рассматривается как категория, находящаяся на стыке семантики и прагматики и связывающая между собой эти лингвистические дисциплины. Семантика рассматривает ценностный аспект значения языковых единиц как составную часть содержания знака. Значение слов, содержащих в себе компонент оценки, описывается как двух- или несколько компонентное. Прагматика же обнаруживает тесную связь оценочного компонента с коммуникативной целью речевого акта. С какой целью субъект использует слова, содержащие оценку, или слова, за которыми закрепились роль чисто оценочных, — все это область исследования прагматики [7, с. 17].

Всякое оценочное суждение предполагает наличие субъекта и объекта, субъективный и объективный фактор в оценке неразрывно связаны. Субъективный компонент предполагает положительное или отрицательное отношение субъекта к объекту, объективный — ориентирован и на нормы, существующие в отношении свойств объекта. Исследователи используют деление языковых единиц на частнооценочные и общеоценочные [4, с. 6]. Частнооценочные слова сообщают о свойствах объектов и при этом содержат оценочный признак как семантический компонент, т. е. сочетают оценочный смысл с дескриптивным. Общеоценочные слова («good», «excellent») сообщают не о свойствах предметов, а об оценке, приписываемой им субъектом. Только в процессе употребления по отношению к разным объектам их оценочный смысл имплицативно связывается с соответствующим дескриптивным.

Взаимодействие субъектов и объектов оценки лежит в основе классификации частнооценочных значений, сделанной Н. Д. Арутюновой. Она различает:

- 1) сенсорные оценки (сенсорно-вкусовые или гедонистические оценки наиболее индивидуализированы);
- 2) психологические;
- 3) сублимированные или абсолютные (этические и эстетические);

4) рационалистические (утилитарные, нормативные и телеологические).

Этот лингвистический анализ опирается на понимание субъективного и объективного аспектов значений в их соотношении [3, с. 56].

Гедонистическая (сенсорная) оценка имеет прямой выход в семантику прилагательных. Благодаря ей язык обогащается недескриптивными прилагательными, которые объединяют предметы не по их естественным свойствам, а по их воздействию на человека [2, с. 8].

Существуют ли объекты, безразличные для оценки? Некоторые наименования предметов могут быть ценностно нейтральны. Но как только предмет становится функционально значимым, т. е. попадает в сферу оценочной деятельности субъекта, его оценка делается возможной, при этом ее критерии должны быть либо известны адресату речи, либо должны стать известны из контекста, иначе оценка не имеет смысла.

Поскольку живая речь очень эмоциональна и почти никогда не обходится без оценок, то можно предположить, что не только каждое высказывание в отдельности, но и микротекст может быть проникнут единой оценкой [6, с. 31]. Это относится и к лирической поэзии, из всех жанров письменной речи она стоит ближе всего к речевому общению по своей эмоциональности. Это относится и к художественному тексту, где «оценка входит как часть в общее построение описания и органически связана с дескриптивной стороной текста в целом» [4, с. 28].

#### Список литературы

1. Аристотель. Этика / Аристотель // Сочинения в 4-х т. — М. : Мысль, 1981. — 613 с.
2. Арутюнова Н. Д. Об объекте общей оценки / Н. Д. Арутюнова // *Вопр. языкознания*. — 1985. — № 3 — С. 7—16.
3. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт / Н. Д. Арутюнова — М. : Наука, 1988. — 338 с.
4. Вольф Е. Н. Функциональная семантика оценки / Е. Н. Вольф — М. : Наука, 1985. — 228 с.
5. Ивин А. А. Логика норм / А. А. Ивин — М. : Изд-во МГУ, 1973. — 221 с.
6. Ивин А. А. Основания логики оценок / А. А. Ивин — М. : Изд-во МГУ, 1970. — 229 с.

7. Москальская О. И. Грамматика текста / О. И. Москальская – М. : Высш. шк., 1981. – 183 с.
8. Новиков Л. А. Семантика русского языка / Л. А. Новиков. – М. : Просвещение, 1980. – 272 с.
9. Hare R. M. Description and evaluation. – Oxford University Press. – London – Oxford – N. Y., 1972. – 150 с.
10. Nouwell-Smith P. H. Ethics. – London, 1954. – 202 с.
11. Stevenson C. Facts and values. – New Haven, 1963. – 244 с.

### **Реферат**

У статті розглядається оцінка як концептуальна категорія та інструмент прагматичного впливу; характеризуються філософський, логічний та лінгвістичний аспекти категорії оцінки та вказується на актуальність цих аспектів при перекладі слів, що містять оцінку.

### **Summary**

The main problem considered in this article is appraisal as a conceptual category and instrument of pragmatic influence. The article deals with philosophical, logical and linguistic status of the category of appraisal and indicates the role of these aspects while translating appraisal words.

УДК 811.111+811.161.1]'42:264-941.2

*И. А. Бубнова*

*Научный руководитель канд. филол. наук И. В. Змиева*

## **КОНЦЕПТ CHRISTMAS/РОЖДЕСТВО В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ**

**Ключевые слова:** праздник, атрибут, символ, история, происхождение.

Культурные концепты включают в себя ассоциации, эмоции и оценки, присущие данной культуре и часто активизируются в сознании своих носителей путем ассоциаций, так как образная составляющая культурного концепта, в отличие от понятийной, не всегда полностью поддается рефлексии. Базовые культурные концепты осознаются представителями одного и того же культурно-языкового сообщества практически одинаково и, как

правило, не подвержены изменениям. Однако очевидно существование у различных социокультурных групп собственных концептов, не значимых для других людей. Человек, сознание которого развивается внутри культурного целого, не только усваивает с помощью языка накопленный опыт мировосприятия, но и формирует на его основе свои личностные смыслы, тем самым внося изменения в концептуальную картину мира.

Объектом данного исследования является концепт CHRISTMAS/РОЖДЕСТВО, а целью — его специфические черты в английской и русской лингвокультурах.

В когнитивной лингвистике структура концепта обуславливается способом его формирования в сознании человека — от чувственного восприятия к умственной деятельности. В результате выделяются концепты различных типов: конкретно-чувственные образы, представления, схемы, понятия, прототипы, пропозиционные структуры, фреймы, сценарии, гештальты [1, с. 36; 2, с. 72; 3, с. 112]. Эти концепты различаются по степени абстрактности: от предельно конкретно-образного до высокоабстрактного.

Лингвокультурологический подход — это изучение культурных концептов с точки зрения их ценностного компонента, содержащего информацию о тех или иных предметах, явлениях, идеях, которые представляют ценность для носителей определенной культуры. Концепт — это объект идеальной природы, образ, который воплощает определенные культурно обусловленные представления носителей языка о мире. «Культурный концепт — многомерное смысловое образование, в котором выделяются ценностная, образная и понятийная стороны» [5, с. 129]. Кроме понятийной основы структура концепта включает социопсихокультурную часть, которая не столько мыслится носителем языка, сколько переживается им; она включает ассоциации, эмоции, оценки, национальные образы и коннотации, присущие данной культуре, то есть концепт — это все, что мы знаем об объекте [4, с. 97]. Кроме ценностного элемента, в составе структуры концепта выделяется также и фактуальный элемент [6, с. 42].

Объем содержания концепта постоянно изменяется, пополняется за счет новых концептуальных атрибутов. Ю. С. Степанов одним из первых указал на историческую изменчивость концепта культуры, выделяя в нем такие структурные слои: (1) этимологи-

ческий слой (внутренняя форма); (2) пассивный (исторический) слой; (3) активный слой (актуальный признак). Каждый из этих слоев, разный как по времени образования и происхождению, так и по семантике, является результатом, «осадком» культурной жизни разных эпох [7, с. 21]. Слои формируются в концепте соответственно изменению культурно-исторического окружения и сменяют друг друга, будучи, первый – этимологический – основой концепта, второй – исторический – путем его развития, а третий – актуальный – его современным состоянием [7, с. 44].

В каждой стране по-своему встречают Рождество Христово, причем в какой-то мере печать наложили древние обычаи. Во многом отличаясь, празднование Рождества во всех странах имеет общий атрибут – елка. Считается, что обычай наряжать рождественское дерево пошел из Германии. Среди древнегерманских племен был широко распространен культ духов растительности. Они верили, что добрые духи обитают на ветвях деревьев и прежде всего – на вечнозеленых елях. Елку обычно украшали яблоками, что олицетворяло райское дерево познания. Вершину елки венчала «Вифлеемская звезда». Такие, на первый взгляд, внешние атрибуты праздника Рождества иллюстрируют присутствие этимологического слоя в составе концепта CHRISTMAS/ РОЖДЕСТВО.

Древнегерманский обычай включила в рождественский обряд христианская церковь. Елочные украшения легко вписывались в евангельскую историю рождения Иисуса Христа, когда мудрецы Востока преподнесли новорожденному младенцу дары: золото, ладан и мирту. Свечи напоминали тепло жилища Вифлеема, в котором было отказано Марии и Иосифу. Звезда на вершине елки ассоциировалась с вифлеемской звездой, указавшей волхвам путь к пещере, где родился Христос.

День накануне Рождества имеет разные названия в английском и русском языках – Christmas Eve и Сочельник. Русский «сочельник» происходит от слова «сочень» (лепешка на конопляном масле), которым должны питаться верующие. В этот день было принято поститься до позднего вечера, до появления первой звезды – в память звезды Вифлеемской. Данный обычай остался до настоящего времени, что подтверждает наличие исторического слоя данного концепта.

Признаками современного состояния концепта или его актуального слоя являются традиции и обычаи, пришедшие из глубокой старины и оставшиеся атрибутами современного празднования Рождества.

Как в Англии, так и в России принято есть много и вкусно. Обязательным в России является наличие на столе кутьи, взвара и печеной рыбы [8], принято готовить и есть птицу (утку, гуся, курицу, индейку), которая считалась символом жизни: съесть птицу – значит продлить жизнь. Этого обычая придерживаются и в Англии, и в России. В Англии едят ростбиф, индейку и особым образом приготовленный пудинг. Во многих государствах Европы (Англия и Россия не исключение) верят, что яблоки на Рождество приносят в наступающем году финансовую стабильность и благополучие. Поэтому рождественскую елку обязательно украшают яблоками, пекут яблочный пирог, на стол подают печеные яблоки. Например:

*«Holly, mistletoe, red berries, ivy, turkeys, geese, game, poultry, brawn, meat, pigs, sausages, oysters, pies, puddings, fruit, and punch, all vanished instantly. So did the room, the fire, the ruddy glow, the hour of night, and they stood in the city streets on Christmas morning, where (for the weather was severe) the people made a rough, but brisk and not unpleasant kind of music, in scraping the snow from the pavement in front of their dwellings, and from the tops of their houses, whence it was mad delight to the boys to see it come plumping down into the road below, and splitting into artificial little snow-storms» (Ch. Dickens, «Christmas Carol»).*

*«Шесть недель постились, ели рыбу. Кто побогаче – белугу, осетрину, судачка, наважку; победней – селедку, сомовину, леща... У нас в России всякой рыбы много. Зато на Рождество – свинину, все. В мясных, бывало, до потолка навалют, словно бревна – мороженые свиньи. Окорока отрублены, к засолу. Так и лежат рядами... И тянутся в Москву обозы – к Рождеству. Везут свинину, поросят, индюшек – «пылкого морозу». Рябчик идет, сибирский, тетерева-глухарь... Пестренький такой рябчик. Перед свиной – поросчатый ряд, на версту. А там – гусиный, куриный, утка»... (Шмелев И., «Богомолье»).*

Таким образом, праздник Рождества имеет очень древнее происхождение с общими для христиан и католиков символами и атрибутами. Это доказывает общность верований и представле-

ний, которые в процессе развития и изменения сохранили общие корни, представленные в современном лингвокультурном концепте CHRISTMAS/РОЖДЕСТВО.

#### Список литературы

1. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика : курс лекций по английской филологии / Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во Тамбов. ун-та, 2000. – 123 с.
2. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2001. – 191 с.
3. Селиванова Е. А. Когнитивная ономазиология (монография) / Е. А. Селиванова. – К. : Изд-во украинского фитосоциол. центра, 2000. – 248 с.
4. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Шк. «Языки рус. культуры», 1996. – 246 с.
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 477 с.
6. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика : учеб. пособие / В. А. Маслова. – Минск : ТетраСистемс, 2004. – 255 с.
7. Степанов Ю. С. Константы : словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – М. : Шк. «Языки рус. литературы», 1997. – 824 с.

#### Резюме

У статті розглядається походження Різдва, його значення для християнського та католицького світу та звичаї, яких дотримуються під час святкування. Подається порівняльний аналіз зовнішніх атрибутів святкування Різдва в англійській та російській лінгвокультурах.

#### Summary

The origin of Christmas, its traditions and significance for Christians and Catholics are observed. Comparative analysis of the symbolic components of the Christmas holiday in English and Russian linguistic cultures is carried out.

---

УДК 811.111'373.7'255.4

*М. Л. Бурко*

*Научный руководитель канд. филол. наук И. В. Змиева*

## **ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ- ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЕМ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

**Ключевые слова:** фразеологические единицы со значением цвета, перевод, универсалия, цветонаименование.

Цветообозначения представляют собой весьма многочисленную, разветвленную, разнообразную и вместе с тем структурно и семантически четко организованную группу слов. Однако внеязыковая действительность способствует постоянной количественной и качественной эволюции этого пласта лексики. Наряду с беспрерывным возрастанием числа обозначений цвета наблюдается расширение семантики уже существующих цветообозначений, приобретение ими переносных, образных значений.

Выбор фразеологических единиц с компонентом-цветом в качестве объекта исследования обусловлен тем, что цветообозначения входят в основной словарный состав языка и, будучи универсальной категорией, присутствуют во всех языках. С другой стороны, они имеют отличия и по-разному воспринимаются в различных языках, таким образом являясь прекрасным материалом для сравнительного изучения английского и русского языков.

Исследования процессов возникновения и развития цветообозначений, выполненные Берлиным и Кеем, позволили сделать вывод, что они являются языковой *универсалией*, и что существует единый набор из 11 базовых цветов для всех выбранных языков — *white, black, red, blue, green, yellow, brown, grey, pink, orange, purple* [5, с. 125].

Проанализировав 98 языков, они разделили их на шесть групп, в зависимости от стадии развития. Языки первой стадии развития имеют в составе своей лексики всего два основных цветообозначения — *black* и *white*. Языки второй стадии имеют три основных цветообозначения — *white, black, red*. Языки третьей стадии

к указанным трем цветообозначениям добавляют *green* и *yellow*, хотя в некоторых языках они отсутствуют. На четвертой стадии добавляется шестое слово — *blue*. В языках на пятой стадии развития появляется слово *brown*. И, наконец, на шестой стадии появляются цветообозначения *pink*, *grey*, *orange* и *purple*, в результате чего достигается максимально возможное число основных цветообозначений: одиннадцать [5, с. 5–7].

Все эти элементы цветов нашли свое отображение в словарном составе языков всего мира, в том числе и в фразеологических сочетаниях, языковых единицах, имеющих национальную окраску и представляющих особую трудность для представителей иноязычной культуры.

Анализ фразеологических единиц с компонентом-цветообозначением, полученных методом сплошной выборки из Англо-русского фразеологического словаря [2], показал, что доминирующим цветом является *black* (21%), далее в порядке уменьшения частотности *blue* (15%), *white* (14%), *red* (13%), *gold* (10%), *green* (8%), *yellow* (5%), а также *silvern* (6%) и *brown* (1%), остальные 7% составляют цвета, не входящие в основную группу (*pink*, *purple* и т. д.).

Практика общения носителей различных языков обычно начинается с установления соответствий между обозначаемыми предметами и их названиями. Возможность перевода с одного языка на другой заложена в возможности выражения одних понятий при помощи других внутри языка — иногда они могут быть переданы фразеологизмами, которые являются эквивалентами данных идиом, иногда — свободными словосочетаниями [1, с. 125].

*They looked at one another steadily, their hearts were **black with hatred**; but Julia still smiled.* (S. Maugham, 'Theatre')

*Не отводя глаз, они смотрели друг на друга; в сердце каждой из них горела **черная** ненависть, но Джулия по-прежнему улыбалась.*

*She was in a **black rage**.* (S. Maugham, 'Theatre')

*Ее душила **черная** ярость.*

В выше приведенных примерах цветообозначение *black* еще более усиливает негативный смысл слов *hatred* и *rage*.

Зеленый цвет (green) и в английском и в русском языках символизирует юность, незрелость, недостаточное совершенство:

*You are very green, Jon.* (J. Galsworthy, 'The Forsyte Saga')

*Ты еще зелен, Джон.*

Цвет *red* прежде всего ассоциируется с кровью и огнем, имеет отрицательную окраску и может означать смерть, уничтожения, войну:

*Consciousness came once more with a sense of the violet dusk outside and a rising blood-red cruscant moon.* (J. Galsworthy, 'The Forsyte Saga')

*Сознание еще раз вернулось: он увидел лиловый сумрак за окном и поднимающийся на небе кроваво-красный серп луны.*

*How he hated those inexorable red tongues.* (J. Galsworthy, 'A Modern Comedy')

*Как он ненавидит эти неотвязные красные языки (пламени).*

В первом из следующих двух примеров идиома *blue blood* имеет эквивалент в русском языке, а фразеологизм *blue as hell* переводится на русский язык без употребления цветообозначений. Цветонаименование *blue* имеет значение «грусть», «грустный», «мрачный» только в английском языке [3, с. 25].

*And round Crum were still gathered a forlorn hope of bluebloods with a plutocratic following.* (J. Galsworthy, 'The Forsyte Saga')

*И вокруг Крума все еще собирались представители голубой крови с их былыми надеждами, а за ними тянулась плутократия.*

*It always ends up making you blue as hell.* (J. D. Salinger, 'Catcher in the Rye')

*Вечно из-за них расстраиваешься.*

В литературе встречаются не только основные цветообозначения, но и так называемые периферийные цвета (*lavender, cream-coloured, silver, burnt-amber, fawn-coloured* etc.) [4, с. 23], например:

*They go – two «swells», old and young, in lavender kid gloves – to the opera or play.* (J. Galsworthy, 'The Forsyte Saga')

*Они отправятся вместе в оперу или в театр – два щеголя, старый и молодой, в светло-лиловых перчатках.*

*A woman had come out in a **cream-coloured** frock, and was moving away under a **fawn-coloured** parasol. (J. Galsworthy, 'The Forsyte Saga')*

*Из отеля вышла женщина в платье **кремового** цвета, под **палевым** зонтиком, и направилась в противоположную сторону.*

*Heavens! How clear they were, what a dark brown against that white skin, and that **burnt-amber** hair. (J. Galsworthy, 'The Forsyte Saga')*

*Боже! Какие они ясные и какие темно-темно-карие на этой белой коже, под этими волосами **цвета жженого янтаря**.*

Частота появления дополнительных цветоименований значительно ниже, чем основных, и нередко они являются блестящими «находками» писателей. Однако именно эта индивидуальность представляет интерес и может стать объектом дальнейшей исследовательской работы.

#### Список литературы

1. Верещагин Е. Н. Лингвострановедческая теория слова / Е. Н. Верещагин, В. Г. Костомаров. — М. : Рус. язык, 1980. — 320 с.
2. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. — 3-е изд., стереотип. — М.: Рус. язык, 2001. — 512 с.
3. Кунин А. В. Фразеология современного английского языка / А. В. Кунин. — М. : Междунар. отношения, 1996. — 288 с.
4. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка / Н. М. Шанский. — 3-е изд. — М.: Высш. шк., 1985. — 345 с.
5. Berlin, B & Kay, P. Basic Color Terms: their Universality and Evolution, University of California Press, Berkeley, 1969.

#### Резюме

У статті розглядаються особливості виникнення та перекладу фразеологізмів зі значенням кольору, а також історія виникнення найменування кольорів як одна із найважливіших галузей, що пов'язана із фразеологією кольору.

#### Summary

The article deals with the peculiarities of origin and translation of the phraseological units bearing colour elements as well as the history of colour denomination origins as one of the most important scientific fields related with the phraseology of colour.

УДК 81'25 (091)

*Е. А. Гринченко*

*Научный руководитель доцент А. А. Кальниченко*

## **ДЕЙСТВИЕ ПРЕЛИМИНАРНОЙ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ НОРМЫ**

**(на примере переводов в СССР, в 1950–1980-е годы)**

**Ключевые слова:** перевод, идеология, межкультурная коммуникация, литература.

Статья посвящена проблемам влияния идеологии на перевод, анализу примеров такого влияния, специфике перевода под влиянием идеологии в разные временные периоды.

Предметом данной статьи являются особенности влияния идеологии и культуры на перевод и литературу посредством действия переводческих норм, а объектом — проблемы перевода или неперевода отдельных книг или даже авторов, определение тех фрагментов произведений, которые не переводились, либо изменялись при переводе с английского языка на русский в СССР, в 1950–1980-е годы. Цель исследования — рассмотреть, как в течение истории перевода в СССР его идеологическая и культурная стороны определяли формирование переводческих норм; увидеть, какие части текста опускались при переводе, если книга вообще переводилась, и почему.

Переводчик работает не абстрагируясь от общества, а соотносясь с его требованиями, предпочтениями, ограничениями. Отсюда появившееся одновременно у ряда исследователей (Г. Тури, А. Честерман, Х. К. Норд и А. Лефевр) понятие нормы, заимствованное из социологии, но часто используемое сегодня в разных отраслях лингвистики, а также в переводоведении [7, с. 1–14].

Гидеон Тури в ряде своих работ считает, что нормы — это ключевое понятие переводоведения и место сосредоточения всех попыток объяснить общественную закономерность, так как их существование и обширный круг ситуаций, в которых они

применяются, – это основные факторы, благодаря которым обеспечивается установление и поддержание социального строя [2, с. 321].

По своей природе нормы социальные. Они играют центральную роль в определении поведения. На стадиях, предшествующих переводу, они говорят нам, какой текст брать, определяя, каким моделям и оригиналам следует отдать предпочтение в переведенной литературе. Нормы играют важную роль в выборе метода перевода и вследствие этого определяют соотношение между текстом оригинала и переводом, а также место перевода на воображаемой оси между двумя крайними точками: «соответствие» и «восприятие».

По мнению этого исследователя, переводчик создает версию текста, скроенную по заранее заданным меркам – нормам принимающего языка; такой текст эквивалентен оригиналу лишь в определенной мере – в той, как это регламентировано нормами принимающего языка. Историчны и сами нормы. Их статус не абсолютен, он меняется со временем, например, доминирующие нормы могут вытесняться на периферию и превращаться в «остаточные», а те, что были лишь зародышами новых норм, выдвигаться в мейнстрим [7, с. 1–14].

В своих работах Г. Тури подчеркивает, что все переводчики, выполняя свою работу, должны отталкиваться от исходной (preliminary) нормы. Исходная норма связана с существованием определенной политики перевода и ее настоящего характера, а также с направленностью текста.

Политика перевода связана с факторами, которые обуславливают выбор типов текстов или даже отдельных текстов, чтобы ввести их посредством перевода в конкретный язык/культуру в определенный период. Разные типы политики могут касаться разных групп, в отношении как типов текстов (художественный/нехудожественный), так и людей или групп людей (например, различные издательства), а также взаимодействия между ними. Это и служит основой для выбора политической линии в переводе.

Направленность перевода связана с порогом терпимости к переводу с других языков, а не с основного, исходного языка. Рассматриваются вопросы о том, допускаются ли непрямые пере-

воды; с каких исходных языков и какие исходные типы текстов переводят; тексты каких периодов; что разрешается/запрещается; к чему относятся с терпимостью, а что получает право приоритета [2, с. 324]. Так, Андре Лефевр исследует ряд ограничений, которые влияют не только на решение о том, какие тексты будут переводиться, но также – на сам процесс перевода. Эти ограничения включают в себя: идеологию, силу опеки и клиентуру (заказчика и целевую аудиторию), нормы поэтики целевого языка, мир дискурса (предметная область) и, конечно, характер самих целевых и исходных языков [3, с. 280].

Норма всегда включает в себя санкции, актуальные и потенциальные, негативные и положительные. Рассмотрим действие прелиминарной нормы на примере переводов художественной литературы в СССР в 1950–1980-е годы, а именно популярного в те времена журнала «Иностранная литература». Журнал «Иностранная литература» был создан в 1955 году и стал единственным журналом, в котором печатались произведения современных зарубежных авторов. Все планы публикаций обязательно согласовывались с руководством идеологических ведомств. Но, несмотря на это, журнал быстро привлек интерес и завоевал доверие читателей.

Не во всех странах принимаемые нормы выражались настолько сильно, как в СССР, где принимаемые нормы были эксплицированы в виде требований Главлита (Главное управление по делам лит-ры и издательств). Например, «...Главлит запрещает издание и распространение произведений: а) содержащих агитацию против Советской власти; б) разглашающих военную тайну Республики; в) возбуждающих общественное мнение; г) возбуждающих национальный и религиозный фанатизм; д) имеющих порнографический характер» [1].

Литературный (или художественный) перевод представляет собой проблему, далеко выходящую за пределы чистой литературно-лингвистической техники, поскольку каждый перевод есть в той или иной мере идеологическим освоением подлинника. Для процесса освоения существенен уже сам выбор произведений для перевода. Советский Союз стремился поддерживать развивающиеся страны, и эта идеология распространялась на литературу.

В 70-е на смену именным переводческим школам пришли инициативные группы, например, славянская редакция и редакция литературы Испании, Португалии и стран Латинской Америки в издательстве «Художественная литература». Власть относилась к ним с подозрением, но времена открытого людоедства прошли, и Советский Союз обязан был отчитываться перед Западом в неущемлении прав и свобод граждан [8].

Среди людей, так или иначе причастных к книге, давно уже в порядке вещей ругать современный художественный перевод. Однако очень немногие задумываются о том, почему все так получилось. Проблема в языке. Выяснилось, что современный русский язык переводов не такой уж и современный. С тех пор большинство западных литератур ушло далеко вперед, а язык русских переводов так и остался там, где был. Иначе говоря, состояние перевода (а по нему действительно, как писал еще Мандельштам, можно судить о состоянии всей культуры) — не только и даже не столько кадровая проблема, сколько проблема готовности языка к усвоению чужого способа «мыслить и страдать».

Тогда в паре с переводчиком работал квалифицированный литредактор. Он следил и за тем, насколько перевод идеологически выдержан. Взять, к примеру, кортасаровскую «Игру в классики», о которой рассказывает Е. Кацева «Представьте: Париж. Веселая компания кутит до поздней ночи. Сосед снизу стучит шваброй в потолок и выкрикивает: «Арабы проклятые!» Поскольку с арабами мы дружили, реплику пришлось снять. Или, скажем, жесткая эротическая сцена. Выкинуть эпизод целиком нельзя, оставить как есть — тоже нельзя. Приходилось выкручиваться, и в итоге получалось что-нибудь вроде «мы стали разговаривать на языке котят и детей» — это о столах наслаждения, если кто не понял. Самое обидное, что эти «классические» переводы не пересмотрены до сих пор, и некоторых авторов мы по-прежнему читаем в урезанном или искаженном виде».

Авторы, чьи книги угрожали идеологии страны, раскрывали ее недостатки, все они попадали в черный список. Одним из таких авторов был, например, Джордж Оруэлл. Роман «1984» — книга не только запрещенная в СССР, но и бойкотированная со стороны левых «прогрессивных» кругов Запада. Именно в этой публикации Оруэлл атакует сталинизм, сравнивая его с нацистской Германией.

«Скотный двор» – сатирическая повесть-притча, которая представляет собой аллегоричное переосмысление революции 1917 года в России. Оруэлл в этом произведении предупреждал о возможности трагических последствий реализации социалистических идей при концентрации неограниченной власти в руках «вождя». Запрет на перевод этих произведений был снят только с началом перестройки [6].

Вся литература проходила идеологическую проверку: не анти-советская ли это книга, или таковой может быть воспринята, не высказывался ли автор не подходящим для нас образом, не содержит ли она чего-то, что может прийтись не по вкусу нашим зарубежным друзьям. Например, в романе Генриха Белля «Глазами клоуна» была страница, содержащая критические впечатления автора о поездке в ГДР, – для того чтобы книга у нас вышла, пришлось сделать купюру. Можно сказать, теперь к нам пришло все, что «имеет имя», – переводчики усердно восполняли пропущенное.

Один лишь Франц Кафка оставался неприступным бастионом, приближаться к которому, не говоря уж о взятии его, считалось «нецелесообразным». Существует целая истории появления – или неоявления – произведений Кафки в бывшем Советском Союзе. Начиналось знакомство с Кафкой довольно нормально. Первая встреча советского читателя с Кафкой состоялась в 1964 году, когда журнал «Иностранная литература» опубликовал, в великолепном переводе С. Апта, несколько новелл («Превращение», «В исправительной колонии» и несколько небольших).

Но Кафку позже назвали «духовным отцом Пражской весны». Его произведения не переводились и не выходили в печать [4] .

Еще одним запрещенным из идеологических соображений автором был Луи-Фердинанд Селин. Только один роман Селина – «Путешествие на край ночи» – был издан в СССР в 1934 году, но и то с цензурой.

Генри Миллер – наиболее популярный в США писатель и драматург. В 70-е годы он был запрещен в СССР из-за его антисоветских настроений: писатель приехал к нам и честно, но, по мнению власти, очень резко отозвался о нашей стране.

Поиск адекватности и соответствие идеологии составляют основную проблему переводчика, в этом смысле перевод является

не стільки насилієм над смислом оригінального тексту, скільки насилієм над авторським началом перекладача. С одної сторони, перекладач органічен оригінальним язиком, на котрому написан текст, с другої — он органічен язиком, на котрий здійснюється переклад, приймаючої культурою. Робота перекладача — пошук компроміса (між язиками, менталітетами, між стратегіями, між культурами і епохами, між автором і читачем), котрий здійснюється за допомогою насилію над оригінальним текстом.

### Список литературы

1. Блюм А. Советская цензура эпохи большого террора [Электронный ресурс] / Арлен Брюм // Индекс — М., 1997. — № 2. — С. 91. — Режим доступа : <http://www.index.org.ru/censor/297blum.html>.
2. Кальниченко О. А. Природа та роль норм в перекладі / О. А. Кальниченко // Протей : перекл. альм. — 2009. — Вип. 2. — С. 321–324.
3. Кальниченко О. А. Соціокультурний підхід до перекладу / О. А. Кальниченко // Протей : перекл. альм. — 2009. — Вип. 2. — С. 280.
4. Кацева Е. Описание одной борьбы / Е. Кацева [Электронный ресурс] // Знамя. — 1993. — № 12. — Режим доступа: <http://vivovoco.rsl.ru/VV/THEME/STOP/KATSEVA.HTM>
5. Ольшанский Д. А. Межкультурная коммуникация: насилие перевода [Электронный ресурс] / Д. А. Ольшанский // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах «Коммуникация-2002» («Communication Across Differences») : материалы Междунар. науч.-прак. конф. — Ч. II. — Пятигорск : Изд-во ПГЛУ, 2002. — С. 12–14. — Режим доступа : [http://www.russcomm.ru/rca\\_biblio/o/olshansky.shtml](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/o/olshansky.shtml).
6. Смирнов А. А. Перевод : I. Теория литературного перевода. [Электронный ресурс] / А. А. Смирнов // Лит. энцикл. — 1934. — Т. 8. — Режим доступа : <http://feb-web.ru/FEB/LITENC/ENCYCLOP/le8/le8-5121.htm> (3)
7. Rachel Weissbrod. Translation research in the framework of the Tel Aviv school of poetics and semiotics/ R. Weissbrod // Meta. — 1998. — № 1. — С. 1–14.
8. Электронный ресурс. — Режим доступа : [http://www.vor.ru/culture/cultarch24\\_koi.html](http://www.vor.ru/culture/cultarch24_koi.html) (4).

### Резюме

У цій статті розглянуто особливості впливу ідеології та культури на переклад та літературу в СРСР; проблеми перекладу чи неперекладу окремих книг або навіть авторів; виявлення тих фрагментів творів, що не перекладалися або коригувалися.

**Summary**

The article concerns the peculiarities of ideology and culture influence on translation and literature; the problems of translation or non translation of some books and even authors; determination of those parts of the works that were not translated or were changed during translation.

УДК 81'255.4(091)(8)

*М. В. Гуменюк*

*Науковий керівник доцент О. А. Кальниченко*

**КОРОТКИЙ НАРИС ІСТОРІЇ ПЕРЕКЛАДУ  
В ЛАТИНСЬКІЙ АМЕРИЦІ: 19–20 СТОЛІТТЯ**

**Ключові слова:** переклад, перекладознавство, історія перекладу, Латинська Америка.

Згідно з класичною періодизацією історію перекладу в Латинській Америці поділяють на п'ять періодів: період відкриття та завоювання (конкісти), колоніальний період, переднезалежність, незалежність та республіка, сучасність (з 1920 року). У роботі розглянуто особливості перекладу в різні часи та в різних регіонах Латинської Америки, приділено увагу видатним перекладачам та їх діяльності.

Мета цього дослідження – дати загальну характеристику перекладацької активності в Латинській Америці в період від здобуття країнами континенту незалежності до сучасності. Матеріалом дослідження стали публікації з історії латиноамериканського перекладу дослідників різних країн Латинської Америки.

Дев'ятнадцяте та перша половина двадцятого століття були періодом надзвичайної інтелектуальної активності в усій Латинській Америці. У контексті культурного обміну не дивно, що переклади були реальною необхідністю в постнезалежному латиноамериканському суспільстві, цей факт підтверджує велика кількість перекладів і статус, якого набули деякі перекладачі.

Є винятки, але загалом переклади протягом цього періоду відображають скоріше талант автора оригіналу, ніж креативність перекладача; іншими словами, перекладачі намагалися дотримуватися максимально близько джерельного тексту. Основні теми текстів, що перекладалися, були пов'язані з політикою, освітою, театром і літературою, хоча релігійні та військові теми також деякою мірою характерні. Великим стимулом для перекладацької діяльності було створення газет, літературних журналів, видавництв та університетів. На початку дев'ятнадцятого століття найчастіше перекладали з французької, пізніше значення набула англійська мова. Італійська та німецька також мали попит, деякі перекладачі працювали над латинськими та грецькими текстами [3].

Якщо вищезазначене здебільшого характерне для всіх країн регіону, то особливості періоду можна оцінити, детально розглянувши перекладацьку діяльність низки відомих перекладачів. В Аргентині різноманітні літературні та драматичні спілки, як, наприклад, *Sociedad del Buen Gusto del Teatro* (основане у 1817 році), перекладали та ставили на сцені європейські твори. Хвилі іммігрантів, які висаджувалися на берегах Аргентини, сприяли культурному обміну та, в результаті, перекладацькій діяльності. Основними фігурами в аргентинському перекладі протягом цього періоду були Бартоломе Мітре, Леопольдо Лугонес, Мануель Гальвес, Рікардо Рохас і Хорхе Луїс Борхес. Мітре та Борхес також відомі своїми теоретичними працями з перекладу [4].

У Чилі історія перекладу переплітається з історією друкування. Першою газетою в цій країні була «*La Aurora de Chile*» (1812), яка поширювала ідеї Руссо та інших іноземних філософів. Джерельною мовою переважної більшості перекладацьких текстів була французька, частково через великий вплив таких авторів, як Вольтер, Руссо, Дідро і абат Райналь, на процес визволення та формування нової нації. Основними фігурами в перекладацькій галузі у Чилі були Валентин Летельєр та Хорхе Лагарріге, як і Андрес Бельо, незважаючи на те, що він був з Венесуели, у Чилі він здійснював свою інтелектуальну діяльність. Особливо слід відзначити Пабло Неруду за його переклади літературних творів, зокрема, блискучу версію «Ромео і Джульєти» [6].

На Кубі ця епоха починається наприкінці вісімнадцятого століття зі створенням *Papel Periodico de La Habana*, в якій з'явився

переклад А. Поупа. За цим слідувала низка перекладів провідних творів сучасних філософських та літературних шкіл, такі переклади незабаром стали набувати особливого кубинського забарвлення. Список видатних кубинських перекладачів очолює Хосе Марія Ередіа, (нар. 1983, Мехіко), перекладав Вальтера Скотта, Томаса Мора, Марія Андре Шеньє, Вітторіо Альф'єрі, Вольтера та Титлера, завжди прикрашаючи текст оригіналу своїми художніми прийомами. У тому ж дусі Гертрудіс Гомес Де Авельянеда (1814–1873) перекладала твори Віктора Гюго, Байрона, Ламартіне та Агосто де Ліма на іспанську. У дев'ятнадцятому столітті на Кубі були також видатні жінки-перекладачі: Аурелія Кастільо Де Гонсалес та Мерседес Матаморос, які перекладали Байрона, Шеньє, Мора, Гете та Шиллера. У галузі освіти і науки найвідомішими постатями були брати Антоніо та Еусебіо Гуітерас Фонт, Естебан Борреро Ечеваррія і Хосе Дель Перохо (який першим переклав твори Канта і Фішера з німецької на іспанську). Нарешті, всесвітньо відомий літератор Хосе Марті (1853–1895) був також неабияким перекладачем [1].

У Венесуелі можна відзначити ті самі особливості: переважання літературних перекладів, важливість філософських текстів, це пов'язано з визвольним процесом, зв'язок між перекладом та педагогічними завданнями університетів, що з'являлися, та творча свобода перекладачів. Найтиповішим представником цих характерних рис, безперечно, є письменник, викладач і дипломат Андрес Бельо, його поетичні переклади отримали всесвітнє визнання завдяки своїй красі та оригінальності. Бельо перекладав (серед інших) Флоріана, Байрона, Платона, Віктора Гюго, Дюма, Бордо та Віргілія; слід особливо відзначити його переклад Гюго «*La priere pour tous*». Поет Хуан Антоніо Перес Бональде (1846–1892) переклав кілька сонетів Шекспіра, виклав в загальнодоступній формі Гейне та По, а його переклад іспанською «*Das Buch der Lieder*» Гейне і сьогодні вважають неперевершеним. Хуан Антоніо Перес Бональде багато зусиль присвятив пошуку ритму, він вважав звучання вірша важливішим за зміст. Слід згадати Лісандро Альварато (1858–1929), який займався природничими науками, історією та лінгвістикою, був знавцем сучасних та класичних європейських мов. Відомі його переклади творів Лукреція, Ніколаса Федермана, Александра фон Гумбольдта [2].

Сьогодні Латинська Америка є величезним ринком для перекладачів. Крім зростаючої кількості видавництв, збільшення попиту на переклади і в майбутньому гарантовано завдяки широкому торговельному, промислового та технологічному обміну, який необхідний суспільству п'ятнадцяти країн, де мешкає понад 400 мільйонів людей.

Незважаючи на припущення, що перекладацькі школи існували в Мексиці вже у шістнадцятому столітті, перша університетська програма для навчання перекладачів була розроблена в Аргентині в 1945 році. Пізніше схожі програми було розроблено в Уругваї (1954), Мексиці (1966) та Кубі (1968). У 1970 році в Латинській Америці було засновано перші перекладацькі центри при університетських факультетах: відділення англійського перекладу у Католицькому університеті Чілі та Школа Сучасних Мов у Центральному університеті Венесуели. Відтоді ще декілька університетів в іспаномовних країнах Латинської Америки заснували перекладацькі школи чи відділи, у більшості з яких можна було отримати диплом фахівця з письмового перекладу (рідше усного) після чотирьох або п'яти років навчання.

Servicio Iberoamericano de Información en Traducción (SIIT), створене ЮНЕСКО у 1986 році, також заслуговує на увагу завдяки його зусиллям у зборі та поширенні на континенті інформації про переклад, хоча навчання не було його основним завданням.

Іншим значним досягненням стало зростання, порівняно з 1980-ми роками, кількості національних та міжнародних заходів (конгресів, симпозіумів і курсів), присвячених перекладу та термінології. Такі заходи організовують університети, у них часто беруть участь міжнародно-відомі спеціалісти в галузі перекладу і перекладознавства.

У порівнянні з іншими частинами світу, внесок Латинської Америки у перекладацьку науку не надто великий. Але свої науковці в регіоні є: дуже часто можна знайти, наприклад, теоретичне пояснення якоїсь роботи у вступі до її перекладу. Більшість цих статей залишилися непоміченими. Найвідоміші в Латинській Америці теоретики – це Мігель Теурбе Толон з Куби (1820–1870), він перший написав дидактичну роботу з перекладу – *«The*

*Elementary Spanish Reader and Translator*» (Нью-Йорк, 1852); Андрес Бельо з Венесуели; Октавіо Пас, Альфонсо Рейес та Франсіско Айала з Мексики; Мігель Антоніо Каро з Колумбії; Бартоломе Мітре і Хорхе Луїс Борхес з Аргентини. Через обмеженість обсягу статті неможливо охопити всі етапи розвитку перекладу в Латинській Америці та всіх видатних перекладачів і теоретиків перекладу, але це дуже цікаві теми, які в Україні ще недостатньо досліджені.

### Список літератури

1. Arencibia L. Apuntes para una historia de la traducción en Cuba / L. Arencibia // *Livius*. — 1992. — No. 3. — P. 1–30.
2. Bastin Georges L. Bases para una historia de la traducción en Venezuela / Georges L. Bastin // *Livius*. — 1996. — No. 8. — P. 9–25.
3. Bastin Georges L. Latin American Tradition / Georges L. Bastin // *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*/ M. Baker (ed.). — London ; New York : Routledge, 1998. — 680 p.
4. Bastin, Georges L. Por una historia de la traducción en Hispanoamerica / Georges L. Bastin // *Ikala*. — 2003. — Vol. 8, No. 14. — P. 193–217.
5. Orozco, Wilson. La traducción en el siglo XIX en Colombia / Wilson Orozco // *Ikala* Vol. 5. — 2000. — No. 9 – 10. — P. 73–88.
6. Ponce, Illeana Cabrera. El aporte de la traducción al proceso de desarrollo de la cultura Chilena en el siglo XIX/ Illeana Cabrera Ponce // *Livius*. — 1993. — No. 3. — P. 51–63.

### Резюме

В статье представлен краткий обзор переводческой деятельности в Латинской Америки в XIX–XX вв., охарактеризованы центральные фигуры и основные направления перевода на континенте в целом и в отдельных странах (Аргентина, Чили, Куба, Венесуэла). Упоминаются современные переводческие школы и развитие теории перевода в Латинской Америке.

### Summary

The paper reviews translation activity in Latin America in 19<sup>th</sup> – 20<sup>st</sup> centuries, the central figures and main directions of translation on the continent and in separate countries (Argentina, Chile, Cuba, Venezuela) being characterized. Modern translation schools and the development of the translation theory have been described.

*Е. Ю. Дмитрова*

*Научный руководитель канд. филол. наук И. В. Змиёва*

## **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ**

**Ключевые слова:** рекламный текст, языковые средства, фразеологические единицы, способы перевода.

В настоящее время реклама, являясь постоянным спутником человека, воздействуя на него каждый день, играет существенную роль в жизни общества. Ежедневное воздействие рекламы на миллиарды потенциальных покупателей способствует формированию определенных стандартов мышления и поведения различных слоев населения в каждой стране и во всем мире. Поэтому рекламные тексты очень важны в мировом информационном процессе, выполняя важнейшую коммуникативную функцию в современном обществе.

Реклама несет в себе информацию, которая обычно представлена в сжатой, художественно выполненной форме, эмоционально окрашенной и доводящей до сознания и внимания потенциальных покупателей наиболее важные факты и сведения о товарах и услугах. При переводе рекламных текстов важной особенностью является содержательное соотношение между оригиналом и переводом, а также передача социолингвистических аспектов переводимого текста. Для достижения адекватности нередко бывает необходимо адаптировать как содержательную часть текста, так и ее форму, что часто носит компромиссный характер. Многие особенности перевода связаны со спецификой языка (английского или русского), т. е. языка на который (с которого) осуществляется перевод. В структуре рекламного текста часто используются фразеологизмы, так как они являются одним из главных арсеналов выразительных средств языка. Это особый текст, специфика которого обусловлена особенностями его прагматической заданности. Фразеологические единицы, как правило, занимают

так называемые сильные или ударные позиции. Условно выделяются два типа сильных позиций: структурно-психологические и психологически сильные позиции. Структурно-психологически сильными позициями являются: заголовок, первая фраза, последняя фраза. Высокий процент использования фразеологических единиц в структурно-психологических сильных позициях объясняется и подтверждается экспериментально. Установлено, что начало или конец текста запоминаются лучше, чем его середина. Сознательное употребление в этих позициях фразеологических единиц вытекает из прагматической установки рекламного текста: облегчить восприятие, способствовать запоминанию [6, с. 10].

Целью данного исследования является анализ проблем, которые возникают при передаче фразеологических единиц в современных рекламных текстах, а также определение возможных способов их преодоления.

Реклама сознательно отбирает языковые и неязыковые средства в соответствии со следующими требованиями: привлечь внимание, поддержать интерес, возбудить потребность, предложить план действий, изменить мнение, отношение и установки реципиента. Для достижения данного эффекта реклама должна:

1. Привлечь к себе внимание (Attention Value).
2. Поддержать вызванный интерес (Readability).
3. Запомниться или, по крайней мере, быть узнаваемой (Memorability).
4. Стимулировать необходимые действия (Selling Power) [3, с. 187].

Практически в любом языке отмечено несколько уровней фразеологизмов, причем не все они общеизвестны, широко употребляются и фиксируются словарями. Некоторые из них используются только определенными группами носителей языка и отсутствуют в словарях. Именно поэтому первостепенная задача переводчика — уметь распознать фразеологические единицы в тексте, отличать устойчивое сочетание от переменного.

Следует также иметь в виду, что многозначность и омонимия свойственны не только словам, но и фразеологизмам, то есть одно и то же сочетание может одновременно быть и устойчивым, и свободным. Например, «*The girl next door*» — 1) девушка, живущая рядом, соседка; 2) девушка, каких много [6, с. 15].

Реклама стремится к экономии места на журнальной странице, что выражается в тенденции к компрессии, но не за счет экспрессивности, поэтому в рекламном тексте максимально используются потенции, заложенные в каждой букве в буквальном смысле этого слова. Некоторые буквы могут потенциально заменять: глаголы С – *see*; R – *are*; существительные I – *eye*, T – *tea*, J – *day*; местоимения U – *you*. Реклама не проходит мимо этого свойства букв заменять слова. Так, в рекламе компании, занимающейся прокатом автомобилей, заголовок звучит так: «*Olin's. U Drive it*», что можно перевести «*Olin's. Вы управляете этим*».

Фразеологическая единица «*by and large*» (словарное значение – в общем и целом) в рекламе фирмы, выпускающей одежду больших размеров, превращается в «*Buy & Large LTD. Elegant clothes in larger sizes*» («*Buy & Large LTD. Элегантная одежда больших размеров*»).

Количество фразеологических единиц, содержащих в своем составе компонент, выраженный одной буквой, сравнительно невелико, но возможности их обыгрывания практически безграничны. Вот как используется фразеологическая единица «*mind one's P's and Q's*» (словарные значения – соблюдать осторожность, приличия): «*We mind our P's and your Q's*». Как видно из примера, местоимение «*one's*» раскладывается на две составляющие: *our* and *your*, а сами буквенные компоненты не подвергаются формальным изменениям. Однако в силу того, что любая буква потенциально может стоять в начале многих слов, возможно «дописать» это слово по-разному. Далее в рекламном тексте идет «расшифровка»: «*P's for our processes and prices, Q's for your quality*» (Под P's понимается процесс и наши цены, а под Q's – качество).

Добавление одной буквы иллюстрирует следующий пример: рекламе гостиницы приставка «*in*» превращается в «*inn*» внутри фразеологической единицы «*inside out*» (словарное значение – «вдоль и поперек, наизубок»)– «*Vermont Charm Inn-side and out*» (Ночлег в гостинице «*Vermont Charm*»). Основанное на сходстве звуковых комплексов подобное добавление одной буквы, замена в написании «*in*» на «*inn*» – регулярная практика в рекламе гостиниц и мотелей: *Stop inn, Duck inn, Call inn, Come Inn, Drive Inn, Park Inn, Turn Inn; Look Inn, Motor Inn* [8, с. 27].

Перераспределение слогов также возможно благодаря сходству звуковых комплексов, при этом изменение написания слова или слов — нередко сопровождается переносом ударения, заменой знаков препинания. Так, фразеологическая единица «*So far so good*» (словарное значение — «пока все хорошо») превращается в «*Enriquett: Sofa, So Good!*» (Enriquett: Такие хорошие диваны!) — в рекламе товаров фирмы по производству мебели. Изменения в написании одного из компонентов фразеологической единицы нередко обусловлены тем, что рекламируется, но и здесь необходимым условием таких изменений является сходство звуковых комплексов при различном графическом оформлении. Наличие в системе языка омонимических пар: «*plain*» — «*plane*», «*by-buy*» — позволяет представить фразеологическую единицу «*plain English*» (словарное значение — «прямо, без обиняков») в рекламе самолетов как «*Plane English. Fly on Britain airways. It's simply plain sense*», подчеркнув эту замену использованием фразеологической единицы «*plain sense*», где первые компоненты идентичны [8, с. 32].

Существует несколько основных приемов и методов передачи фразеологических единиц, используемых в рекламных текстах:

1. Полный фразеологический эквивалент. Таким методом передаются фразеологические единицы, основанные на мифах, легендах, библейских и литературных сюжетах, исторических фактах: «*All roads lead to Rome*» — «Все дороги ведут в Рим!» (реклама розыгрыша призов, проводимого компанией «Фиат», где главный приз — поездка в Италию) [4, с. 101].

2. Частичный фразеологический эквивалент. Используется в том случае, если значение фразеологизма на переводящем языке адекватно значению фразеологизма на исходном языке, но по образной основе, метафоричности отличается от него: «*Bordeaux in cartons, the last straw for French wine*» — «Французское вино Bordeaux в картонной упаковке — последняя капля» (заголовок рекламной акции против выпуска вина в картонной упаковке).

3. Выборочный фразеологический эквивалент. Применяется, если есть возможность выбрать необходимый и наиболее лучший способ передачи стилистически разнообразных английских фразеологических единиц: «*Game Bird Gazette. It is a sitting duck*» — «Газета Game Bird — легкая добыча».

4. Дословный перевод. При использовании этого способа передается специфика и национальной колорит фразеологической единицы (обычно при этом дается примечание): «*The Gramercy Residences, a New York-inspired architectural masterpiece that conjures up the spirit of the Big Apple's high-rise energy and exciting Manhattan lifestyle*» – «The Gramercy Residences – архитектурный шедевр в духе Нью-Йорка, передающий энергию Большого яблока (город Нью-Йорк) и стиль жизни в Манхэттене» [7, с. 76].

Умение анализировать речевые функции является еще одним условием адекватного перевода фразеологизмов на иностранные языки. Выбор способа перевода зависит от каждого индивидуального случая, для которого переводчик находит свое решение или несколько возможных решений, из которых выбирает наиболее удачное. Искусное использование фразеологических единиц делает речь более выразительной и яркой, вызывает у читателя определенные ассоциации, но их значение не всегда можно передать в полной мере, адекватно, с той же эмоциональной окраской и образностью.

#### Список литературы

1. Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография / В. В. Виноградов. – М. : Высш. шк., 1977. – 312 с.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
3. Попова О. В. Использование образных средств языка в американской рекламе / О. В. Попова // Сб. исслед. по антропосемиологии. – Кривой Рог, 1995. – № 1. – С. 187–191.
4. Постнова Т. Е. Фразеологизмы в современной печатной рекламе / Т. Е. Постнова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2002. – № 1. – С. 100–103.
5. Сильвестров Ю. В. Рекламная коммуникация: манипуляция с семантикой / Ю. В. Сильвестров // Сб. исслед. по антропосемиологии. – Кривой Рог, 1995. – № 1. – С. 191–201.
6. Ухтомский А. В. Фразеологизмы в современной английской прессе : учеб. пособие / А. В. Ухтомский. – М. : КомКнига, 2006. – С. 10–152.
7. Федулєнкова Т. Н. Фразеология и типология: к типологической релевантности фразеологии / Т. Н. Федулєнкова // Филол. науки. – 2005. – № 1. – С. 74–80.

8. Шепель Ю. А. Общая и английская фразеология / Ю. А. Шепель, Г. С. Петрова, В. И. Беляков. – Днепропетровск : Высш. шк., 2003. – С. 18–50.

### **Резюме**

У статті розглядається роль реклами в сучасному світі, особливості перекладу фразеологічних одиниць у рекламних текстах, показано варіанти ефективного використання фразеологізмів.

### **Summary**

The article deals with the role of advertising in the modern world, the peculiarities of translation of phraseological units in the texts of advertisements, demonstrates the variations of the effective use of phraseological units.

УДК 821.111 – 31Джером

*О. А. Доброскок*

*Научный руководитель канд. филол. наук Т. М. Тимошенкова*

## **СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ПОВЕСТИ ДЖЕРОМА К. ДЖЕРОМА «THREE MEN IN A BOAT TO SAY NOTHING OF THE DOG»**

**Ключевые слова:** юмор, ирония, комизм положений и характеров, экспрессивные и образные стилистические средства.

Объектом исследования в данной статье является юмористическая повесть Джерома К. Джерома «Three Men in a Boat to Say Nothing of the Dog», представляющая интерес как своей формой, так и содержанием.

Цель исследования – проанализировать использованные автором языковые и экстралингвистические средства, реализующие комизм, благодаря которому повесть вошла в сокровищницу мировой литературы.

В литературном наследии Джерома К. Джерома повесть «Three Men in a Boat to Say Nothing of the Dog» занимает особое место.

Литературный стиль повести в общем-то не является новаторским. Жанр юмористически описанного путешествия, во время которого на героев обрушиваются неисчислимые комические бедствия, восходит еще к Ч. Диккенсу. «В творческой манере писателя, в его создании «маленького человека» прослеживаются такие ранние произведения Диккенса, как «Очерки Боза», «Пиквикский клуб». Герои Джерома – это те же самые беззаботные чудачки, прямые потомки Уинкля, Тапмена и мистера Пиквика, с той же самой, присущей им всем беспечностью, неприспособленностью к практической жизни, не мешающей им, однако, радоваться каждому приключению и, легко перенося невзгоды, с нетерпением ожидать прекрасный завтрашний день» [2].

Особенностью композиции повести «Three Men in a Boat» является то, что на некую тематическую нить автор нанизывает эпизоды, анекдоты, забавные происшествя [3].

Джером не принадлежит к писателям, создающим живые образы и характеры. Его персонажи – это всегда комические маски, олицетворяющие особенности человеческой натуры [2].

В основе любого рассказа Джерома всегда лежит алогичность, нелепость исходной ситуации. Комическое у автора – это нарушение общепринятых норм; противоречие между поведением героя и требованиями, к нему предъявляемыми [3].

Средства достижения комического эффекта, применяемые автором в повести «Three Men in a Boat», весьма разнообразны и создаются как за счет *содержания*, так и формы. Это, прежде всего, комизм ситуаций, в которых оказываются персонажи. Вот лишь некоторые примеры:

- I remember going to the British Museum one day to read up the treatment for some slight ailment of which I had a touch – hay fever, I fancy it was. I got down the book, and read all I came to read; and then, in an unthinking moment, I idly turned the leaves, and began to indolently study diseases, generally. I forget which was the first distemper I plunged into – some fearful, devastating scourge, I know – and, before I had glanced half down the list of «premonitory symptoms,» it was borne in upon me that I had fairly got it.

I sat for awhile, frozen with horror; and then, in the listlessness of despair, I again turned over the pages. I came to typhoid fever – read the symptoms – discovered that I had typhoid fever, must have had it

for months without knowing it – wondered what else I had got; turned up St. Vitus's Dance – found, as I expected, that I had that too, – began to get interested in my case, and determined to sift it to the bottom, and so started alphabetically – read up ague, and learnt that I was sickening for it, and that the acute stage would commence in about another fortnight. Bright's disease, I was relieved to find, I had only in a modified form, and, so far as that was concerned, I might live for years. Cholera I had, with severe complications; and diphtheria I seemed to have been born with. I plodded conscientiously through the twenty-six letters, and the only malady I could conclude I had not got was housemaid's knee [5, с. 3].

Одним из средств создания комического эффекта в повести является *гротеск*:

- Дядюшка Поджер вешает картину на стену. И вся семья пытается помочь немолодому отцу семейства. Автор показывает читателю смешную сторону, казалось бы, самых обыденных и далеко не веселых вещей. Однако комизм ситуации проявляется в череде событий, которые происходят при этом: постоянно теряются инструменты, куда-то пропадает пиджак, метка на стенке исчезает и появляется в совершенно другом месте, вся семья не может посчитать в уме уравнение и т. д. Никто не остается без дела, всем поручается какая-то часть работы. И вот картина водружена на стену, которая выглядит так, как будто «по ней палили картечью», и все в доме «валяются с ног» от усталости.

- Джордж предлагает приготовить роскошный ужин и продемонстрировать высший класс кулинарии в виде рагу по-ирландски. Герой повести наивно удивляется тому, что «выскоблить картофель и обвалиться в грязи – это одно и то же». Джером описывает далее, какое содержимое в результате стряпни находится в котелке. Туда попадают четыре геройски выскобленные картофелены, неочищенный картофель, все остатки из корзины, полбанки консервированной лососины, два треснувших яйца и другие «позабывшие» ингредиенты. Даже собака Монморанси вносит свой вклад в общее дело и притаскивает откуда-то дохлую водяную крысу.

Автором широко используются разнообразные экспрессивные и образные стилистические средства, реализующие комический эффект.

*Метонимия:* «I was a hospital in myself» [5, с. 3].

*Эвфемизм:* «I patted myself all over my front, from **what I call my waist** up to my head, and I went a bit round each side, and a little way up the back» [5, с. 4].

*Антитеза:* «I had walked into that reading-room **a happy, healthy man**. I crawled out **a decrepit wreck**» [5, с. 3].

*Ирония:* «He said he didn't very well understand how George was going to sleep any more than he did now, seeing that there were only twenty-four hours in each day, summer and winter alike; but thought that if he did sleep any more, he might just as well be dead, and so save his board and lodging» [5, с. 8].

*Градация:* «You start on Monday with the idea implanted in your bosom that you are going to enjoy yourself ... On Tuesday, you **wish you hadn't come**. On Wednesday, Thursday, and Friday, **you wish you were dead**. On Saturday, you **are able to swallow** a little beef tea, and to sit up on deck, and answer with a wan, sweet smile when kind-hearted people ask you how you feel now. On Sunday, **you begin to walk about again**, and take solid food. And on Monday morning, as, with your bag and umbrella in your hand, you stand by the gunwale, waiting to step ashore, **you begin to thoroughly like it**» [5, с. 5].

*Асиндетон* «Students would have no need to **walk the hospitals**,» if they had me. I was a hospital in myself. All they need do would be to **walk** round me, and, after that, take their diploma» [5, с. 3].

*Анадилозис:* «We were sitting in my room, smoking, and talking about how **bad** we were. **Bad** from a medical point of view I mean, of course» [5, с. 2].

Некоторые критики пытаются представить персонажей Джерома безликими, сливающимся в обобщенного «маленького человека», как только закроешь книгу [1]. Они – по их представлению – персонажи нехитрой однодневной книги-юморески. Однако такой подход несправедлив. «Герои Джерома, оказываясь в анекдотических ситуациях, гораздо отчетливее выявляют скрытые в них человеческие свойства, чем это произошло бы в атмосфере спокойного, размеренного и бесцветного повседневного существования» [1].

В повести «Three Men in a Boat» органично сочетаются комизм положений и характеров с удивительно яркой литературной формой. Автор демонстрирует уникальную изобретательность

и способность находить комизм в простейших жизненных ситуациях.

Размеры статьи позволяют лишь бегло остановиться на авторских приемах создания юмористического эффекта, которые требуют более подробного рассмотрения.

#### Список литературы

1. Джером К. Дж. Избранные произведения : в 2 т. : пер. с англ. / Джером К. Джером. — М. : Госиздат худож. лит., 1957. — Т. 1—2. — 568 с.
2. Зверев А. М. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://publ.lib.ru/ARCHIVES/Z/ZVEREV\\_Aleksey\\_Matveevich/\\_Zverev\\_A.\\_M..html](http://publ.lib.ru/ARCHIVES/Z/ZVEREV_Aleksey_Matveevich/_Zverev_A._M..html)
3. Джером К. Дж. Three Men in a Boat to Say Nothing the Dog : пер. с англ. / Джером К. Джером ; послесл. А. Гозенпуд. — Л. : Лениздат, 1958. — 365 с.
4. Присяжнюк Н. М. Языковые характеристики прагматики юмористического текста / Н. М. Присяжнюк // Теория и практика перевода : Респ. междувед. науч. сб. — Л. : Лениздат, 1982. — Вып 8. — С. 43—48.
5. Jerome K. Jerome. Three Men in a Boat to Say Nothing of the Dog / J. K. J.— Bristol, 1909. — 116 p.

#### Резюме

У статті розглядаються авторські прийоми Джерома К. Джерома, що створюють гумористичний ефект. Сюди належать комізм ситуацій і характерів та вдалий вибір мовних засобів, у тому числі різноманітних фігур мови.

#### Summary

The article addresses the problem of Jerome K. Jerome's ways of creating a comical effect. Here belong a humoristic presentation of situations and characters as well as a wide variety of figures of speech.

*Н. О. Жилякова*

*Научный руководитель канд. филол. наук И. В. Змиёва*

## **ФОРМИРОВАНИЕ ТЕРМИНОСИСТЕМЫ ВИНОГРАДАРСТВА И ВИНОДЕЛИЯ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

**Ключевые слова:** термин, отраслевая терминосистема, виноградарство и виноделие, иностранные заимствования, терминообразование.

Перевод научной и технической литературы – это особый вид речевой деятельности, возникший на стыке лингвистики, с одной стороны, и науки и техники – с другой. Рост научно-технических знаний в наши дни отражается в том, что свыше 90% новых слов, появляющихся в современных словарях, составляет специальная лексика [1, с. 5]. Увеличение числа терминов различных наук обгоняет рост числа общеупотребительных слов языка, и поэтому изучение терминологии становится все более **актуальным** для развития языка [2, с. 216]. Осмысливание терминов, их соотнесение с объектом (реальной действительностью) и подбор эквивалентов на ПЯ составляет основу процесса перевода.

В настоящее время в области перевода научной и технической литературы существует множество различных проблем, требующих неотложного решения. Одной из таких проблем является улучшение терминологической работы переводчиков в различных сферах знаний, в частности, в области виноградарства и виноделия.

В отечественных источниках наблюдается недостаточность разработки данной терминосистемы, в первую очередь, в научной литературе, а также в практике виноделия и социальной сфере [1, с. 36]. Целью настоящего исследования является рассмотрение особенностей образования и развития терминосистемы на материале подязыков виноградарства и виноделия, а объектом – способы пополнения данной терминологии в английском языке.

Терминосистема виноградарства и виноделия представляет

собой собрание терминов, используемых в практической деятельности профессионалов, полупрофессионалов и широкого круга лиц, являющихся потребителями продукции этих отраслей и специалистами, имеющими какое-либо отношение к данным отраслям [3, с. 14]. Соответственно, терминология этих отраслей является достаточно развитой и представляет собой сложное и многогранное явление как по охвату материала, так и по лексическому составу.

Согласно статистике популярного винодельческого журнала «ВиноГрад» мировой рынок вина еще сравнительно недавно воспринимался как относительно узкий сегмент общего рынка алкогольных напитков. Но с середины 90-х годов XX в. ситуация на мировом рынке вина стала существенно изменяться. Наметился значительный рост в мировом производстве виноградарско-винодельческой продукции, увеличилось количество стран, занимающихся производством вина и, как следствие, существенно обогатилась терминология данной отрасли [4, с. 45].

Это обстоятельство в значительной мере объясняет коренное отличие терминологии виноградарства и виноделия от терминологических систем других отраслей, в которых лексический состав более или менее сформирован и стандартизован, а используемые иностранные термины, как правило, имеют семантические эквиваленты в целевом языке [1, с. 6]. В рассматриваемой же нами отрасли ситуация несколько сложнее: зародившись еще в Древней Греции и получив распространение по всему миру, виноградарство и виноделие являются достоянием многих национальных культур, что стало причиной появления большого числа заимствований в профессиональной лексике. К примеру, в английский язык из многих языков мира перешли в неизменном виде, при сохранении оригинального написания, такие термины, как: *tirage*, *chateau* (фр.), *solera* (исп.), *Sekt* (нем.) и т. д. Следует также отметить, что по степени романских заимствований английский язык является одним из ведущих в мире.

Высокий уровень развития виноградарства и виноделия во Франции вызвал массовый переток терминов из французского языка практически в неизменном виде в английский язык. К примеру, возьмем отрывок статьи из английского научно-популярного журнала:

*Malolactic fermentation is desirable when new wines are too high in malic acid, as in Germany, or when particular nuances of robe and odeur are desired, as in red wines of Burgundy and Bordeaux in France. In all regions, this second fermentation is somewhat capricieouse and is carried out in oak barriques, especially for producing «international taste» wines, such as Cabernet and Chardonnay.*

В этом отрывке легко заметить обилие заимствованных из французского языка терминов. Заимствования происходят как при отсутствии английских аналогов (фр. *barrique*), так и при их наличии (фр. *odeur – flavour, capricieuse – capricious, robe – dress*), таким образом расширяя и дополняя лексику, используемую в виноградарской и винодельческой практике, при дегустациях, в винной торговле, рекламе и т. д.

На рынке напитков также существует огромное количество фирменных и оригинальных наименований продукции, зарегистрированных на французском языке и употребляемых на практике, как правило, без изменений [3, с. 13]. Такие заимствования представлены, в первую очередь, именами собственными (географические названия, фирменные наименования), терминологией, используемой для обозначений на этикетках напитков, а также обозначениями национальных особенностей выращивания винограда, терминами из области производства вин и сферы потребления, например: *Bordeaux, Chateau, Cabernet, Chardonneu* и др.

В английском языке существуют также греческие заимствования (*amphore – амфора, Retsina – сорт греческого вина*), немецкие (*Ankommen – забел – первый период главного брожения, Anlaufen – налёт; потускнение*), португальские (*vinho verde – невыдержанное вино*), испанские (*criadero – плодови́тый, solera – осадок су́сла*), итальянские (*frizzante – игристый о вине, vino secco – сухое вино*). Некоторые термины представляют собой комбинацию заимствованного иноязычного слова и английского слова, например, *Bordeaux mixture, Bordeaux blend, frizzante wine, recioto wine*.

В области виноградарства и виноделия существуют различные типы терминов: простые, состоящие из одного слова: *cane, cellar, keg, label*, сложные: *vineyard, middle-roundness, full-bodied*, а также термины-словосочетания, большинство которых содержится в названиях вин и чаще всего образуется сочетанием имени

прилагательного с именем существительным: *red wine, rose wine, pink wine, white wine, amber wine, dessert wine*; и сочетанием причастия с существительным: *sparkling wine* – игристое вино, *crackling wine* – хлопающее вино, *petillant wine* – слегка искрящееся вино.

Сам процесс английского терминообразования довольно прост, так как суффиксы и префиксы в основном заимствованы из общих, обычных словообразующих средств английского языка. Терминология виноградарства и виноделия развивалась под сильным влиянием греческой и римской культур, это объясняет тот факт, что термины, в основном относящиеся к выращиванию и переработке винограда, образовались на основе латинских и греческих корней. Следовательно, здесь установилась довольно четкая система аффиксов. Например:

– суффикс *-us [s]*– для существительных в единственном числе, и суффикс *-i [ai]*– для существительных во множественном числе: *fungus – fungi* (плесневой гриб-плесень);

– суффикс *-um [m]*– для существительных в единственном числе и суффикс *-a* – для существительных во множественном числе: *bacterium – bacteria* (бактерия – бактерии).

Английские префиксы *dis-*, *en-* также широко применяются при образовании винодельческих терминов. Например: *disbranch, distasteful, enrich* и др.

Характерной особенностью любой профессиональной лексики, в том числе и винодельческой, является широкое употребление сокращений: *mmol/L* – миллимоль на литр, *mg/L* – миллиграмм на литр, и т. п. единицы измерения концентрации различных веществ в вине.

Вопросы терминологии виноградарства и виноделия обсуждаются главным образом на страницах профессиональной прессы и в специальной литературе в контексте терминологии, используемой в отрасли. Но вследствие хронического отставания издаваемой литературы от темпов образования новых терминов переводчику приходится самостоятельно или при содействии отраслевых специалистов классифицировать термины и находить соответствия. При этом необходимо уделять большое внимание изучению терминологии данной отрасли, чтобы не допускать искажения смысла текста при переводе и нарушения акта коммуникации.

Дальнейшие исследования в области терминологии виноградарства и виноделия крайне необходимы для развития этих отраслей и установления более тесных деловых и научных контактов, а также для облегчения обмена информацией между виноделами и виноградарями разных стран.

### Список литературы

1. Неделько А. Г. Англо-русский и русско-английский словарь по виноградарству, виноделию и спиртным напиткам / А. Г. Неделько. — М. : РУССО, 2005. — 456 с.
2. Павлова О. И. Значення термінознавства у сучасній масовій комунікації / О. И. Павлова // Актуальні проблеми романо-германської філології в Україні та Болонський процес : Матеріали Міжнар. наук. конф. (24–25 лист. 2004 р.). — Чернівці : Рута, 2004. — 320 с.
3. Серпуховикина К. А. Развитие виноградарства в условиях интеграции отечественной продукции в мировой рынок / К. А. Серпуховикина // Виноделие и Виноградарство. — 2005. — № 1. — С. 12–14.
4. Радченко В. А. Тенденции мирового рынка винограда / В. А. Радченко М. Н. Борисенко // ВиноГрад. — 2008. — № 5. — С. 45–47.
5. Peynaud E. Etudes recentes sur les bacteries lactiques du vin / E. Peynaud // 11 e Symposium intern d'Oenologie, Bordeaux. — 1967. — Vol. 1. — P. 219.
6. The process of winemaking [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [www.food-info.net/uk/product/wine/prod.html](http://www.food-info.net/uk/product/wine/prod.html).

### Резюме

У статті розглядаються особливості вузькоспеціальної термінології, зокрема терміносистеми виноградарства та виноробства, вивчаються способи поповнення даної термінології за рахунок іноземних запозичень, аналізуються способи термінотворення даної системи.

### Summary

The article deals with the peculiarities of specialized terminology, namely the term system of viticulture and winemaking, and studies the ways of enriching it with foreign loan words. The methods and techniques of term formation within the present system are analyzed.

---

УДК 37.016:81'255.2:33

*К. М. Заплішна*

*Науковий керівник канд. філол. наук І. В. Змійова*

## **ВІДМІННОСТІ СИСТЕМИ ВПРАВ ДЛЯ НАВЧАННЯ УСНОГО ТА ПИСЬМОВОГО ГАЛУЗЕВОГО ПЕРЕКЛАДУ**

**Ключові слова:** переклад, методика викладання перекладу, перекладацька компетенція, система вправ з перекладу, складання вправ з перекладу.

На сучасному етапі розвитку міжнародних відносин, культурної та економічної інтеграції, створення транснаціональних компаній спостерігається постійне зростання значення ділової сфери спілкування [5, с. 128], яка сьогодні перенасичена текстами англійською мовою. Саме тому відчувається нестача висококваліфікованих кадрів, які володіють іноземною спеціальною лексикою на професійному рівні. Викладене вище переконливо демонструє актуальність поставленої проблеми.

Метою даної статті є аналіз сучасних методів навчання економічного перекладу як галузі перекладацької науки, а об'єктом дослідження виступають відмінності навчання усного та письмового галузевого перекладу.

Загальною метою курсу навчання економічного перекладу як одного зі складових при підготовці за спеціальністю «Переклад» є формування перекладацької компетенції, тобто здатності виконувати перекладацьку діяльність. Така компетенція включає мовленнєву компетенцію, техніку усного та письмового перекладу; мовний (переважно лексико-термінологічний) матеріал; фонові знання (тобто соціокультурні дані, відсутність яких у свідомості перекладача спричиняє втрату інформації, навіть за наявності добре розвиненої мовленнєвої компетенції); знання з теорії перекладу та суміжних дисциплін (стилістики, порівняльної лексикології та граматики мов, що контактують), навички роботи з довідковими джерелами інформації [11, с. 192].

Переклад є видом діяльності, яка є ієрархічною структурою, що містить операції та дії [4; 6]. Перекладацькі дії спрямовані на

досягнення усвідомленої мети, тобто перекладу. На відміну від дій, мета виконання операцій, якщо вони функціонують у навичкових параметрах, не усвідомлюється, бо вони мають бути автоматизованими компонентами діяльності. Ця автоматизація повинна забезпечуватися змістом навчання майбутніх перекладачів, зокрема відповідною побудовою перекладацьких вправ. Саме тому проблема, що стосується принципів реалізації системи вправ з галузевого перекладу (а саме економічного) у навчальному процесі, видається особливо актуальною. Питання розробки такої системи розглядалися низкою дослідників [1; 2; 3; 8; 10], і хоча його не можна назвати вирішеним, однак у найзагальнішому вигляді автори погоджуються, що вона має містити підсистеми для формування перекладацьких навичок, з одного боку, та вмій – з другого. Що стосується типів вправ, то незважаючи на дещо різну термінологію, згадані автори так чи інакше переважно говорять про підготовчі вправи та вправи для розвитку навичок та вмій перекладу. Як відомо, найбільш загальним є поділ перекладу на усний та письмовий, кожен з яких, у свою чергу, підрозділяється на низку підвидів, тому в цьому дослідженні розглянуто відмінності між двома видами перекладу – усним і письмовим, а отже, і відмінності у складанні вправ.

1. Першою чіткою відмінністю усного перекладу від письмового є абсолютна неможливість якісного усного послідовного перекладу без наявності у свідомості перекладача значного обсягу словникового запасу та фонових знань. Умови виконання письмового перекладу надають можливість компенсувати недостатній обсяг словникового запасу та фонових знань за рахунок використання довідкових матеріалів і консультацій, а отже, до змісту розвитку умій письмового перекладу слід включати навчання пошуку джерел для з'ясування значень слів, не наявних у словниках, а також відсутніх у свідомості майбутніх перекладачів фонових знань.

2. Наступна група відмінностей пов'язана з різним ступенем розгорненості процесів усного та письмого перекладу. У письмовому перекладі чітко розрізняються три етапи цього процесу: доперекладацький аналіз тексту оригіналу, його переклад та редагування. Доперекладацький аналіз тексту є можливим завдяки відносно необмеженому обсягу часу на прийняття

перекладацьких рішень під час письмового перекладу. Це впливає і на зміст навчання письмового перекладу, в якому обов'язково передбачати роботу з двомовними та тлумачними словниками, включаючи електронні.

3. Під час здійснення усного перекладу тлумач має усього декілька секунд, аби знайти прийнятний варіант, а отже, здатність швидкого пошуку варіантів має бути обов'язковим компонентом навчання усних перекладачів. Неможливість користуватися довідковими матеріалами обумовлює необхідність вправ для навчання способів виходу з проблемних ситуацій: на розвиток контекстуальної здогадки, на переклад тексту з лакунами, акустичними перешкодами тощо.

4. Здатність здійснювати фаховий усний переклад обумовлена обов'язковою наявністю автоматизованої здатності миттєво переключатися з одного мовного коду на інший, тоді як для письмового вона є необов'язковою. З цього випливає суттєва відмінність методів навчання усного та письмового перекладу. Для усного перекладу важливе інтенсивне (без попереднього та проміжного аналізу) формування автоматизованої здатності миттєво знаходити еквіваленти різних рівнів у двох мовах. Відповідно, вправи мають бути максимально інтенсивними, проводитися переважно в парах і не перериватися під час виконання.

5. Наявність етапу редагування з можливістю виправляти власний текст у письмовому перекладі спричиняє значну питому вагу вправ для навчання аналізу готових перекладів та методики їх виправлення у процесі формування навичок та умінь письмового перекладу. Неможливість же виправляти переклад в усній його формі тягне за собою необхідність навчати студентів уміння перекладати завершеними фразами, забезпечуючи належний рівень зовнішніх ознак власного мовлення та його позитивне сприйняття слухачами. Тому незаперечним компонентом змісту навчання є також лексика, особливо термінологічна. Зрозуміло, що характер термінології визначається обраною галуззю [11, с. 193].

Таким чином, між усним послідовним та письмовим перекладом існує низка суттєвих розбіжностей, внаслідок чого методика їх навчання суттєво різниться. Головною відмінністю є різне співвідношення аналітичних та практичних елементів у процесі

формування навичок та умінь. Розвиток компетенції усного перекладу потребує переважно інтенсивних вправ тренінгового типу з мінімальною питомою вагою аналізу, тоді як навчання письмового перекладу ґрунтується переважно на аналітичній діяльності з максимальним залученням актуального усвідомлення студентів [9, с. 22–26].

Проаналізовані теоретичні засади та методичні прийоми слугуватимуть авторам під час складання вправ для навчання студентів факультету «Референт-перекладач» економічного перекладу.

### Список літератури

1. Алексеева И. С. Профессиональный тренинг переводчика / И. С. Алексеева. – СПб. : Союз, 2004. – 228 с.
2. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение: учеб. пособие / В. Н. Комиссаров. – М. : ЭТС, 2002. – 424 с.
3. Латышев Л. К. Технология перевода / Л. К. Латышев. – М. : НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000. – 280 с.
4. Леонтьев А. Н. Общее понятие о деятельности / А. Н. Леонтьев // Основы теории речевой деятельности. – М. : Наука, 1974. – С. 5–26.
5. Наумова Н. Г. Терминология деловой сферы общения / Н. Г. Наумова // Вісн. Запоріж. ун-ту. – № 1. – 2000. – С. 128–130.
6. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии : в 2 т / С. Л. Рубинштейн. – М. : Педагогика, 1989. – Т. 1. – 485 с., Т. 2. – 322 с.
7. Соколова В. В. Система вправ для формування усної англомовної перекладацької компетенції майбутніх філологів / В. В. Соколова // Актуальні проблеми перекладознавства та методики навчання перекладу. – Х. : НТМТ, 2007. – С. 125–126.
8. Черноватий Л. М. Типологія вправ для формування навичок усного перекладу / Л. М. Черноватий, Т. В. Ганичева // Актуальні проблеми художнього і галузевого перекладу. – Горлівка : ГДППМ, 2007. – Вип. 6. – С. 150–158.
9. Черноватий Л. М. Особливості різних видів перекладу та зміст формування фахової компетенції майбутніх перекладачів / Л. М. Черноватий // Наукові записки. – Вип. 75 (5). – Сер.: Філологічні науки (мовознавство) : у 5 ч. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2007. – С. 22–26.
10. Черноватий Л. М. Принципи складання вправ для навчання галузевого перекладу / Л. М. Черноватий // Вісн. Сум. держ. ун-ту. – Сер.: Філологічні науки. – 2002. – № 3 (36). – С. 101–105.
11. Черноватий Л. М. Проблематика досліджень у галузі методики навчання перекладу як спеціальності / Л. М. Черноватий // Вісн. Харк. нац. ун-ту імені В. Н. Каразіна. – 2004. – № 635. – С. 192–197.

**Резюме**

Исходя из анализа различных устного и письменного перевода, автор формулирует ряд дидактических выводов, главным из которых является тезис о разном соотношении аналитических и практических элементов в процессе формирования профессиональной компетенции в разных видах перевода. Цель данной статьи – проанализировать особенности устного и письменного перевода и виды упражнений для их тренировки.

**Summary**

Basing upon the differences between interpreting and translation, the author suggests a number of teaching-relevant conclusions, advocating a different correlation of analytical and practical elements in the professional interpreting and translation competence development. The article analyses the methods of teaching interpreting and translation.

УДК 811.111'255.4

*В. А. Кашкарев*

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

**СРЕДСТВА КОСВЕННОГО ВЫРАЖЕНИЯ ПОБУЖДЕНИЯ  
И СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК**

**Ключевые слова:** директив, инъюнктив, номинант, побуждение, принцип вежливости, пропозиив, просьба, реквестив, транспонирование.

Данная статья посвящена анализу языковых средств косвенного побуждения в англоязычном дискурсе. Побудительные конструкции, реализованные косвенно, привлекают внимание исследователей в плане выявления косвенной реализации иллокуции побуждения, языковых форм косвенного выражения побуждения, механизмов распознавания слушающим скрытой интенции.

Так, в английском языке существует целый ряд предложений, грамматическое значение которых не соответствует их общему смыслу побуждения слушающего к совершению действия [4]. Такие предложения выражают побуждение косвенно и в опре-

деленных контекстуальных условиях реализуют сему побуждения, способную становиться доминирующей семой предложения. Средства косвенного выражения побуждения, как и другие косвенные номинации, «выявляются благодаря несоответствию наименования в его первичной функции данному номинату, для обозначения которого в языке имеется другое, прямое, собственное средство обозначения» и определяются как косвенная развернутая переносная (транспонированная) номинация побуждения [1].

Общее значение побуждения может распадаться на более частные побудительные значения: приказание, требование, распоряжение, наставление; совет, просьбу, мольбу, заклинание, запрещение и др. Косвенные побудительные предложения, как показали результаты исследования, способны выражать большинство указанных частных значений побуждения. При этом наблюдается тенденция к специализации отдельных средств косвенного выражения побуждения для передачи определенных частных значений [4].

Анализ языкового материала позволяет предположить, что частные значения побуждения, отличающиеся по форме выражения, по оттенкам общего содержания, а также имеющие различия в социальном и психологическом аспектах, следует рассматривать как отдельные микрополя, входящие в состав функционально-семантического поля побуждения [2].

Так, директивный речевой акт, рассматриваемый в рамках прагмалингвистики, может быть реализован прямо и косвенно. Различают три коммуникативных варианта директива: инъюнктивы, пропозитивы и реквестивы [4]. Названные варианты директивов обладают достаточно четкими дифференциальными признаками.

Так, под инъюнктивными понимаются высказывания, характеризующиеся следующими признаками: авторитетной позицией говорящего, обязательностью выполнения действия адресатом, контролируемостью выполнения действия говорящим [8].

Высказывания пропозитивного типа могут быть охарактеризованы с помощью следующих признаков: равноположенностью статусов говорящего и адресата, необязательностью выполнения действия адресатом, контролируемостью действия адресатом,

бенефактивной направленностью действия на адресата или на говорящего и адресата [4].

Реквестивные высказывания в их нормативном употреблении характеризуются подчиненной позицией говорящего по отношению к адресату, необязательностью выполнения действия адресатом, контролируемостью выполнения действия адресатом, осуществимостью действия в интересах говорящего [3].

Малая употребительность высказываний для выражения коммуникативно-интенционального содержания просьбы обусловлена экстралингвистическими ограничениями транспонированности высказываний в направлении «констатив — директив», различиями семантики реквестивных высказываний и формы повествовательного предложения, его лексическим наполнением [2, с. 48].

Использование Говорящим косвенной речевой тактики прямо происходит из принципа вежливости. Поскольку факт осуществления желаний Говорящего может поставить собеседника в затруднительное положение, он может избегать формулировать их прямо. В таком случае используются такие формы выражения просьбы, которые дают адресату удобную возможность для отказа [4].

Просьба как прагмасемантическая разновидность речевого акта директива характеризуется предоставлением адресату потенциального выбора исполнения или неисполнения интендируемого действия [5].

Просьба — побудительное речевое действие, реализуемое прямым или косвенным реквестивом. Речевой акт просьбы имеет определенную специфику и структуру. В основе функционирования вежливых просьб лежат разнообразные способы, которые реализуются на лексическом и грамматическом уровнях. Они базируются на стремлении к сотрудничеству, смягчении негативного влияния на адресата и предоставлении адресату права выбора.

Замещение коммуникативной цели называют смягчением коммуникативного намерения. Косвенные речевые акты данного типа легко конвенционализируются: вопрос о возможностях адресата почти всегда содержит просьбу.

Особенно характерны в подобных ситуациях не прямые косвенные способы выражения вежливости в актах просьбы (реквестивах).

Реквестив – это прагматический тип высказывания, содержанием которого является не прямое побуждение адресата к действию. Интонация побуждения является одной из характерных черт реквестива. В силу особенности данного речевого акта (форма вежливой просьбы) вероятность императивности высказывания исключается. Главным отличием реквестива от инъюнктива является необлигаторность выполнения действия адресатом. В случае реализации речевого акта реквестива, адресант и адресат имеют равное положение или адресант по социальному статусу находится ниже, чем адресат [6]. Обращение к человеку, который старше по возрасту, обычно состоит из развернутого обоснования просьбы, включает уважительную формулу вокатива, уважительную формулу начала разговора (обычно в форме извинения) и вежливое оформление просьбы в просьбе. В то время как обращение к младшим содержит минимальное количество дополнительных компонентов просьбы [7].

Лексическим показателем реквестивности предложения является слово *please*, снимающее императивность высказывания: «*Please, don't speak to me*» (J. Chase «*Make the Corpse Walk*»).

Данный маркер может иметь различную позицию в предложении – начальную, промежуточную или конечную.

«*Please, mind your business*» (J. Chase «*Make the Corpse Walk*»).

«*Will you please explain?*» (J. Chase «*Make the Corpse Walk*»).

«*Is Mr. Crawford there, please?*» (J. Chase «*Make the Corpse Walk*»).

Следует отметить, что позиция данного маркера (*please*) не влияет существенным образом на степень вежливости просьбы. Такая просьба может быть оформлена в различных типах предложения [6, с. 12–16].

В корпус лексических способов входят некоторые перформативные глаголы, в семантике которых уже изначально заложен оттенок просьбы. Это такие глаголы, как *to ask*, *to beg*, *to pray*. Однако в отношении названных глаголов существуют различия в стилистическом употреблении. Глагол *to ask* является нейтральным и прямо свидетельствует о просьбе. В отличие от него глаголы *to beg* и *to pray* имеют определенную стилистическую

окраску: адресант, употребляя их в просьбе, как будто ставит себя на ступень ниже адресата [8].

Одним из грамматических способов выражения вежливой просьбы является употребление пассивного залога вместо активного. Характерной стратегией для форм пассивного залога является имперсонализация участников общения, что исключает возможность указания на адресата и тем самым снимает давление на него [9].

К синтаксическим способам выражения вежливой просьбы можно отнести разделительные вопросы, которые ориентированы на поиск согласия со слушающим для достижения оптимального взаимодействия.

*«You wouldn't know anything about car engines, would you?»* (J. Chase «Come Easy, Go Easy») – диалог происходит между двумя мужчинами, один из которых является работодателем и интересуется умениями и навыками работника.

*«You are a foreigner, aren't you?»* (J. Chase «Make the Corpse Walk») – диалог между мужчиной и женщиной; мужчина спрашивает дорогу в клуб, что наводит женщину на мысль, что мужчина – иностранец.

*«I got you that coffee, didn't I?»* (J. Chase «Make the Corpse Walk») – диалог между мужчиной и женщиной в кафе; мужчина спрашивает, не покупал ли он ей кофе, тем самым напоминая ей об оказанной услуге, и просит помочь ему взамен.

Перевод глаголов-операторов вопросительных предложений-просьб ограничен значениями возможности и желания, выраженными CAN, WOULD LIKE и их синонимами [3].

*«Can you tell me what is wrong with the safe, sir?»* – «*Не могли бы Вы сказать, что случилось с сейфом?»* (J. Chase «Come Easy, Go Easy»).

*«Shall we say one thousand pounds and no questions?»* – «*А что если мы остановимся на тысяче фунтов и закроем этот вопрос?»* (J. Chase «Make the Corpse Walk»).

Завершая обзор средств косвенного выражения побуждения, следует обобщить некоторые особенности. Так, есть основания утверждать неединичность форм реквестива. Наряду с формой побудительного предложения, императивность которого снимается соответствующей интонацией или лексическим включением (например, слова *please*), имеются реквестивы в форме

вопросительного предложения. Схема *Will you ...?* свободно заполняется любым лексическим содержанием и выражает стратегию поиска и упрочнения общих интересов. Реквестив такой формы не предполагает каких-либо специальных условий употребления. Стратегия спрашивания либо информирования стимулирует взаимопонимание и не имеет ограничений в плане социальной дистанции коммуникантов.

### Список литературы

1. Гак В. Г. К типологии лингвистических номинаций / В. Г. Гак // Языковая номинация: Общие вопросы. — М. : Наука, 1977. — С. 246.
2. Косилова М. Ф. К вопросу о побудительных предложениях / М. Ф. Косилова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7. Филология и журналистика. — 1962. — № 4. — С. 48.
3. Иванова И. И. Теоретическая грамматика современного английского языка / И. И. Иванова, В. В. Буракова, Г. Г. Почепцов — М. : Высш. шк., 1981. — С. 277.
4. Арутюнова Н. Д. Истоки, проблемы и категории прагматики / Н. Д. Арутюнова, Е. В. Падучева // Новое в зарубежной лингвистике. — М. : Прогресс, 1985. — Вып. 16. — С. 8–12.
5. Михайлова Л. В. Прагмасемантические разновидности директива / Л. В. Михайлова // Вчені зап. Харк. гуманіт. ун-ту «Нар. укр. акад.». — Вид-во НУА, 2004. — Т. 10. — С. 458–467.
6. Беляева Е. И. Принцип вежливости в речевом общении (способы оформления декларативных высказываний в английской разговорной речи) / Е. И. Беляева // Иностр. языки в школе. — 1985. — № 2. — С. 12–16.
7. Ларина Т. В. Категория вежливости как отражение социокультурных отношений / Т. В. Ларина // Категория вежливости в англ. и русск. коммуникативных культурах. — М., 2003. — С. 17–34.
8. Богданов В. В. Речевое общение: прагматический и семантический аспекты / В. В. Богданов. — М. : Рус. язык, 1990. — 235 с.
9. 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.

### Резюме

У статті досліджено засоби непрямої передачі спонукання в англійській мові ХХ ст. Визначено найбільш поширені різновиди мовленнєвого акту директива. Розглянуто засоби передачі ввічливого прохання.

**Summary**

The methods of indirect realization of inducement in the English language of the XX century are analyzed in the article. The most spread variety of direct speech act is determined and described. The methods of rendering of a polite request are considered.

УДК 821.111-193.3'255.4 Шеллі

*А. В. Мироненко*

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

### **ВІДДЗЕРКАЛЕННЯ «OZYMANDIAS» П. Б. ШЕЛЛІ В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ**

**Ключові слова:** вірш, сонет, романтизм, П. Б. Шеллі, «Ozymandias», Іван Франко, Василь Мисик, Григорій Кочур, оригінал, переклад.

*Об'єктом* дослідження даної статті є творчість П. Б. Шеллі та її сприйняття українськими перекладачами. *Предметом* розвідки обрано перекладацькі стратегії – вірш «Ozymandias» П.Б. Шеллі в українських перекладах І. Франка, В. Мисика та Г. Кочура. *Актуальність* дослідження полягає у незникаючому інтересі науковців до проблем поетичного перекладу, що підтверджується низкою публікацій на цю тему. *Новизна* роботи полягає у проведенні порівняльного аналізу оригіналу та декількох перекладів за схемою А. О. Івахненко. *Перспективою* може стати дослідження перекладацьких стратегій, використаних в усіх існуючих українських перекладах, та аналіз макро- й мікрообразів, що виникли у вторинних текстах або є відтворенням оригіналу.

Перш ніж перейти до характеристики оригіналу, хотілося б звернути увагу на ситуацію у Великій Британії в період написання «Ozymandias». Це був грізний час: революційні події у Франції сколихнули весь світ, а в самій Англії здійснилася інша, безшумна, але не менш значуща революція – так званий промисловий переворот, який спричинив, з одного боку, колосальне зростання

індустріальних міст і робітничого класу, а з другого – породив страшенні соціальні біди: голод і злочинність, зубожіння і остаточне розорення села. В англійській поезії найбільш яскраво і повно ця переломна і бурхлива ера історії відбилася у творчості двох великих революційних романтиків – в Дж. Г. Байрона і П. Б. Шеллі [7, с. 661].

Дозволимо собі також звернути увагу на життєві обставини, в яких опинився Шеллі на час написання «Ozymandias» у 1817 році. У цей період спостерігається повний розлад його сімейного життя. Причиною стають, з одного боку, вагітність від позашлюбного зв'язку першої дружини Шеллі Гаррієт, яка з відчаю наклала на себе руки, а з другого – скандальний зв'язок самого Шеллі з Мері Годвін. Різко негативне ставлення до поета з боку широкого оточення, сім'ї, друзів, які вважали його не лише атеїстом і революціонером, але й великим аморалістом, збігається з відмовою суду в праві Шеллі на виховання і догляд двох його дітей від попереднього шлюбу. Може видатися дивним, що за даних обставин поет виявляє здатність до відсторонених філософських роздумів, та ще й переданих досконалою віршовою формою [7, с. 662].

Озимандією стародавні греки називали фараона Єгипту Рамзеса II, котрий правив у XIII ст. до н. е. З'являються підстави твердити, що «Ozymandias» є нічим іншим як віршем-реквіємом самому собі, віршем-монументом поета в період життєвої кризи, коли ані його поезія, ані він сам як особистість не сприймаються його сучасниками. Утім, це аж ніяк не прочитується у прихованому тексті. Усе навпаки. До нас промовляє митець, цілком певний свого значення. На п'єдесталі, згідно з базовим віршем, ми бачимо: *My name is Ozymandias* (Мое ім'я Озимандія). Не важко здогадатися, що в реальності на п'єдесталі імені Озимандія бути просто не могло, бо колоса спорудили стародавні єгиптяни для увічнення свого фараона Рамзеса, а ім'я Озимандія – грецького походження. Отже, вже в самому заголовку вірша прихована таємниця імені. Рамзесові діла покриті мороком часу, розвіяні вітром неблаганної історії. Та й сам колос – пам'ятник, невідомо ким створений, став жалюгідною руїною. Діла Шеллі – ось тут, поряд. Достатньо лише заглибитися у його поезію, щоб зрозуміти: у ній немає нічого спільного з тим жалюгідним

руйновищем. Його поезія – його пам'ятник. Він – цар поезії, він – Озимандія, він – поет... [7, с. 662].

Приводом до написання сонета послужило привезення до Лондона в 1817 р. велетенської голови однієї з єгипетських статуй, яку помилково вважали останками фігури фараона Рамзеса II (Озимандії). Невідомо, чи бачив Шеллі у Британському музеї цю статую, яка не відповідає його суб'єктивному опису [6, с. 63]. Відомості про Озимандію, як і напис, на думку Д. В. Томпсона, поети почерпнули у Діодора Сіула (I ст. до н. е.), очевидно, з французьких джерел. Проте, за свідченням англійського дослідника, у XIX ст. написів уже не було на жодному з єгипетських постаментів чи надгробків [6, с. 59].

Далі пропонуємо перейти до безпосереднього порівняльного аналізу вихідного та цільового текстів. Спочатку ми розглянемо форми текстів, а потім їх змістовно-стильові характеристики.

**1. Форма.** За композиційною і смисловою формою вірш близький до класичного сонета, проте відрізняється від нього перш за все системою римування. Складається з 14 рядків чотирьохстопного ямба – 2 чотиривірші і 2 тривірші. Тип римування – перехресне римування ababacdcedefef.

Переклад І. Франка являє собою сонет, який складається з 14 рядків чотиристопного ямба – 3 катрени та 1 двовірш, сама форма характерна для українських сонетів. Тип римування в перекладі ababcdeaefedfa. Спочатку римування перехресне, але в рядках 6,12, 8,14 та 10,13 ми спостерігаємо оперезувальну риму.

Переклад В. Мисика також є сонетом, який складається з 14 рядків чотиристопного ямба – 3 катрени та 1 двовірш, але також зустрічаються пірихії. Тип римування в перекладі ababbccdeedfdf. Спочатку римування перехресне, але в 4,5, 6,7 та 9,10 рядках ми бачимо суміжну риму, а в 8,11 рядках – оперезувальну риму.

Переклад Г. Кочура також являє собою сонет, який складається з 14 рядків чотиристопного ямба – 3 катрени та 1 двовірш. Тип римування в перекладі abcbdedefefdgd. Римування перехресне, але в 7,12 рядках ми бачимо оперезувальну риму.

**2. Зміст.** Пропонуємо зіставляти оригінал та три переклади: Івана Франка, Василя Мисика та Григорія Кочура.

Сонет відкривається вступом для введення оповіді мандрів-

ника в авторську. Перекладачі намагаються від самого початку витримати романтичну піднесеність оповіді, хоча досягають цього різними лексичними й синтаксичними засобами: «I met a traveller from an antique land who said» [5, с. 362] – «З країн далеких путник повертає і каже...» (І. Франко) [4, с. 665]; «Я стрів мандрівника – й такі слова він мовив...» (В. Мисик) [3, с. 422]; «Стрів подорожнього я з дальньої країни. Казав він...» (Г. Кочур) [1, с. 56].

Г. Кочур найближче передав розповідь автора про свою зустріч з подорожнім, адекватно відтворивши всі смислові компоненти. І. Франко ж опинився в ролі стороннього оповідача, тому ця зустріч для нього неістотна. Вагомішим стає об'єкт, що перетворюється в суб'єкт дії, а звідси й новотвір *путник* від імені *путь*, у значенні «віддаль, яку хто-небудь пройшов, проїхав». «Винесена на початок речення обставина з позитивним означенням допомагає йому досягти романтичності оповіді. В. Мисик добивається цього використанням урочистішого, ніж *казати*, синоніма *мовити*. Г. Кочурові вдалося зберегти стилістичне навантаження обставини, не вдаючись до жодних граматичних трансформацій, а вдало дібравши для *antique* контекстуальний відповідник *дальній*» [2, с. 43].

Як відмічає Л. В. Коломієць, Г. Кочур зумів найближче підійти до образів тирана й скульптора і передати в перекладі не тільки їх семантичні деталі, а й єдиний повтор *stand...sand* – своєрідний прийом внутрішньої текстової символізації. «Two vast and trunkless legs of stone / stand in the desert. Near them, on the sand, / half sunk, a shattered visage lies, whose frown, / and wrinkled lip, and sneer of cold command, / tell that its sculptor well those passions read / which yet survive, stamped on these lifeless things, / the hand that mocked them and the heart that fed» [5, с. 362] – «Велет кам'яний стоїть в пустині; ніг вже ані рук немає, і збоку голова в піску лежить. Та на лиці гордий безмірно вид, залізна воля і погорда злая, що топче скутий невільницький світ – усе те в рисах кам'яних триває» (І. Франко) [4, с. 665]; «Статуя серед пустині стоїть розбита, поряд – голова пощерблена, і з уст її донині не стерся усміх владної гордині. Як видно, добре скульптору були ті риси знані, що пережили і руку майстра, й серце, що до зброї та гвалту прагло» (В. Мисик) [3, с. 422]; «двое ніг без тулуба стирчать, камінці,

й побіч них, в піску, — лице камінне. У стертих рисах ще лишалася печать жорстокості, страшна зневага й лють зухвала. Як добре відтворить зумів те все різьбар у брилі, що й його в віках перетривала, і серце, де палав цих пристрастей пожар» (Г. Кочур) [1, с. 56]. Влучно відтворено цей своєрідний повтор-обрамлення, його звукопис і романтичний опис статуї. Така ж *величава камінна* вона і в І. Франка, але вже без ніг і рук. У В. Мисика пропуск цих важливих означень призводить до зниження образу, знімає з нього ореол романтичності. Зате він вдало, хоча й частково, вловив і зберіг міміку обличчя (*усміх владної гордини*). «Франкова ж емоційна оцінка виразу обличчя тирана ближча до оригіналу й соціально загостреніша ампліфікацією означального речення. При цьому постраждав образ скульптора, переведений в імпліцитний план: його присутність лише відчувається в мистецькому зображенні. Г. Кочур розкрив імпліцитну характеристику обличчя тирана, хоча й пожертвував її метафористичністю, як і метонімом в образі різьбаря, еквівалентно відтвореного В. Мисиком. Еквівалентна метонімія тирана збережена в обох перекладах» [2, с. 44].

Що ж до напису на постаменті, то його початок ідентичний з авторським в усіх перекладачів, а далі дещо видозмінений близькими варіантами *king of kings*: «My name Ozymandias, king of kings: look at my works, ye mighty, and despair!» [5, с. 362] — «Я Озімандіас, цар всіх царів, — глядіть, раби, на мене і тремтіть!» (І. Франко) [4, с. 665]; «Я — Озімандія, я цар царів. А це — діла мої, тремтіть, герої!» (В. Мисик) [3, с. 422]; «Я Озімандія, я над царями цар. Дивуйтесь мені, могутні і хоробрі. Жахайтесь і тремтіть: оце мої діла!» (Г. Кочур) [1, с. 56]. «Його конотацію І. Франко розкриває антонімом *раби*, а В. Мисик — влучним контекстуальним відповідником *герої*. Оскільки еквівалент *могутні* позбавлений подібної конотації, Г. Кочурові довелося доповнити його синонімом *хоробрі*. За допомогою синонімів він найкраще передає семантику дієслова *despair*, що призвело до розширення напису» [2, с. 45].

Л. В. Коломієць говорить, що в кінцівці вже від самого початку закладено можливість її двоякого трактування: «Nothing beside remains, round the decay of that colossal wreck, boundless and bare the lone and level sands stretch far away» [5, с. 363]. — «Нічого

більш. Мертва, суха, німая пустиня грає хвилями пісків і звільна, стиха камінь заливає» (І. Франко) [4, с. 666]; «Навколо – пустка, та руїни тінь. Німі уламки статуї старої, та безконечна мертва далечінь» (В. Мисик) [3, с. 423]; «Навколо порожньо, і тільки ген під обрій пустеля смугою німих пісків лягла» (Г. Кочур) [1, с. 47]. Двозначність першого речення: «підведення підсумку опису статуї» і «все, що залишилося від неї», – збережено І. Франком. Варіанти В. Мисика й Г. Кочура досить близькі: обидва перекладачі вводять опис пустелі [2, с. 45].

Аналіз перекладів дає підстави стверджувати, що переклад І. Франка, здійснений понад століття тому, досі не застарів: його інтерпретація деяких образів навіть краща за інші. Не поступається він й інтерпретації В. Мисика. Хоча й тут є чимало творчих знахідок, все ж порушено сонетну форму зміною системи римування. «Г. Кочур зумів найбільше наблизитись до оригіналу й відтворити не тільки всі мікрообрази, а й своєрідну форму сонета. Завдяки творчому підходу всіх перекладачів, які доповнюють один одного, «Озимандія» Шеллі постає в українській поезії в усій своїй величі й красі» [2, с. 46].

### Список літератури

1. Кочур Г. П. Друге відлуння / Г. П. Кочур. – К. : Логос, 1991. – С. 46–47.
2. Коломієць Л. В. «Ozymandias» П. Б. Шеллі в контексті української поезії / Л. В. Коломієць // Теорія і практика перекладу. – К. : Вища шк., 1994. – № 20. – С. 43–46.
3. Мисик В. О. Захід і Схід / В. О. Мисик. – К. : Молодь, 1990. – С. 422–423.
4. Франко І. Я. Зібрання творів : у 50 тт. – К. : Наук. думка, 1981. – Т. 32. – С. 665–666.
5. Shelley P. B. Ozymandias / P. B. Shelley // Английская поэзия в русских переводах. – М. : Наука, 1981. – С. 362–363.
6. Thompson D. W. Ozymandias / D. W. Thompson // *Philological Quarterly*. – England : MHRA – 1937. – № 1. – P. 59–64.
7. The Norton Anthology of English Literature. – New York : W.W. Norton, 1993. – V. 2. – P. 661–691.

**Резюме**

В статье рассмотрены переводческие стратегии И. Франка, В. Мыська и Г. Кочура на материале стиха «Ozymandias» П. Б. Шелли. В результате сравнительного анализа исходного и целевого текстов сделан вывод о высоком качестве переводов.

**Summary**

The article deals with translation strategies of I. Franko, V. Mysyk and H. Kochur used in the poem «Ozymandias» by P. B. Shelley. As a result of comparative analysis of the original and target texts the researcher makes a conclusion about the high quality of the translations.

УДК 81'255.4(091)"18/19"

*Т. В. Новікова*

*Науковий керівник доцент О. А. Кальниченко*

## **ПЕРІОДИЗАЦІЯ СВІТОВОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА**

**Ключові слова:** перекладознавчий аналіз, травестія, стилістична інтерпретація, поетика перекладу.

Найневідкладнішим завданням сучасної теорії перекладу є створення історії перекладу та його теоретичної думки. Для структурування історичних фактів необхідні періодизації. Тому об'єктом даного дослідження є аналіз існуючих періодизацій історії перекладу та думок про нього. Метою – аналіз періодизацій української перекладацької традиції на тлі загальної світової еволюції практики перекладу, методик його дослідження та перекладознавчої тематики. Актуальність дослідження зумовлена потребою досконалого вивчення особливостей перекладознавчої тематики у різні історичні періоди.

Періодизації перекладу за останні півстоліття демонструють відмінність точок зору та підходів. Вони дозволяють нам сконцентрувати увагу на реальних фактах перекладу та міркуваннях

про нього, що дає можливість краще розтлумачити і проаналізувати переклади та тенденції у їх власному контексті.

Першим періодизацію перекладу через ставлення перекладача до джерельного тексту запропонував Й. В. Гете, який поетапно розрізняє три види перекладу: прозаїчний переклад, пародування, переклад, тотожний оригіналу [1]. Те, що в одну епоху вважається перекладом, в іншу може взагалі вважатися не перекладом, а чимось на зразок адаптації або переказу, близького до оригіналу [8, с. 800–816].

Дж. Стейнер [9, с. 236], беручи як фундамент погляди Гете, вибудовує власну модель. Його періодизація складається з чотирьох етапів. Перший етап називається «емпіричним». Він являє собою «добу первинних висловів та технічних приміток». Другий етап – «герменевтичний», пов'язаний з інтерпретацією тексту. На третьому етапі, який розпочинається у 1940-х роках і триває до 1970-х, з'являється машинний переклад та формальні методи. За ним логічно слідує останній, який має міждисциплінарний характер.

Адаптуючи працю британського дослідника Дж. Стейнера, Г. Авелінг поділяє історію дискурсу про переклад на чотири періоди: «традиційний», зосереджений на емпіриці (від початку нашої ери до кінця XVIII ст.); період «теорії та герменевтичного пошуку», що постав з німецького романтизму десь на початку XIX ст.; «модерний» період, коли домінував лінгвістичний підхід (більша частина XX ст.); та сучасний період «перекладознавства» (Translation Studies), який триває від публікації книжки Стейнера [7].

Як пов'язані між собою періодизації світового та українського перекладознавства? Історія українського перекладознавства також перебуває у стадії розробки, не опрацьовано навіть критеріїв її дослідження [3, с. 109]. Існує декілька коротких оглядів розвитку вітчизняної перекладацької традиції (М. Зерова, Г. Майфета, О. Фінкеля, Г. Кочура, І. Корунця, М. Москаленка, Р. Зорівчак, В. Коптілова та перекладацької думки Т. Шмігера).

Концепція М. Зерова була значним досягненням у вивченні перекладознавства в Україні. Усвідомлюючи літературний процес як єдність оригінального та перекладеного, Зеров виділяє в ньому три періоди: доба трагедій, переспівів та власне перекладів. В основу такої класифікації покладено характеристику поетич-

ного стилю та особистості перекладача [5]. Позиція Кочура щодо окремих етапів аналогічна. Для нього також служить вихідною точкою поетика Котляревського. Зниження тону перекладних творів він пояснює недосконалістю тогочасної літературної мови. Травестування практикували Гулак-Артемівський, Гребінка, Руданський, Ніщинський, представники харківської групи романтиків у пошевченківську добу. На третьому етапі переклад долає обмеженість травестування та збагачується лексичними та ритмічними можливостями [2, с. 92].

Під кінець XIX ст. переклад сягнув високого рівня розвитку, було визначено критерії якості перекладу. Найбільший внесок в удосконалення перекладу зробив Франко, який на основі досягнень західноєвропейської школи літературознавства розробив власну перекладознавчу концепцію, близьку до українських традицій, методика перекладознавчого аналізу в межах стилістичної інтерпретації [6, с. 12].

Т. Шмігер виокремлює чотири етапи розвитку українського перекладознавства в Україні. Період від початку XX ст. до Першої світової війни – критико-теоретичний. Закладаються основи теорії перекладу, формується терміносистема та перекладознавчий аналіз в межах літературознавства. Як зазначає Г. Кочур, у розвитку перекладознавства до Першої світової війни найбільше прислужилися П. Куліш, М. Старицький, І. Франко, І. Пулюй, І. Нечуй-Левицький, О. Бачинський, Л. Українка та група перекладачів, що ґрунтувалася навколо неї [2, с. 92]. У 1910 році склалася неформальна група з п'ятьох поетів (Микола Зеров, Павло Филипович, Михайло Драй-Хмара, Максим Рильський, Освальд Бургардт), так званих «неокласиків». За класифікацією Шмігера, другий період між двома світовими війнами є надзвичайно важливим для становлення перекладознавства в Україні. У 1920-х роках історія перекладознавства відокремилася як окрема галузь перекладознавчих студій, проводилися ґрунтовні дослідження, опрацьовувалися теоретичні факти, на основі яких робилися висновки. Змінювалася перекладацька стратегія античних творів, бо тогочасний читач, позбавлений відповідного світогляду та асоціацій, не розумів авторських настанов [4, с. 110]. Науковці намагалися визначити, які давні переклади можна рекомендувати сучасному читачеві, яке місце посадає перекладна література

в цільовій культурі, як розвиваються мовні засоби шляхом перекладу. Уперше був ґрунтовно досліджений науково-технічний переклад, автопереклад, уведено поняття перекладацької множинності [6, с. 13]. У невеликих статтях-рецензіях привносяться нові методи, спроби оцінок. Західноукраїнські науковці обмінювалися досвідом зі своїми колегами зі Східної України, тому їх дослідження відрізнялися лише тематикою. Незважаючи на спад перекладацької діяльності за останні 7–8 років перед Вітчизняною війною з'являються нові публікації, нові імена [2, с. 96]. За словами Кочура, Сталінські репресії, воєнні умови та повоєнні ідеологічні чистки звели нанівець здобутки попередніх епох. Проте від середини 1950-х років відбуваються якісні зміни: зароджується мовознавчий підхід, розширюється тематика досліджень, перекладацькі лави поповнюються представниками молодшого покоління [2, с. 96]. Такі зміни прискорила лінгвостилістика, контрастивістика, психолінгвістика, етнолінгвістика, соціокультурологія. Період від кінця 1940-х рр. до початку 1970-х Шмігер пов'язує зі становленням українського перекладознавства у всесоюзному контексті. В останній чверті ХХ ст. перекладознавство стає міждисциплінарною наукою з широким полем дослідження [6, с. 11].

Отже, українське перекладознавство розвивається в руслі європейської традиції. Його періодизація дозволяє ефективно структурувати українську традицію перекладу та думки про переклад у комплексі.

Перспективи подальшого дослідження бачимо в продовженні опису розвитку української перекладацької традиції та перекладознавства.

#### Список літератури

1. Гете Й. В. Переводы // Западно-восточный диван / Й. В. Гете. – М. : Наука, 1988. – С. 324–329.
2. Кочур Г. П. Здобутки й перспективи / Г. П. Кочур // Всесвіт. – 1968. – № 1. – С. 92–97.
3. Коломієць Л. В. Еволюція напрямів в англо-українському поетичному перекладі кінця ХІХ – початку ХХ століття : автореф. дис. ... / Л. В. Коломієць ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2006. – 41 с.
4. Шмігер Т. В. Забутими сторінками українського перекладознавства 1920-х років / Т. В. Шмігер // Григорій Кочур у контексті української

культури 2-ї половини ХХ віку : матеріали Всеукр. наук. конф. (Львів, 14–15 жовт. 2005 р.) / ЛНУ ім. І. Франка. – Львів : Видавн. Центр ЛНУ ім. І. Франка, 2007. – С. 109–115.

5. Шмігер Т. В. Перекладознавчий доробок Миколи Зерова / Т. В. Шмігер // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. інозем. мови. – 2005. – Вип. 12. – С. 289–296.

6. Шмігер Т. В. Історія українського перекладознавства 20 сторіччя: ключові проблеми та періодизація : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.03 / Т. В. Шмігер ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2008. – 20 с.

7. Aveling H. A Short History of Western Translation Theory / H. Aveling // Text, 2004. – Vol. 8. – No 1. – Web-site: <http://www.textjournal.com.au/textindx.htm>

8. Venuti L. Translation, History, Narrative / L. Venuti // Meta. – Vol. 5. – № 3. – P. 800–816.

9. Steiner G. After Babel: Aspects of Language and Translation / G. Steiner. – London, Oxford and New York : Oxford University Press, 1975.

### Резюме

В современных исследованиях вызревает необходимость комплексного изучения истории перевода. Существующие периодизации мирового и украинского переводоведения структурируют теоретические факты, демонстрируют различие точек зрения и подходов. Свой вклад в осмысление истории переводоведения внесли Й. Гете, Д. Стайнер, Г. Авелинг, Е. Честерман; изучением украинской переводоведческой традиции занимались Н. Зеров, Г. Кочур, Т. Шмигер и другие.

### Summary

Complex study of translation history has become essential part in modern research. The existent world's and Ukrainian periodizations arrange theoretical facts, show difference in viewpoints and approaches. Goethe, G. Steiner, H. Aveling and A. Chesterman made an outstanding contribution to exploration history of Translation Studies. The research within the framework of Ukrainian academic tradition was performed by scholars M. Zerov, H. Kochur, T. Shmiger and others.

*И. О. Панюта*

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

## ПОНЯТИЕ ЯЗЫКОВОГО ЭТИКЕТА

**Ключевые слова:** этикет, эталон вежливости, межкультурная коммуникация, этикетизация, правила хорошего тона, тактичность.

Целью данной статьи является определение понятия «этикет» как важнейшей составляющей межкультурной коммуникации. В статье рассматривается, в частности, речевой этикет и его характерные особенности.

Этикет – в широком понимании – тесно связан с этнокультурными факторами (традициями, обычаями, обрядами народов). Этикет представляет собой важный фактор культуры, специфический регулятор общественных отношений. Дефиниция понятия «этикет», которое происходит от французского «*etiquette*», означает порядок, правила и формы поведения в определенных социальных кругах. В словаре Concise Oxford Thesaurus дается такое определение понятию «*etiquette*»: *etiquette* – the formal rules of proper social behaviour: medical/professional etiquette. >CULTURAL NOTE: in Britain the rules of social behaviour are not as severe as they were in the past, but there are still many rules about formal behaviour in upper class society. People who move up in society look at etiquette books to learn how they are expected to behave [8].

История этикета как общественного явления начинается со времен древнего Египта, Греции, Китая, Японии. В Европе родиной этикета считается Италия эпохи Ренессанса, хотя собственно слово этикет – в узком смысле – для обозначения правил поведения при дворе, начали употреблять во Франции XVII века при короле Людовике XIV. Приглашенным на королевские балы раздавали специальные небольшие карточки, в которых указывались правила поведения, которых было необходимо придерживаться [5, с. 56].

В западноевропейских языках эталон вежливости сложился

в средние века на основе рыцарской культуры, глубоко проник в языковое сознание народов, а в Новое время поддерживается развитием демократических форм общения. Основные черты вежливого эталона во многом сохранились до настоящего времени. Разные аспекты этикета привлекали внимание ряда исследователей, среди которых – В. Е. Гольдин, М. П. Фабиан, Э. Пост.

В лингвистике под этикетом понимается «микросистема национально-специфических вербальных единиц, принятых и предписываемых обществом для установления контакта собеседников, поддержания общения в желательной тональности соответственно правилам речевого поведения». Примером лингвистического изучения этикета является исследование, в котором рассматриваются формулы речевого этикета: обращение, привлечение внимания, приветствие, прощание, знакомство, извинение, благодарность, поздравление и пожелание, утешение, сочувствие, соболезнование, просьба, приглашение, совет, комплимент, одобрение [6, с. 73].

Этикет – важная составляющая межкультурной коммуникации, которая играет существенную роль в общении коммуникантов в определенном контексте и социальном окружении. Таким образом, исследования дискурсивной реализации разнообразных этикетных ситуаций становятся актуальными. Этикет связан с такими понятиями, как вежливость, корректность, тактичность, воспитанность, интеллигентность, уважение, правила хорошего тона [3, с. 78].

Этикет – это совокупность правил поведения, касающихся отношения к людям (обхождение с окружающими, формы обращения и приветствий, поведение в общественных местах, манеры и одежда). Действительно, этикет выражается в самых разных сторонах нашего поведения. Например, этикетное значение могут иметь разнообразные движения человека, позы и положения, которые он принимает. В этикетных целях мы используем предметы (приподнятая шляпа, преподнесенные цветы), особенности одежды (выбор праздничной, траурной или будничной одежды хорошо показывает, как мы понимаем обстановку, как относимся к другим участникам общения). Самую важную роль в этикетном выражении отношений к людям играет наша речь.

С помощью слов можно рассказать решительно обо всем. Нет в мире таких явлений, которые были бы нам не известны и о которых в то же время нельзя было бы поведать на языке.

Этикет как стандартное официальное поведение людей является специфическим способом выражения социального статуса человека. Этикет включает вербальные и невербальные средства выражения и проявляется в поведенческом и нормативном аспектах. Этикет как норма представляет собой преломление культурных ценностей общества в правилах хорошего тона. Этикетные правила определяют этикетное пространство в виде требуемых и запрещаемых форм поведения и характеризуют степень допустимых отклонений от канонических норм [2, с. 73].

В англоязычной культуре понятие этикета включает в себя вежливость, которая является основным средством его проявления. Вежливость в англоязычной культуре связывается с понятием сохранения «лица» индивидуума — человека с культурно обусловленным позитивным общественным имиджем — *public self-image*. П. Браун и С. Левинсон расширили понятие «лица» и предложили термины «позитивное лицо» — для определения общественного имиджа и «негативное лицо», касающееся предоставления свободы действий. В целом, этикет является более широким и всеохватывающим понятием, чем вежливость [7, р. 130].

Этикет касается не только этнокультурных факторов, а также социальных и профессиональных факторов. Термин «этикетизация» встречаем у Г. Г. Почепцова, который считает, что этикетизация — это «внимание к другому», то есть этикетизация в некоторой степени перекликается с понятием тактичности (забота о чувствах адресата) [4, с. 158].

Этикетное общение играет большую роль в жизни каждого человека. Этикетная информация в начале общения, в момент организации коллектива, когда устанавливается его структура, определяются типы отношений между его членами. Но она необходима и в последующем общении. Поток этикетной информации практически непрерывен. Человек не может действовать в обществе, не имея постоянных сведений о том, совпадают ли его представления о распределении ролей между членами коллектива с соответствующими представлениями других участников общения. Если общение сводится лишь к одним этикетным

действиям и имеет характер ритуала, оно является общением этикетным [1, с. 36].

Чем больше общение приближается по своему характеру к этикетному, тем сильнее влияет оно на выбор темы. Вежливость в тех случаях, когда она выступает в качестве главного регулятора содержания речи, то есть в этикетных ситуациях, требует, чтобы человек максимально учитывал позиции своего собеседника: говорил в основном о том, что понятно и близко партнеру, избегал неприятных ему тем. Способов передавать в речи этикетные значения – невероятно много. Каждый раз, когда мы выбираем, что сказать и как сказать, мы обязательно учитываем то, с кем и в какой обстановке говорим. Поэтому речи, не имеющие никакого отношения к этикету, пожалуй, вообще не бывает. Если в языке выработалось несколько стилей (книжная речь, разговорная, научный стиль, деловой и т. д.) и есть различие в речи отдельных общественных групп (речь образованных людей и не образованных, литературная и диалектная, речь молодых и немолодых и т. д.), то уже сам выбор типа речи оказывается этикетным знаком, выражает отношение к слушателю или к тому, кого мы упоминаем.

Итак, этикет – глобальное явление культурного и социального плана. Вместе с глобальностью важной чертой этикета является культурная специфичность, а именно особенности поведения, которые вытекают из особенностей менталитета.

#### Список литературы

1. Беляева Е. И. Принцип вежливости в речевом общении / Е. И. Беляева // Иностр. языки в шк. – 1985. – № 2 – С. 34–39.
2. Ильченко О. М. Этикет англоязычного научного дискурса / О. М. Ильченко. – К. : Политехника, 2000. – С. 68–99.
3. Казарцева О. М. Культура речевого общения: теория и практика общения : учеб. пособие / О. М. Казарцева. – 4-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2001. – 496 с.
4. Почепцов Г. Г. Коммуникативные аспекты семантики / Г. Г. Почепцов. – К. : КГУ, 1989. – 236 с.
5. Рыжова Л. П. Речевой этикет и языковая норма / Л. П. Рыжова // Языковое общение: единицы и регулятивы. – Калинин, 1987. – С. 51–58.
6. Шмелева Т. В. Кодекс речевого поведения / Т. В. Шмелева // Рус. язык за рубежом. – 1983. – № 1. – С. 72–77.

7. Brown P. Politeness: Some universals in Language use / P. Brown, S. Levinson. — London, New York etc. : Cambridge University Press, 1987. — 345 p.

8. Concise Oxford Thesaurus (электронный англо-английский словарь ; компания Paragon Software Group, версия 2007).

### **Резюме**

Етикет — важливий чинник культури, що регулює суспільні відносини. Етикет відіграє значну роль у спілкуванні комунікантів. В англомовній культурі складовою етикету є ввічливість — основний засіб його прояву. Характерною ознакою етикету є культурна специфічність, а саме особливості поведінки, які впливають з особливостей менталітету.

### **Summary**

Etiquette is a very important factor of any culture, it regulates social relations. Etiquette includes politeness in English culture. The main characteristic feature of etiquette lies in the cultural specificity, especially in peculiarities of behaviour, resulting from the features of mentality.

УДК 821.111(73)-22Сароян

*О. Н. Полякова*

*Научный руководитель канд. филол. наук Т. М. Тимошенкова*

## **ГРУСТНЫЕ КОМЕДИИ УИЛЬЯМА САРОЯНА**

**Ключевые слова:** новелла, юмор, ирония, гуманизм, комический эффект, экспрессивные и изобразительные стилистические средства.

Объектом исследования в данной статье является короткий рассказ Уильяма Сарояна — жанр, в котором наиболее ярко проявились особенности человеческой и гражданской позиции и художественного почерка американского автора.

Целью исследования является анализ особенностей новеллистики У. Сарояна как комедиографа, обладающего неповторимой художественной манерой создания грустных комедий.

Уильям Сароян (William Saroyan) (1908—1981), известный американский прозаик и драматург, написал более полутора

тысяч рассказов, двенадцать пьес и около десяти романов. К числу лучших его произведений относятся повесть «The Human Comedy» (1942), частично автобиографическая; романы «Adventures of Wesley Jackson» (1946) и «Mama I Love You» (1956). За пьесу «The Time of Your Life» Сароян удостоился Пулитцеровской премии [1]. Но именно короткие рассказы с их незабываемыми образами и неординарным взглядом на нелегкие времена, в которые довелось жить писателю, стали наиболее популярными среди читателей.

Характер творчества Уильяма Сарояна определила «великая депрессия» 30-х годов XX века в США. В американской литературе того времени господствовала трагичная, обличительная тональность. В рассказах Сарояна, несмотря на драматичность описываемых событий, находится место для доброго юмора [2, с. 43].

Героями его произведений всегда были простые и не очень счастливые люди, о которых он писал с теплотой, состраданием и надеждой на лучшее. Лучшие новеллы Уильяма Сарояна стоят в одном ряду с произведениями прославленных мастеров, сочетая в себе демократическую направленность и своеобразие художественного видения. Этим и объясняется их популярность.

Каждая новелла Сарояна – это небольшое по объему произведение, характеризующееся следующими особенностями:

- сюжет всегда неординарен;
- образы персонажей часто наделены гротескными чертами, хотя очевидно, что эти персонажи взяты автором из его жизни;
- количество отрицательных героев, которых автор однозначно осуждает, очень невелико;
- для всех произведений У. Сарояна характерны: гуманистическая направленность, подлинное сочувствие к простым людям и искреннее участие к их нелегким судьбам; широкое использование всех оттенков иронии.

Юмор Сарояна отличается почти полным отсутствием ядовитых, саркастических ноток. Юмор – одно из важнейших средств в художественной системе Сарояна, призванных передать его веру в доброе человеческое начало. Именно юмор придает многим его рассказам задушевность, радостный настрой, служащий выражением искреннего оптимизма писателя [2, с. 54].

Средства достижения комического эффекта в новеллах Уильяма Сарояна разнообразны. Прежде всего, они создаются

за счет комизма ситуаций, в которых оказываются герои, и за счет поведения самих героев.

Случайно очутившись на митинге забастовщиков, когда его разгоняла полиция, юноша успел заметить, что попал в кадр кинохроники, и вот он уже пишет голливудской звезде Грете Гарбо, прося непременно посмотреть ролик и подыскать ему роль в очередной ее картине, ведь для кино он просто создан. («Dear Greta Garbo») [2, с. 53].

В рассказе «Jim Pemberton and His Boy Trigger» влюбленный пытается пленить сердце своей дамы небылицами о его героических подвигах на войне. Однако его сын случайно проговаривается, что отец даже не был в армии. Обман вскрывается. Хвастун разоблачен и в припадке гнева кричит сыну: «You told Mrs. Sheridan I never killed anybody in my life and now she don't want to see me any more» [4, p. 180].

Сароян писал о людях разных профессий (учителя, писатели, актеры, торговцы, полицейские, врачи и т. д.), о представителях разных национальностей (американцы, филиппинцы, итальянцы, армяне и др.). Соответственно, речь персонажей в каждой новелле имеет особый колорит, который не всегда легко передать при переводе.

- **Сленг:**

«I'm Sheriff of this whole God damn county, and I don't want no boy of ten giving me that kind of sass» («Three, Four, Shut the Door») [4, p. 156];

- **нарушения в лексике и грамматике**, характерные для иностранцев, как в речи мистера Косака («The Man with the Heart in the Highlands»):

«I don't know nothing about nothing...» [4, p. 75];

«Why don't your Pa go out and get a job?» [4, p. 76].

Важная роль в создании комического эффекта в коротких рассказах Уильяма Сарояна принадлежит разнообразным стилистическим средствам.

- **Нарочито серьезный тон** описания комических ситуаций:

«With her back to me I could admire her, and there are women who are lovely from this point of view and unbearable from any other» («A Curved Line») [3, с. 555];

- **парадокс:**

«...he had never neglected his wife, though he had very likely neglected his son, believing at the back of his mind that to neglect a son was the proper way for a father not to neglect him.» («The Cocktail Party») [4, p. 308];

- **ирония:**

«Then, for some crazy reason, as if perhaps the tradition of pants had been handed down from one generation to another, my uncle was deeply moved and shook my hand, turning pale with joy and admiration...» («Corduroy Pants») [4, p. 103–104].

Разнообразные экспрессивные и образные стилистические средства, реализуют или усиливают комический эффект.

- **Сравнение:**

«I walked through the fog to the city, my heart following me like a big patient dog» («The Faraway Night») [4, p. 242];

- **метафора:**

«That poor love affair got nowhere. It just came to a dead halt and froze right there in the middle of nowhere» («One of the Least Famous of the Great Love Affairs in History») [4, p. 150];

- **эпитет:**

«The teacher was a hairy-faced, gray-and-brown-looking woman...» («The Failure of Friends») [4, p. 333–334];

- **эвфемизм:**

«I'm afraid you're letting your imagination get the best of you» («Jim Pemberton and His Boy Trigger») [4, p. 185];

- **перифраз:**

«I'm talking about Jim Pemberton, The Lone Wolf of Kings County, The Terror of Thieves and Pickpockets, The Protector of Children and Innocent Girls...» («Jim Pemberton and His Boy Trigger») [4, p. 187];

- **оксюморон:**

«It was the ugliest and loveliest city I have ever seen» («Noonday Dark Enfolding Texas») [4, p. 133];

- **окказионализмы:**

«Then a woman of considerable unattractiveness appeared from somewhere...» («A Time of Genius») [4, p. 220];

- **зевгма:**

«...this same man, *in pants*, and in the world, was usually a gay and easy-going sort of fellow...» («Corduroy Pants») [4, p. 101];

- **олицетворение:**

«...there love affair stepped in, stepped out, closed the door behind it, and said, O.K., sister, you go your way and I'll go mine» («One of the Least Famous of the Great Love Affairs in History») [3, c. 556];

- **литота:**

«I had hoped that among my friends ... there would have been a number to remember ... my not inconsiderable fame during the semester...» («The Failure of Friends») [4, p. 332].

Комический эффект коротких рассказов Уильяма Сарояна создается за счет ограниченного единства содержания и формы. Юмор Сарояна всегда окрашен печальной ноткой. Его рассказы вызывают не смех, а грустную улыбку. Они проникнуты подлинным состраданием к человеческим горестям, сочувствием к человеческим слабостям, к одиночеству человека в холодном равнодушном мире, где мерилom человеческой ценности является материальное преуспевание.

### Список литературы

1. Вердян И. Часть его сердца – в Ереване [Электронный ресурс] / Иосиф Вердян // Ноев Ковчег, 2000. – 20–26 дек. (№ 51). – Режим доступа : <http://www.armenianhouse.org>. – Загл. с экрана.

2. Зверев А. М. Грустный солнечный мир Сарояна / А. М. Зверев. – Ереван : Советакан грох, 1982. – 200 с.

3. Тимошенкова Т. М. Смех и слезы Уильяма Сарояна / Т. М. Тимошенкова // Вчені зап. ХГУ «НУА», 2002. – Т. 8. – С. 548–557.

4. Saroyan W. Selected Short Stories / W. Saroyan. – Moscow : Progress Publishers, 1975. – 464 p.

### Резюме

У статті розглядаються короткі оповідання В. Сарояна: особливості змісту (як правило, драматичні події в житті героїв); авторська позиція (справжній гуманізм, щире співчуття людським прикрошам); тональність оповіді (сміх і сум); художня манера (розмаїття стилістичних засобів).

**Summary**

The article deals with William Saroyan's short stories: the peculiarities of their plot (as a rule, dramatic events in the life of his characters); the author's standpoint (true humanism, a sincere compassion for people's troubles); the narration tone (laughter mixed with sadness); literary manner (wealth of stylistic devices).

УДК 81'255.4

*М. А. Садчикова*

*Научный руководитель доцент А. А. Кальниченко*

**РОЛЬ ПСЕВДОПЕРЕВОДА В ИСТОРИИ КУЛЬТУРЫ**

**Ключевые слова:** псевдоперевод, принимающая культура, полисистема, литературная система.

Статья посвящена проблеме исследования явления псевдоперевода, под которым понимается перевод, статус которого является сомнительным, а также изучению значения псевдоперевода в истории культуры.

Объектом данной статьи являются функции псевдоперевода. Цель исследования – рассмотреть взгляды ученых на явление псевдоперевода и его роль в истории культуры.

В последнее время интерес к явлению псевдоперевода растет. Впервые на явление псевдоперевода, как на проблему теории перевода, обратил внимание Антон Попович в 1976 году, назвав его фиктивным переводом [5]. Г. Тури отметил необходимость исследования псевдоперевода как объекта переводоведения. Он аргументирует свою точку зрения тем, что псевдоперевод не только представляется как истинный перевод, но и воспринимается читательской аудиторией также как истинный перевод. Это значит, что создателю псевдоперевода удастся сделать текст таким, который бы отвечал ожиданиям и представлениям об истинном переводе, существующим в момент создания текста в рамках конкретной целевой культуры. Для этого автор, образно говоря, «надевает маску» на текст, в котором все должны узнать настоящий перевод [6].

Мы можем дать более или менее точное определение псевдопереводу исходя из определений первичного и вторичного текстов. Истинный перевод — это разновидность вторичного текста. Это значит, что он должен основываться на первичном тексте, то есть иметь текст оригинала. Он должен быть создан в результате перекодирования исходного текста средствами переводимого языка. Таким образом, псевдоперевод — это первичный текст, который представлен автором как перевод, то есть вторичный текст. У псевдоперевода нет оригинала. Или же может быть наоборот. Псевдопереводом называют перевод, представленный переводчиком как текст оригинала, то есть вторичный текст представляется как первичный.

Текст может быть распознан как фиктивный только после того, как маска перевода снята. Она может быть снята либо самим автором, либо другими. В первом случае маска снимается тогда, когда автор достиг своей цели. Например, как сделал Гораций Уолпол в своем произведении *Замок Отранто* (*The Castle of Otranto*) (XVIII в.). Во втором случае автор считает целесообразным скрывать свое авторство всегда, и тогда псевдоперевод может быть выявлен только после детального исследования. Здесь примером могут служить *Сочинения Оссiana, сына Фингала* (*The Works of Ossian, the Son of Fingal*), (1765), написанные Джеймсом Макферсоном [1].

Согласно определению Г. Тури, перевод — это то, что в данном обществе на данный момент времени воспринимается как перевод. Исходя из этого определения, мы можем рассмотреть псевдоперевод как перевод, поскольку он на определенном этапе и в определенном обществе принимается как перевод. Перевод имеет свое культурное значение, поскольку он является текстом в определенном языке и заполняет определенную нишу в соответствующей культуре или ее сегменте. Перевод отображает в этом языке или культуре другие язык или культуру, а также текст, существующий уже на другом языке, принадлежащий к другой культуре и, соответственно, занимающий в той культуре определенное место [4].

Таким образом, псевдоперевод, прежде всего, способствует развитию литературы как составляющей культурной системы. Благодаря переводам у множества народов формировались и развивались их языки, литература и соответственно культура. Итамар

Евен-Зохар [3] отмечает, что, несмотря на то что историки культуры признают значительную роль перевода в становлении национальных культур, пока что эта отрасль исследована недостаточно. Переводная литература — это часть литературной полисистемы. Она может находиться в центре полисистемы, на ее периферии или в любой части системы, или же может быть даже разделенной между несколькими системами. По мнению Евена-Зохара, переводная литература занимает центральное положение в том случае, если она носит новаторский характер, и тогда она принимает активное участие в важных событиях истории принимающей литературы. Переводная литература занимает центральное положение, если принимающая литература: 1) еще молода и находится в процессе становления; 2) «слабая» и/или периферийная; 3) переживает кризис [2]. Исследователи полисистемной школы считают перевод одной из подсистем литературной системы культуры перевода. При этом исследовались не только истинные переводы, но и псевдопереводы — как тексты оригиналов определенной культуры, которые были замаскированы под перевод.

Г. Тури рассматривал роль псевдоперевода. Он обратил внимание на псевдоперевод как на возможность для автора внедрить свое «новаторское» произведение в строгую принимающую культурную систему. Каждая культурная система подвергается некоторым изменениям. Культура, в которой не наблюдается изменений в течение значительного периода времени, может просто стать несущественной и устаревшей. В то же время культурным системам свойственно сопротивляться радикальным изменениям. Если в культуру пытаются внедрить новшество, то культурная система вероятнее всего откажется от него, чтобы сохранить то, что уже было достигнуто в культуре. Тури выделяет инновацию и консерватизм, которые становятся двумя противоборствующими силами в культурной динамике. Но все-таки он пишет, что новшества могут занять свое место среди того культурного репертуара, который дошел до настоящего времени, при условии, что они будут представлены под маской, то есть будут соответствовать укоренившемуся репертуару в рамках данной культуры. Благодаря эффективности этой маскировки, сама принимающая культура подвергается изменениям и ее культурный репертуар изменяется. Инновации, введенные таким

образом, могут быть незамеченными массами людей. Культура гораздо чаще одобряет переводы, отклоняющиеся от устоявшихся моделей, нежели сами оригинальные произведения, отклоняющиеся от нормы. Подобную маскировку часто использовали, чтобы предложить новые модели в консервативную литературную систему, которая не принимала нововведения. Таким образом, благодаря псевдопереводу снижается сопротивление инновациям, которые его произведение может содержать [6].

Переводы часто используются для того, чтобы бросить вызов доминирующей поэтике определенного периода и определенной системы, особенно при условии, что альтернативная поэтика не может воспользоваться собственными произведениями для достижения этой цели, потому что эти произведения еще не написаны. В таком случае, когда господствующая поэтика является очень стойкой, то оригиналы выдают за переводы (например, *Сочинения Оссиана, сына Фингала* Дж. Макферсона) [3].

Под маской псевдоперевода автор может внедрить в принимающую культурную систему произведение, новаторское по своей форме. Жанры и формы, возникшие давно в данной принимающей культуре, обладают живучестью, в отличие от жанров и форм, которые только создаются (например, готическая повесть Горация Уолпола «Замок Отранто», где соединены черты средневекового и современного романов).

Псевдоперевод помогает автору внедрить в принимающую культуру его произведение, которое является новым в отношении содержания. В некоторых принимающих культурах могут быть свои запретные тематики, вследствие существования различных идеологий.

Несмотря на огромную роль для культуры, которую псевдопереводы играют на протяжении истории, и их связь с истинными переводами с точки зрения занимаемого ими места в культуре, явление псевдоперевода все еще остается недостаточно исследованным в истории перевода.

Перспективой исследования может стать более детальное изучение этого явления.

## Список литературы

1. Левин Ю. Д. «Поэмы Оссиана» Джеймса Макферсона / Ю. Д. Левин // Джеймс Макферсон. Поэмы Оссиана. – Л. : Наука. – 1983.
2. Even-Zohar I. Polysystem Studies / I. Even-Zohar // Poetics Today. – 1990. – Vol. 11. – № 1.
3. Even-Zohar Itamar / The Position of Translated Literature within the Literary Polysystem / Itamar Even-Zohar // Poetics Today, #11, 1990. – P. 45–51.
4. Lefevere A. Literature, Comparative and Translated / A. Lefevere // Babel, #2. – 1983. – P. 70–75.
5. Popovic A. Dictionary for the Analysis of Literary Translation / A. Popovic. – Edmonton : University of Alberta, 1976.
6. Toury G. Enhancing Cultural Changes By Means of Fictitious Translations / G. Toury ; E. Hung (ed.) // Translation and Cultural Change : Studies in History, Norms and Image-projection. – Amsterdam and Philadelphia : John Benlamins, 2005. – P. 3–17.

**Резюме**

У статті розглядається явище псевдоперекладу як перекладознавчої проблеми, випадки його використання, місце серед літературної системи, роль псевдоперекладу в історії культури.

**Summary**

The article deals with the phenomenon of pseudo-translation as a problem of Translation Studies, the cases of its using, its position in the literary system, its role in the cultural history.

УДК 82-344

*А. Ю. Тимошадченко*

*Научный руководитель канд. филол. наук Т. М. Тимошенкова*

**ЛИТЕРАТУРНАЯ СКАЗКА КАК ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН**

**Ключевые слова:** фантастика, фэнтези, литературная сказка, легенда, эпическое сказание, миф, жанр, художественно-образная система.

*Объект* исследования в данной статье – литературная сказка как жанр фантастической литературы в контексте современного художественного творчества.

*Целью* исследования является попытка проследить возникновение литературной сказки, ее взаимодействие с другими жанрами и разновидностями фантастической литературы и черты, определяющие ее жанровую специфику.

Жанровая природа «фэнтези» восходит к миру средневековых легенд, эпических сказаний и мифов. Само слово «фэнтези» в переводе с английского обозначает фантазию, вымысел, сказку. Появлению этого специфического жанра в литературе XX века способствовал ряд тенденций развития западной цивилизации. В числе основных моментов был спор о человеке и человеческой природе [1, с. 46].

Вульгарный материализм, позитивизм и другие сайентологические философские концепции рассматривали человека в основном только как объект приложения внешних обстоятельств, т. е. природного и социального факторов. Идея научно-технического прогресса на рубеже веков воспринималась как абсолютная универсалия развития, в которой собственно человеку отводилось второстепенное место. Совершенствование науки и техники из средства постепенно становилось целью прогресса. Тенденцию отчуждения человека от результата в процессе общественного производства отмечал еще молодой Карл Маркс. Подобная роль для человека не могла не вызвать протеста. Именно так прозвучали выступления различных философов и мыслителей (немца Фридриха Ницше, француза Анри Бергсона, русского Владимира Соловьева и др.), подчеркивающие уникальность человека и недопустимость пренебрежения его феноменальностью. Они были предтечами философии человека, утвердившейся в нашем столетии [2, с. 86].

В литературе человек всегда был основным предметом внимания. Поэтому не случаен всплеск интереса к внутренней жизни человеческой души в различных литературных направлениях и течениях начала XX века. Однако раскрытие свойств и качеств отчужденного индивида европейской цивилизации отнюдь не являло на всеобщее обозрение идеального образца. Скорее это был кафкианский мирок духовной скудости. «Естественный

человек» уже давно отошел в область преданий и был достаточно мифологизирован еще в эпоху романтизма. Научная фантастика в качестве основного конфликта времени выдвинула столкновение человека с машиной и анализировала последствия технического прогресса. Для творцов же «фэнтези» спасение души от машинной цивилизации виделось в обращении к целостному, гармоническому миру, соединявшему в себе нераздельное единство человека с природой. Так, внешне неожиданно, возникла сказка как путь к цельности человеческого бытия. В прагматический век с приземленными целями она давала возможность показать все лучшее, в том числе и идеальное в человеке [1, с. 43].

Сказка – очень распространенный жанр народно-поэтического творчества. На земном шаре нет ни одного народа, который бы не создал своего сказочного эпоса. Сказки разных народов мира имеют много сходных элементов – как в идейном и содержательном, так и в художественно-образном отношении. Это сходство сказок объясняется, прежде всего, тем, что разные народы на протяжении своей истории переживали одинаковые общественно-экономические эпохи, которые содействовали возникновению подобной сказочной традиции. Сказались на этом и многовековые культурные связи между народами [7, с. 33].

Безусловно, в ходе своего развития сказка значительно видоизменилась, изменились ее функции. Если первоначально она выполнялась с магически-заклинательной целью (привлечь удачу на охоте, сохранить от врагов, обеспечить победу в битве и т. п.), то со временем, утратив ритуальное назначение, сказка приобретает исключительно эстетический, реже – нравоучительно-дидактический, развлекательный характер. Изменяется и отношение человека к сказочному рассказу – он уже не воспринимается с точки зрения его сакральности, веры в магическую силу сказанного слова, заговор естественных явлений и духов. Необыкновенные события, герои и явления избавляются от магического трактования [9].

Существуют два вида сказок – народная и литературная. Литературная сказка есть детище сказки народной, от которой она происходит. С развитием литературы можем наблюдать и обратный процесс: первооснова – народная сказка – тоже ощущает на себе плодотворное влияние своего талантливой детища [8, с. 67].

Существует классификация сказок, исходящая из тематического критерия, при котором различаются: а) сказки о животных; б) фантастическо-приключенческие (героические или фантастические, волшебные); в) социально-бытовые. Эта классификация, конечно, является условной, так как сказки названных групп часто переплетаются между собою как своим содержанием, так и художественно-образной системой [9, с. 17].

Мир фантазии изначально возникал как параллельный обыденному бытию человечества. Так появились Среднеземье Толкиена, Нарния Клайва Льюиса, Земноморье Урсулы Ле Гуин... Обитатели этих миров или человек, в них попадающий, оказываются в предельно сложных ситуациях, требующих не только совершения мужественных действий и героических поступков, но, прежде всего, жесткого нравственного выбора. В этих книгах было возможно все: волшебники, драконы, магические кольца, оборотни и ведьмы, коридоры во времени и пространстве, т. е. весь арсенал волшебных сказок и древних легенд. Однако при всем полете воображения в этом трансформированном мифе неизменным было одно — человек должен оставаться самим собой. Более того, нравственная ситуация всегда требовала от героя мобилизации его лучших духовных качеств. Она была своеобразным экзаменом на звание Человека. Как и в старых сказках, добро побеждало, но одерживало верх именно как добро, без малейших уступок и компромиссов. Даже самая благородная цель здесь не оправдывала безнравственных средств. Основная задача «фэнтези» состояла в утверждении гармонии внутри человека, в победе над самим собой [6, с. 183].

Исследование жанра литературной сказки имеет многолетнюю традицию в отечественной и зарубежной филологии (Е. А. Анатольева, Л. Ю. Брауде, О. Ю. Кириллова, Т. Г. Леонова, М. Н. Липовецкий, И. П. Лупанова, Л. В. Овчинникова, Л. П. Прохорова, F. Apel, G. Naas, V. Klotz, M. Luthi, B. Rank и др.). Литературная сказка является одним из самых трудно поддающихся определению и классификации жанров. Причина этому — его парадоксальность. Тяготея к народному образцу, авторская сказка противоречит ему и отталкивается от него. Это противоречие заложено в самом термине «литературная сказка». С одной стороны, он заставляет нас вспомнить о латинском «*littera*» — буква, письмо.

Слово же «сказка» происходит от «сказывать», «говорить» и напоминает о фольклорных истоках жанра, о его «устности». Эта амбивалентность представляет определенную сложность исследования жанра, что приводит к существованию различных точек зрения на природу литературной сказки. Часть исследователей рассматривает этот жанр как результат прямого использования автором жанровой системы народной сказки (Е. А. Анатольева, Л. Ю. Брауде, G. Naas, M. Luthi и др.). Другие ученые, признавая за народной сказкой роль жанровой первоосновы, говорят о постепенном удалении литературной сказки от своего фольклорного источника (Н. М. Демурова, М. Н. Липовецкий, Л. В. Овчинникова и др.). Существует многообразие мнений также и в отношении доминантных признаков жанра литературной сказки. Л. Ю. Брауде считает, что такой жанровой доминантой в литературной сказке является волшебство: «волшебство, чудо играет роль сюжетобразующего фактора, помогает охарактеризовать персонажей» [4, с. 10]. Этот признак выделяет и Ю. Ф. Ярымыш. По его мнению, литературная сказка является жанром, в котором «морально-этические и эстетические проблемы» решаются в «волшебно-фантастическом или аллегорическом развитии событий...» [4, с. 11].

Сложности, связанные с определением литературной сказки как жанра и с выявлением его доминантных признаков, возникают, по нашему мнению, из-за нерелевантного метода изучения этого жанра. Перечисленные выше исследователи применяли метод прямого сопоставления произведений фольклора и литературы, что не давало ощутимых результатов при определении доминантных признаков жанра литературной сказки. На наш взгляд, более эффективным является структурно-генетический подход, который М. Н. Липовецкий, основываясь на идее М. М. Бахтина о «памяти жанра», применяет в работе «Поэтика литературной сказки» (1992). Сущность этого подхода заключается в описании не только структуры, но и генезиса изучаемого явления. В отношении исследования жанра структурно-генетический подход предполагает изучение его доминант при учете их развития и трансформаций под влиянием конкретной культурно-исторической действительности. Как и многие другие исследователи жанра литературной сказки, М. Н. Липовецкий считает эффективным поиск доминантных элементов этого жанра, основываясь

на его типологическом родстве с народной волшебной сказкой. Однако, по его мнению, в качестве жанровых архетипов должны быть рассмотрены не формальные элементы жанра-прототипа, а содержательные, так как именно они «возрождаются» и «обновляются» во всех литературных сказках без исключения, в то время как наличие формальных элементов факультативно [3, с. 16].

В соответствии с концепцией исследователя содержательными элементами литературной сказки являются *волшебно-сказочный хронотоп и игровая атмосфера*. Формальные же элементы («осколки сказочной поэтики») включают в себя интонационно-речевой строй, отдельные тропы, стилистические клише, лексические единицы и т. д. [5].

В наше время активного взаимопроникновения различных художественных жанров литературная сказка постоянно обогащается, приобретает новые характеристики и уже благодаря этому представляет несомненный интерес и широкое поле для исследования.

#### Список литературы

1. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. — М. : Знамя, 1975. — С. 40—46.
2. Виноградов В. С. Лексические вопросы перевода художественной прозы / В. С. Виноградов. — М. : МГУ, 1978. — 172 с.
3. Виноградова О. Что им надо в другом мире. Фэнтези в подростковом чтении / О. Виноградова // Б-ка в шк. — 2001. — № 10. — С. 16—17.
4. Гак В. Г. Язык как форма самовыражения народа / В. Г. Гак // Язык как средство трансляции культуры. — М. : 2000. — № 19. — С. 10—11.
5. Гопман В. Л. Фэнтези / В. Л. Гопман // Краткая литературная энциклопедия терминов и понятий. — М. : Н.П.К. Интелфак, 2001. — С. 62.
6. Губайловский В. О природе фэнтези и первооткрывателе жанра / В. Губайловский // Новый мир. — 2002. — № 3. — С. 174—185.
7. Дунаевська Л. Ф. Українська народна казка / Л. Ф. Дунаевська. — К. : Вища шк., 1987. — 127 с.
8. Лановик М. Українська усна народна творчість / М. Лановик, З. Лановик. — К. : Знання-Прес, 2001. — 407 с.
9. Научная литература: язык, стиль, жанры / под ред. М. Я. Цвиллинга. — М. : Правда, 1985. — С. 16—20.

**Резюме**

У статті розглядається літературна казка як жанр фантастичної літератури, її походження, взаємозв'язок з іншими жанрами та специфічні художні характеристики, що визначають її як самостійний літературний феномен.

**Summary**

The article analyses the literary fairy-tale as a genre of fantastic literature, its origin, interrelations with other genres and specific characteristics that distinguish it as a separate literary phenomenon.

УДК 821.111'-343'255.4

*В. В. Тынянская*

*Научный руководитель доцент А. А. Кальниченко*

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ СОБСТВЕННЫХ ИМЕН  
ПРИ ПЕРЕВОДЕ ДЕТСКОЙ ЛИТЕРАТУРНОЙ СКАЗКИ**

**Ключевые слова:** имя собственное, детская литературная сказка, говорящие имена, одомашнивание, очуждение.

Имена персонажей в художественных произведениях являются наиболее экспрессивным и информативным средством, определяющим значительный объем имплицитной информации. Выбор конкретного имени для литературного героя – дело автора, и субъективный фактор здесь очень велик. Писатель подбирает или конструирует не только личные имена, но и все компоненты ономастического пространства произведения. Он знает характеры, занятия, душевные и физические данные персонажей. Выбор имени может быть связан с художественным замыслом, жанром, художественной школой и стилем. Иногда имя может сказать больше, чем задумал писатель, поэтому предметом нашего исследования стали имена собственные из литературной сказки.

Актуальность обусловлена возрастающим интересом лингвистов к тексту произведений современных авторов, пишущих для детей и подростков, в частности к передаче имен собственных

в произведениях Дж. К. Роулинг, А. Милна и К. Льюиса. Объектом исследования данной статьи является анализ имен собственных, а также их передача на русский язык в произведениях Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер и Филосовский камень», «Гарри Поттер и тайная комната», А. Милна «Винни Пух и все-все-все» и К. Льюиса «Хроники Нарнии».

Цель данной работы – выявить различия стратегий передачи имен собственных в произведениях указанных выше писателей на русский язык. Методы исследования обусловлены целями и задачами работы. В данной работе применялся компаративно-сопоставительный метод, суть которого состояла в сравнении вариантов перевода имен собственных произведений Дж. К. Роулинг, А. Милна, К. Льюиса.

Никогда не переводить имена собственные – таково правило, которое глубоко укоренилось в сознании переводчика, но, заглядывая в переводы, мы видим, что переводчики используют различные стратегии при передачи имен собственных: транскрипция или транслитерация, морфологическая адаптация к целевому тексту, культурная адаптация, замена и т. д. В детской литературе имена собственные являются вымышленными и не связаны с реальными людьми. Автор, делая обзор всех существующих имен, может придумать новое, не похожее ни на какое другое имя, характеризующее героя. Имя собственное может сказать нам многое: родовую принадлежность, возраст героя, его географическое происхождение и языковую принадлежность и даже местность, на которой он проживает [12]. Необходимо в этом контексте обратить внимание на две очень важные стратегии – очуждения и одомашнивания. Первая означает защиту значительного количества того, что кажется чуждым и необычным в контексте для читателей, на которых направлен перевод, и привычным, характерным и типичным для культуры первоисточника, одомашнивание же, напротив, применяют тогда, когда чуждое и необычное встает как барьер или помеха к пониманию текста [11].

Неподготовленному читателю трудно различать стилистические оттенки английских имен или интерпретировать «говорящие» имена без знания английского языка. Но вот, к примеру, чтобы понимать «Пуха» (А. Милн «Винни Пух и все-все-все»),

недостаточно владеть английским языком. Исключительное знание языка, которое позволяет наслаждаться сокровищами иноязычных культур, вряд ли может быть достигнуто даже теоретически. Для этого необходимо вырасти в этой культуре. Что же скрывается за именем этого небезызвестного медведя? *Winnie* происходит от канадского города Виннипег, с которого он прибыл в лондонский зоопарк. Если с Винни все понятно, то с «Пухом» дела обстоят сложнее. Скорее всего это прозвище, и даже аристократическое благодаря артиклю *the*. У детей и взрослых это имя вызывает различные смешные ассоциации. Или же рассмотреть имя «*Tigger*»: оно происходит от английской игры, где ведущий должен поймать кого-то из участников или передать ему «*tig*». Поэтому, неудивительно, что такой персонаж, как *Tigger*, постоянно бегаёт, толкает и швыряет всех и все. Но настоящий простор для словообразования А. Милн находит, когда придумывает окказионализмы, имитируя детскую речь и окказиональных персонажей в том числе. Это *Heffalump* (по-детски *elephant*, который можно читать как «*half a lump*», т. е. пол-куска) и *Jagular* (в котором можно узнать зверя, похожего на ягуара, но из-за окончания *-ar* это прилагательное, к тому же стоит изменить литеру на «*u*», как возникает значение «яремный, тягловый» [2]).

Имена и названия, имеющие двойной или даже тройной смысл, вызывающие подсознательные ассоциации, — это немаловажная составляющая книг Дж. К. Роулинг. Одно из имен, данных «обычным людям», — это *Магглы*, в английском языке обозначающее тупость (полный дурак) или уродство (какой ужасный тип). Если транслитерировать такое имя, как *Магли*, можно предположить, что оно происходит от корня *Mag*, даже если в русском языке это неочевидно. И. Оранский транслитерирует название «*praivet*» вместо «*privet*» (последнее переводится на русский как «привет»). М. Спивак переводит, используя ботанический термин, характерный для русского языка «бирючиновая аллея» (*Privet Avenue*) [4]. Интересен тот факт, что переводчик второй книги про Гарри Поттера М. Д. Литвинова изменяет название улицы на «*Тисовая улица*» [9].

Названия четырех зданий в Хогвартсе также многозначные. Первое слово «дом» представляет лексическую лакуну в русском языке, где система закрытого учебного заведения не совсем

знакома. М. Спивак использует слово «колледж», в толковом словаре определяется как закрытое учебное заведение за рубежом (Ожегов, 1987, с. 244). И. Оранский выбирает слово «*факультет*», которое имеет то же значение в английском языке. Названия факультетов *Гриффиндор*, *Хаффлепуфф*, *Равенклау* и *Слизеринг* транслитерируют на русский язык, даже не пытаюсь передать смысловую нагрузку. Опять-таки переводчик второй книги про Гарри Поттера использует другой метод и изменяет названия: *Хаффлепуфф* и *Равенклау* меняет на *Пафендью* и *Когтевран* (отталкиваясь от слова «*коготь*») [10].

Похожие методы могут быть обнаружены в передаче имен учителей и духов в Хогвардсе. Оранский предпочитает транслитерировать все имена, а Спивак предлагает альтернативу. Например, *Reeves* [7] – «приведение», в переводе И. Оранского передается именем *Пивз*, но становится *Дрязг* в переводе М. Спивак. Таким же образом и профессор *Спрут*, который преподавал гербологию, остается *Спрутом* в переводе И. Оранского, но в переводе М. Спивак переименовывается в *Спаржелла* (имя, происходящее от названия спаржи). Остальные имена преподавателей транслитерируются: *Флитвик*, *МакГонаган*, *Биннз*, *Квиррел*, *Снейп* и *Квиррел*. М. Литвинова во второй книге более интенсивно выбирает имена. Она меняет *Снейп* на *Снег* (приравнивая к снегу) и *Спрут* на *Стебель* (от слова стебель) [3].

Что же касается произведений К. Льюиса, то здесь все имена в той или иной степени «говорящие» или «подающие сигналы», начиная от самой *Нарнии* (от диал. *par.* – «ближе» и соврем. *near* – «близкий», что делает фантазийную страну «ближе близкого») и заканчивая какой-нибудь миссис *Макреди* (с шотландским префиксом «*mac*», что, само по себе, сигнализирует об исторической твердости духа и анекдотической скарденности, и английским корнем «*ready*», т. е. «готовая», что к тому же созвучно пришедшему из латыни «*tu creed*», «мое кредо»), чья единственная функция – провести гостей по знаменитому дому и настрашать детей до такой степени, чтобы они забились в шкаф, представлялось логичным сохранить имена главных и/или сквозных персонажей, перенеся словотворческое экспериментаторство на окказиональные, т. е. основным приемом стало именно транскрибирование. В переводе под общей редакцией М. Моргулиса доминирующим

принципом стала транслитерация. Что же касается русификации собственных имен главных персонажей: в частности «Белая Волшебница», в силу извечного противостояния «белой» и «черной» магии, а равно оппозиции: *волшебница/колдунья*, воспринимается скорее как положительный персонаж; и уж, конечно, «гном» и «карлик» в русской традиции не одно и то же [1].

В данной статье мы рассмотрели основные стратегии очуждения и одомашнивания, используемые переводчиками при переводе собственных имен в детской литературной сказке. Исследование показало, что каждый переводчик выбирает для себя определенную стратегию, которой он следует в дальнейшем. В большинстве случаев при передаче собственных имен преобладает стратегия очуждения, что не всегда оправдано в случае «говорящих имен» сказочных персонажей. Придумывание имени, которое бы сохраняло семантику чужого в звучании (типа Скуперфильд, Подляндия), по-видимому, наиболее желательная стратегия в передаче собственных имен.

#### Список литературы

1. Лы́н І. Заключение принца в России / І. Лы́н // Протей : альм. — 2006. — Вип. 1. — С. 120–161.
2. Лы́н І. Магічна сила таланту / І. Лы́н // Протей : перекл. альм. — 2009. — Вип. 2. — С. 73–122.
3. Роулинг Дж. К. Гарри Поттер и философский камень : роман / Дж. К. Роулинг ; пер. с англ. М. Д. Литвиновой. — М. : Росмэн, 2001.
4. Роулинг Дж. К. Гарри Поттер и волшебный камень : роман / Дж. К. Роулинг ; пер. М. Спивак, 2001.
5. Роулинг Дж. К., Гарри Поттер и Тайная комната : роман / Дж. К. Роулинг ; пер. с англ. М. Д. Литвиновой. — М. : ООО Изд-во РОСМЭН-ПРЕСС, 2002. — 473 с.
6. Роулинг Дж. К. Гарри Поттер и Тайная комната : роман / Дж. К. Роулинг ; в пер. М. Спивак.
7. Rowling J. K. Harry Potter and the Philosopher's Stone. — Bloomsbury, 1997.
8. Rowling J. K. Harry Potter and the Chamber of Secrets. — Bloomsbury, 1998.
9. Wyler L. Harry Potter for Children, Teenagers and Adults / L. Wyler // Meta. — 2003. — № 48. — P. 5–14.

10. Judith I. From Harry to Garri: Strategies for the Transfer of Culture and Ideology in Russian Translations of Two English Fantasy Stories / I. Judith // Meta. – 2003. – № 48. – P. 285–297.

11. Mazi-Lescovar D. Domestication and Foreignization in Translating American Prose for Slovenian Children / D. Mazi-Lescovar // Meta. – 2003. – № 48. – P. 250–265.

12. Nord C. Proper Names in Translation for Children. Alice in Wonderland as a Case in Point / C. Nord // Meta. – 2003. – № 48. – P. 182–195.

### **Резюме**

У статті розглядаються особливості перекладу власних імен у літературній казці, а саме у творах Д. Роулінг, А. Мілна, К. Льюїса та стратегії, які використовує перекладач задля їх передачі на російську мову.

### **Summary**

The article concerns with peculiarities in translation of proper names in works of J. Rowling, A. Miln, K. Luis and strategies of its translation into Russian which are used by the translator.

УДК (821.111+821.161.1)-1'255.4

*С. И. Харьковская*

*Научный руководитель канд. филол. наук А. А. Ивахненко*

## **НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКОГО И АНГЛОЯЗЫЧНОГО ВЕРЛИБРА**

**Ключевые слова:** верлибр, белый стих, поэзия, стихосложение, перевод.

Предметом данной статьи являются особенности русско-англоязычного верлибра. Объектом – проблемы классификации русских и англоязычных верлибров. Цель исследования – рассмотреть варианты классификаций, представленных учеными. Растущий интерес к данной проблематике, выраженный в диссертациях и статьях по данной тематике [1; 2; 3], подтверждает актуальность проблемы. Новизной следует считать сравнительный анализ ряда теорий признанных исследователей в данной области.

Перспективами исследования может стать создание собственной периодизации англоязычного верлибра, что позволит выявить особенности его передачи на русский язык.

Изучением свободного стиха, как русского, так и английского, сегодня занимаются многие ученые: Ю. Орлицкий, А. Жовтис, Г. Гачечиладзе, Е. Ветрова, Г. Черникова и другие. Развитие этой формы поэзии в России и Украине началось на рубеже XIX–XX столетий. Литературным жанром в русской поэзии верлибр стал не сразу, и его происхождение – вопрос спорный. Одни считают, что его появление обусловлено влиянием иностранной культуры, другие же – что эта форма развивалась и зарождалась еще со времен «Слова о полку Игореве» или первых переводов псалмов, выполненных А. Сумароковым. Современный русский верлибр имеет много источников: фольклорная и библейская традиции, влияние немецкой, французской, сербской, японской поэзии [2, с. 15]. На это указывает и О. Овчаренко в книге «Русский свободный стих»: «Поэты пишут, отступая от канонов метрики, рифмы, изометрии, тем самым развивая жанр верлибров» [6, с. 3].

Советская же литературная критика, ссылаясь на образцы классической русской поэзии, убеждала читателей в том, что «верлибр чужд природе отечественного стихосложения» [2, с. 15], и тем не менее, поэты продолжали писать верлибром, а литературоведы – доказывать его право на существование. Верлибр используется современными авторами так же активно, как и другие стихотворные размеры. Практика показывает, что данная литературная форма так же успешно приживается в русской традиции, как и в зарубежной, несмотря на то, что с верлибром у нас долгое время пытались бороться.

Существует множество определений верлибра. Суть свободного стиха, как такового, передал Давид Самойлов в строках, написанных в 1976 году [8, с. 5]:

Свободный стих –  
для лентяев,  
для самоучек,  
для мистификаторов  
(когда без точек и запятых).

Организованный стих  
организован для всех –  
для посредственности и таланта,  
он подстегивает вдохновение  
и подсказывает метафору.

Но в руках настоящего мастера  
он являет  
естественную силу речи,  
то есть мысли.

Надо быть слишком уверенным  
в собственной ценности,  
чтобы посметь изъясняться  
свободным стихом.  
Отыдите, нерадивые!

Плодотворному изучению свободного стиха мешает отсутствие единой точки зрения на то, что же он собой представляет. Сегодня мировая наука о стихе знает более десятка концепций верлибра, которые хоть порою и сильно отличаются друг от друга, но, несомненно, обладают общими чертами. Что же касается определения верлибра, мы склонны придерживаться теорий А. Квятковского и Ю. Тынянова. Первый относит к свободному стиху все, что не является традиционным стихом или прозой, различия метрического и дисметрического верлибров. При этом главными признаками, характеризующими метрический верлибр, исследователь считает неравноstopность и нестрофичность, а в дисметрическом выделяет интонационные признаки [5]. Вместе с тем нельзя отбрасывать справедливо выдвинутую теорию Ю. Тынянова, который говорил об особой роли графики как необходимого условия ритма. Именно симбиоз этих концепций кажется нам наиболее приемлемым [10]. Хотя нельзя говорить о том, что теории других ученых некорректны или необоснованны, просто следует учитывать различные подходы, использованные при их формировании.

Многие ученые предлагают различные классификации русского, английского либо других иностранных верлибров. Так, например Г. Черникова в своей диссертации представляет следующую схему классификации русской верлибрической поэзии, основой которой послужила классификация Ю. Орлицкого: 1. Типичный верлибр: а) «чистый верлибр», б) верлибр с метрическими вкраплениями; 2. «Мнимый» верлибр: а) переходные метрические формы (ПМФ), б) гетерометрия [11].

Далее Г. Черникова предлагает рассмотреть верлибр второй половины XX в. по принципу метричности: 1. Традиционный (ясность лирического высказывания): а) восточный (по принципам японской поэзии), б) западный: i) сюжетный (эпичность), ii) ассоциативный (образно-ассоциативная цепочка), iii) афористический («поэтизированный» афоризм); 2. Авангардный (по-

стоянный поиск новых форм): а) минималистический (воссоздание разговорной фразы, оговорки), б) медитативный (основан на индивидуально-авторских ассоциациях, включая неологизмы) [11].

На наш взгляд, подобная классификация не может стать универсальной для верлибров, написанных на таком временном промежутке, как полвека, хотя Г. Черникова дает достаточно подробную классификацию, несомненно, имеющую право на существование. Возможно ее применение и к англоязычному верлибру, но стоит учесть особенности английского языка и истории развития верлибра в англоязычных странах, так как не все формы русского верлибра могут быть применены для англоязычного. На наш взгляд, следует также учитывать особенности каждого автора в отдельности и брать более узкие временные рамки, чтобы в полной мере отразить специфику написания верлибров. Такой подход в классификации позволит нам увидеть сходства и различия написания этого рода поэзии у русско- и англоязычных авторов, что даст возможность выделить ряд аспектов переводческого характера, имеющих практическое значение при переводе англоязычной *либрической поэзии* (термин, предложенный Е. Ветровой [1]). Подобной проблематикой занималась Е. Ветрова, которая рассматривала американские верлибры 60–80 гг. XX века и их перевод на русский язык. Она выделяет следующие важные типы переводимых американских верлибров:

1. Стих, реализующийся по контрасту или по принципу «прямой противоположности» по отношению к традиционным формам (условно – «уитменовский» тип).

2. «Классический верлибр», или «уильямовский» тип стиха. – Верлибр, «маскирующийся» под классические формы.

3. Промежуточный тип, включающий элементы рифмометрической урегулированности (условно – «каммингсовский» тип) [1].

Примечательным, на наш взгляд, является сопоставление данной классификации с уже существующими описаниями А. Жовтиса [4], Ю. Орлицкого [7], совмещенные с собственными наблюдениями автора. Так, Е. Ветрова выделяет некоторые особенности американского стиха. Для первого типа – это использование «свободного» стихового переноса, что при переводе часто упускается; данный тип наиболее часто встречается в переводах.

Третий тип перекликается с переходными формами, что в классификации Г. Черниковой, представленной выше, соответствует ПМФ «мнимого» верлибра. Второй же тип, по мнению Е. Ветровой, не встречается в русской поэзии, хотя, с другой стороны, некоторые ученые выделяют верлибр, написанный пятистопным ямбом – белый пятистопный ямб у Б. Томашевского [9, с. 58].

Сравнивает английский и русский верлибр, пусть лишь в общих чертах, и Г. Гачечиладзе: «В английской и русской поэзии он (*верлибр*) может опираться на ударение и построенную на нем ритмическую и звуковую структуру, лишенную рифмы и размера, но не лишенную ритмической композиции и образной системы» [3, с. 247]. В переводе легче передать ритм поэтического подлинника, чем его метр, который в силу различия языков гораздо труднее, а зачастую невозможно воспроизвести на другом языке.

Как Г. Черникова, так и Е. Ветрова говорят о том, что верлибры рассматриваемого ими периода имеют повышенный уровень визуальности, что обусловлено использованием авторской пунктуации, различных шрифтов, невербальных компонентов и т. д. Важен и принцип разбивки верлибра на строфы. Пробел между строфами формирует длинную паузу, позволяющую вдуматься в предыдущие строки, воссоздать в воображении многогранный образ поэтического мира поэта. Все это говорит о том, что свободный стих – пластичная, гибкая форма, с помощью которой можно передать разнообразие оттенки интонации и смысла. Как известно, графический уровень в верлибре имеет особенное значение, поскольку создает индивидуальный ритм свободного стиха и является сигналом принадлежности текста к поэзии. Хотя Е. Ветрова выделяет стихи, написанные также и спокойным языком, когда графика и строфика подчинены смыслу, естественному развитию поэтического сюжета [1, с. 172–173].

Существуют также различия между англоязычным и русским верлибрами, обусловленные спецификой языка. Так, например, строй английского языка, как языка аналитического типа, дает большой процент структурных элементов, которые нередко выделяют в отдельные строки, чтобы усилить их значимость. На интонационно-фонологическом уровне это относительная стабильность ударения и специфическая английская аллитерация.

Верлибрическая форма стиха способствует преодолению

дистанции между автором и читателем, поскольку в ней отсутствуют многие структурные компоненты, формирующие литературную условность; возможно, именно поэтому литературоведы, переводчики и поэты все чаще обращаются к верлибрической форме поэзии.

Верлибр (или свободный стих) открывает широкий простор для художественного воссоздания оригинала, что, по нашему мнению, является одной из самых важных черт перевода художественного текста вообще и поэтического в частности.

На наш взгляд, при переводе верлибра необходимо учитывать такие его особенности:

- язык, на котором он был написан (так, даже английский и американский язык верлибра отличаются в силу особенностей фонетического строя языка);
- исторический период;
- особенности авторского стиля;
- наличие пунктуации или же ее отсутствие;
- несоответствие типов верлибров;
- особенности развития культур обеих стран.

Таким образом, можно говорить о том, что в области классификации верлибров и их перевода уже сделано немало, но нам представляется целесообразным рассмотреть более узко каждый период написания англоязычных верлибров, основываясь на уже существующих классификациях и собственных исследованиях, что даст возможность более четко проследить все особенности данного жанра литературы в русско- и англоязычных культурах.

#### Список литературы

1. Ветрова Е. И. Свободный стих в поэзии США 1960–1970 годов : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.05 / Е. И. Ветрова. – К., 1983. – 242 с.
2. Макаров-Кротков А. Вечера в музее Сидура / А. Макаров-Кротков // Вчера, сегодня, завтра русского верлибра : VII Моск. фестиваль свободного стиха (2–3 мая 1997 г) : тез. науч. конф. / Моск. гос. музей Вадима Сидура. – М. : РГГУ, 1997. – Вып. 35. – С. 15.
3. Гачечиладзе Г. Р. Художественный перевод и литературные взаимосвязи / Г. Р. Гачечиладзе. – М. : Сов. писатель, 1980. – 256 с.
4. Жовтис А. Л. Границы свободного стиха / А. Л. Жовтис // Вопр. лит. – М. : Наука, 1966. – № 5. – С. 118–139.

5. Квятковский А. П. Русский свободный стих / А. П. Квятковский // Вопр. лит. – М. : Просвещение, 1963. – № 12. – С. 63–85.
6. Овчаренко О. В. Русский свободный стих / О. В. Овчаренко. – М. : Современник, 1984. – 198 с.
7. Орлицкий Ю. Б. Стих и проза в русской литературе / Ю. Б. Орлицкий. – М. : РГГУ, 1991. – 688 с.
8. Соколов А. Русский верлибр. Антология / А. Соколов. – СПб. : Лио Редактор, 1997. – 144 с.
9. Томашевский Б. В. Поэтика : краткий курс / Б. В. Томашевский. – М. : СС, 1960. – 120 с.
10. Тынянов Ю. Н. Проблема стихотворного языка / Ю. Н. Тынянов. – М. : Наука, 1965. – 489 с.
11. Черникова Г. Ф. Поэтика русского верлибра второй половины XX века [Электронный ресурс] : Дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01 / Г. Ф. Черникова. – М. : РГБ, 2005. – Режим доступа : <http://diss.rsl.ru/diss/05/0579/05799014.pdf/>. – Загл. с экрана.

### **Резюме**

У статті розглядаються особливості російсько- і англомовного верлібру, варіанти його класифікації, представлені ученими-сучасниками, специфіка перекладу. Для більш повного аналізу потрібен докладний розгляд кожного періоду створення верлібрів.

### **Summary**

The peculiarities of Russian and English vers libre, the variations of classification made by modern researchers and some peculiarities of translation are discussed in the article. To make a more detailed analysis, the short periods of vers libres creation should be studied.

УДК 811.111'255.4

***Я. Н. Шарамко***

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

## **СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ПОБУЖДЕНИЯ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ И ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА**

**Ключевые слова:** импликация, исходный текст, побуждение, прагмалингвистика, речевой акт, целевой текст, экспликация.

Объектом исследования данной статьи является категория побуждения в языке и речи.

Предмет исследования представляет собой способы реализации категории побуждения в коммуникативно-прагматическом аспекте и связанные с ними переводческие проблемы.

Актуальность исследования мы видим в том, что, с одной стороны, описание категории побуждения является одной из наиболее динамично развивающихся сфер лингвистики, а с другой – в том, что прагматические аспекты перевода занимают значительное место в современном переводоведении.

Языковые особенности реализации понятия побуждения, несомненно, связаны с категорией императивности, ее имплицитными и эксплицитными способами выражения как на уровне отдельных коммуникативных высказываний (побудительных, повествовательных, вопросительных предложений), так и на уровне речевых актов.

С изменением научной парадигмы и сменой ведущей роли структурной лингвистики по отношению к прагмалингвистике особую важность в настоящий момент приобретают вопросы, связанные с прагматической ситуацией, коммуникативной ситуацией, фактором адресата и т. д. Исходя из этого, мы считаем целесообразным рассматривать побудительные конструкции в свете теории речевых актов, согласно которой за реализацию повеления отвечает директивный речевой акт.

Традиционно речевой акт директив определяется как волеизъявление говорящего, направленное на выполнение действия слушающим или третьим лицом, иными словами, директив – это такой речевой акт, посредством которого говорящий хочет определенным образом повлиять на слушающего, стимулируя выполнение желаемого действия [2, с. 537].

В языке существуют разные типы средств, с помощью которых может быть реализована коммуникативная цель речевого акта. Соответственно, участник диалогического общения в контексте реальных межличностных отношений обладает готовым категориальным языковым аппаратом, выбирает в зависимости от присутствия в его когнитивном сознании категории знания/незнания синтаксические формы языка, наиболее соответствующие целям говорящего [3, с. 15].

Языковые способы, направленные на реализацию прагматических значений побуждения и воздействия, следует рассматривать в соответствии с прямым/косвенным, эксплицитным/имплицитным принципами выражения. Прямые /косвенные, эксплицитные /имплицитные языковые способы можно определить как возможные психологические структуры, лежащие в основе речевого поведения говорящего при определении диапазона личной коммуникативной свободы в заданных условиях общения.

В зависимости от характера индексов иллокутивной силы (т. е., например, синтаксической формы, наличия перформативных глаголов и т. д.) можно говорить о двух формах выражения речевых актов: *эксплицитном*, в котором иллокутивное намерение выражено отдельным языковым элементом, и *имплицитном*, когда иллокутивная сила имплицитно содержится в семантической структуре языковой формы [3, с. 15–16].

Под *прямым эксплицитным способом* выражения директивного речевого акта мы понимаем стремление говорящего оказать определенное иллокутивное воздействие на слушателя путем использования таких языковых средств, иллокутивная сила которых легко опознается слушающим, то есть повествовательных предложений с перформативными глаголами.

Под *прямым имплицитным способом* выражения директивного речевого акта подразумеваются языковые единицы, в которых значение побуждения составляет грамматическое содержание формы. Такой формой в английском языке является модальный тип побудительного предложения, например: *Push it!*, *Let's push it!*, *Forward!* и др. Грамматическая форма побудительного предложения (в соответствующем интонационном оформлении) сигнализирует о намерении говорящего побудить адресата к совершению/несовершению действия, то есть побудительная иллокутивная сила получает в них грамматическое выражение и закреплена за данной синтаксической формой в силу языковой конвенции [3, с. 16].

С точки зрения семантико-синтаксических особенностей мы выделяем следующие группы побудительных предложений, способных выражать побуждение и воздействие.

**1. Полные повелительные предложения:**

1) с *синтетической* формой императива:

а) *Take it!*, *Be quiet!* могут употребляться для выражения пре-

скриптивного побуждения, содержащего обличительность выполнения действия, обеспеченной приоритетной ролью говорящего. Таким образом, сфера употребления подобных высказываний отражает субординативные отношения и социально-психологическую дистанцию между говорящими;

б) императив может выражаться также с помощью глаголов, специализирующихся на передаче фазисных значений, то есть значений *начала*, *конца* и *продолжения* действия, например: *Come on, cheer up* [G. Green «The Comedians»]. Для выражения настойчивой просьбы и приказа в одном побудительном предложении возможно использование различных экспрессивных синтаксических структур, например, *повтора*: *Sit down, sit down, Mr. Brown* [Robbins H. «Carpetbaggers»];

в) *двойной императив*, то есть присоединение императива с помощью союза *and* к глаголу, номинирующему само действие. Такая конструкция создает видимость логической структуры следствия: *Mama, come and save your little girl* [Mitchell M. A. «Sips of Blood»];

г) *эмфатические побудительные предложения* типа *Do be quiet!*, в которых эмфатический глагол *do* является дополнительным элементом при использовании императива.

Конструкции такого типа обычно выражают вежливые просьбы, жалобы или извинения, предложения и настойчивой просьбы (но не приказа), например: *Do dress casually* [M. A. Mitchell «Sips of Blood»].

В качестве основных функций данного типа побуждения и воздействия следует назвать функции *напоминания* и *выделения*.

Функция *напоминания* реализуется в контексте повторного волеизъявления или предварительного отказа или задержки со стороны исполнителя совершить действие: *Give me a penny, Papa. – I have nothing for you. Do give me just one penny* [G. Green «The Comedians»]. К этой функции также относится употребление императива с *do* в тех случаях, когда говорящий, заинтересованный в осуществлении действия, напоминает исполнителю о необходимости совершить его в будущем, не следующем непосредственно за моментом речи: *Have you thought of torture? Do call me if you get around to it. I've got some jolly interesting ideas* [M. A. Mitchell «Sips of Blood»].

Функция *выделения* реализуется в противительном контексте: *I don't care whether you are successful or not but do be happy* [R. N. Mitra «Impute Fall to Sin»]. Следует отметить, что эмфатические побудительные предложения употребляются при равных отношениях между говорящими и близкой социально-психологической дистанции между ними;

2) с *аналитической* формой императива, образуемой с помощью *Let*: *Let's break it down, Theresa* [R. N. Mitra «Impute Fall to Sin»]. Формы *Let's /Let us* являются формами «совместного действия», поскольку выражают побуждение к действию, в котором участие примут оба коммуниканта: адресант и адресат (или группа адресатов).

### 2. *Эллиптические (безглагольные) повелительные предложения.*

Употребление эллиптических императивных конструкций может быть обусловлено определенными социальными факторами, например, социальными ролями собеседников и характером социальных отношений между ними. В таких ситуациях естествен процесс свертывания высказывания за счет опущения элемента, заранее известного коммуникантам [3, с. 17].

Эллиптические побудительные предложения можно разделить на две группы: 1) *именные* – *Dinner!* и 2) *наречные* – *Forward!* Одним из примеров употребления подобных побудительных предложений является их реализация в качестве военных команд: *Eyes right!* (именное побудительное предложение); *About face!* (наречное побудительное предложение).

При переводе возникает ряд проблем, связанных с интерпретацией речевых актов, которые, в первую очередь, сопряжены с неверным толкованием речевых актов, что, в конечном итоге, ведет к искажению смысла. При переводе следует учитывать социальные роли говорящих и их психологические особенности, лингвистические и экстралингвистические особенности исходного текста.

Следует также отметить, что многие ученые занимаются прагматическими аспектами перевода. Ими разработан ряд теорий, помогающих переводчику верно воспроизвести исходные речевые акты в целевом тексте. В первую очередь это Г. П. Грайс [1], разработавший принцип кооперированного речевого поведения, направляющий человеческую коммуникацию на базисе

нескольких максим, которым условно придерживаются носители языка. А также К. Райс и Х. Вермеер [5], с принадлежащей им скопос-теорией, согласно которой главной задачей перевода — это принимать во внимание цель, функцию (скопос) именно перевода, а не оригинала [4, с. 361].

Таким образом, в английском языке существует богатый арсенал способов выражения побуждения, обеспечивающий художественно-изобразительные средства, которые используются для придания речи большей гибкости и выразительности. Вместе с тем адекватная передача директивных речевых актов представляет некоторые сложности при переводе. Эта проблема является одной из наиболее актуальных в современном переводоведении.

#### Список литературы

1. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. — 1975. — Вып. XVI — С. 217–237.
2. Михайлова Л. В. Стратегии вежливости в речевых актах директивах / Л. В. Михайлова // Вчені зап. ХГУ «НУА». — 2004. — Т. XII. — С. 537–543.
3. Неустроев К. С. Способы выражения побуждения и воздействия : автореф. дис. ... канд. филол. наук. / К. С. Неустроев; ФГОУ ВПО «Юж. федер. ун-т». — Ростов-н/Д., 2008. — 22 с.
4. Hatim B. Pragmatics and Translation / B. Hatim // The Routledge Encyclopedia of Translation Studies. — London, New York : Routledge, 1997. — P. 357–362.
5. Reis K. Grundlegung einer allgemeinen Translations theorie / K. Reis, H. J. Vermeer. — Tübingen: Gunter Narr, 1984. — 19 Seit.

#### Резюме

У статті розглядаються засоби вираження спонукання в англійській мові і особливості їх передачі під час перекладу.

Наводиться низка засобів, за допомогою яких може бути реалізовано комунікативну мету директивного мовленнєвого акту.

Окреслено головні особливості інтерпретації директивних мовленнєвих актів під час перекладу.

#### Summary

The article deals with the means of realization of inducement in English and with problems of their interpretation in translation.

The range of the means of the communicative purpose realization of the directive speech act is given.

The basic peculiarities of the speech acts interpretation in translation are considered.

УДК 81'374(410.1)

*А. В. Яворская*

*Научный руководитель канд. филол. наук М. Н. Медведь*

## **КОНЦЕПТ ЛЮБОВЬ В АНГЛИЙСКОЙ ЛЕКСИКОГРАФИИ**

**Ключевые слова:** когнитивная лингвистика, концепт, ЛЮБОВЬ, содержательное наполнение.

XXI столетие характеризуется неослабевающим интересом лингвистов к проблемам взаимодействия процессов мышления и речи. В частности, в украинском и русском языкознании проводятся когнитивные исследования, в которых функционирование языка рассматривается как разновидность познавательной деятельности, а когнитивные механизмы и структуры человеческого сознания исследуются через языковые явления. Одним из важнейших понятий в когнитивной лингвистике является понятие концепта, изучению природы которого уделяется особое внимание.

Существует целый ряд разнообразных трактовок термина «концепт» [1; 4; 7; 9], что приводит к разногласиям среди исследователей.

Так как концепт есть минимальная единица знания, локализованная в памяти человека [9], то благодаря непрекращающемуся обмену знаниями между людьми концепт из индивидуального, личного образования становится надличностным знанием, а коллективное знание, в свою очередь, вносит коррективы в содержание личностного знания. Ученые отмечают [1; 9], что концепт более привязан к актуальным, конкретным условиям жизни людей, не претендуя на универсальный характер.

Объектом нашего исследования является концепт ЛЮБОВЬ в английской лингвокультуре; предметом исследования — содержательное наполнение изучаемого концепта в английском языке. Цель исследования состоит в анализе содержательного наполнения концепта ЛЮБОВЬ на материале словарных дефиниций, представленных в толковых словарях. Под содержательным наполнением концепта лингвокультурологи понимают набор концептуальных признаков, объективируемых частично на языковом уровне семантикой ключевого слова [5].

Актуальность данного исследования определяется общей антропоцентрической направленностью современных лингвистических исследований и тем фактом, что любовь является фундаментальной категорией человеческого бытия.

С тех пор как на земле появился первый человек и началось развитие человеческой цивилизации, каждого из нас, вне зависимости от возраста, пола, уровня образования и социального положения, волнует такое обыденное и в то же время такое философское понятие, как любовь. В христианстве любовь рассматривается как божественный завет, принцип, превосходящий все остальные: «люби и того, кого трудно любить». Любви все возрасты покорны, любовь спасет мир, — часто говорят люди и порой даже сами не отдают себе отчет, что же именно они имеют в виду. Проблемой любви, ее возможности, существования и отсутствия занимались ученые различных отраслей знания.

Рассмотрим значения понятия «любовь», которые предлагают философы и психологи. Философский словарь трактует любовь как «глубочайшее ощущение полноты личностного бытия и переживания целостности в соединении с другой личностью, миром и Абсолютом» [10]. Именно в любви в наибольшей мере проявляется принципиальная открытость бытия человека, которая знаменует выход за пределы обыденных и предельных ситуаций в запредельное бытие. Во многих культурах любовь связывается с бессмертием. Так, например, романскими языками в слове «любовь» (французское *amour*, испанское *amor*, итальянское *amore*) непосредственно провозглашается бессмертие.

В словарях по психологии [3; 8] дается определение любви как чувства, выражающего эмоционально-ценностное отношение к тому или иному объекту (человек, Родина, семья, город, истина,

человечество, религия и т. д.). Бескорыстная любовь возвышает личность, делает ее способной на самоотверженные поступки ради своего объекта. Как отношения между людьми любовь основывается на открытии максимальной ценности конкретного человека («с первого взгляда» или путем длительной «кристаллизации»). Потребность любить и быть любимым взаимодействует с потребностью в самоутверждении, с характером, темпераментом, самосознанием, опытом и другими свойствами личности. На внутренних и внешних проявлениях любви сказываются возраст, образование, национальная принадлежность [2].

Любовь является объектом исследования и лингвокультурологов. В лингвокультурном концепте лингвокультурологи выделяют понятийную, образную и ценностную составляющие [7].

Исходной информацией, необходимой для анализа понятийной составляющей лингвокультурного концепта, является информация, содержащаяся в семеме ключевого слова. В английской лингвокультуре концепт ЛЮБОВЬ представлен такими лексемами: *love, affection, emotion, sentiment, passion, feeling, gratification, tenderness, liking, charity, friendship, regard, attraction, devotion, benevolence, fervor, flame, transport, rapture, adoration*. Ключевой является лексема *love*. Характеристики любви, выраженные соответствующими лексическими единицами, представлены тремя лексико-грамматическими разрядами: существительным *love*, прилагательным *lovely*, глаголом *to love*.

Значения данных лексем представлены в лексикографических источниках [11; 12; 13]:

Love – 1) a strong feeling of fondness for a person; a strong feeling of attachment, tenderness, and protectiveness for another person; fond or tender feeling; warm liking; affection; attachment; a powerful emotion felt for another person manifesting itself in deep affection, devotion or sexual desire; 2) strong or passionate affection for a person of the opposite sex; an instant of such feeling; 3) warm interest in and enjoyment of something; 4) the object of attraction or liking; the object of love; 5) a person who is loved, especially a sweetheart; 6) a friendly or affectionate form of address; 7) something charming or delightful; 8) the kindly feeling or benevolence of God for His creatures, or the reverent devotion due from them to God, or the kindly affection they should have for each other.

Lovely – 1) beautiful; that one loves or likes; 2) very pleasant; 3) delightful, pleasing.

Love – 1) to feel love, desire, or strong friendship; 2) to like very much; take pleasure in; 3) to be fond of; 4) to delight in, to enjoy; 5) to have very strong feeling of affection for smb.

Исходя из словарных дефиниций, содержательный минимум понятия «любовь» будет иметь четыре основных значения: 1) чувство самоотверженной и глубокой привязанности, сердечного влечения; 2) склонность, пристрастие к чему-либо; 3) интимное и глубокое чувство, устремленность на другую личность, человеческую общность или идею; 4) в христианстве – любовь Бога к человеку и человека к Богу.

На основании того, что семы лексической единицы объективируют концептуальные признаки лексемы, можно сделать вывод о характеристиках концепта, выраженных в словарных дефинициях. Исследователи выделяют такие характеристики концепта ЛЮБОВЬ [6]:

- сила – *a strong feeling of affection*;
- власть – *a powerful emotion felt for another person*;
- глубина – *a deep feeling*;
- направленность – *towards a person or thing*;
- состояние – *to be fond of*;
- каузативность – *the object of love*;
- действенность – *to like to do smth very much, to make love*;
- высокая степень эмоций – *wholehearted liking*.

Анализ словарных дефиниций позволяет сделать вывод о том, что данный концепт является многомерным, многоаспектным образованием, содержательное наполнение которого сводится к четырем основным и ряду дополнительных значений, объективированных семантикой ключевого слова.

#### Список литературы

1. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика : курс лекций по англ. филологии / Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во Тамб. ун-та, 2001. – 2-е изд. стер. – 123 с.

2. Джери Д. Большой толковый социологический словарь : рус. англ., англ. рус. : [пер. с англ.] / Дж. Джери, Д. Джери. – М. : Вече: АСТ, 1999. – Т. 1 : А–О. – 544 с.

3. Дьяченко М. И. Психологический словарь-справочник / М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович. — М. ; Минск : АСТ : Харвест, 2001. — 575 с. — (Б-ка практ. психологии).
4. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1996. — 245 с.
5. Медведь М. Н. Концепт СЧАСТЬЕ в английской лексикографии / М. Н. Медведь // Вчені зап. ХГУ «НУА» / Нар. укр. акад.; [редкол. Астахова В. І. (голов. ред.) та ін.]. — Х. : Вид-во НУА, 2006. — Т. 12. — С. 512–518.
6. Медведь М. Н. Особенности оязыковлени концепта ЛЮБОВЬ в английской фразеологии / М. Н. Медведь // Вісн. ХНУ. — 2008.
7. Слышкин Г. Г. Линвокультурные концепты и метаконцепты / Г. Г. Слышкин. — Волгоград : Перемена, 2004.
8. Современный словарь по психологии / авт.-сост. В. В. Юрчук. — Минск : Соврем. слово, 1998. — 768 с. — Библиогр.: с. 764–766.
9. Сусов А. А. Размышления о концептах / А. А. Сусов, И. П. Сусов // Вісн. ХНУ. — 2006. — № 726. — С. 14–20.
10. Хамитов Н. В. Философский словарь. Человек и мир / Н. Хамитов, С. Крылова. — К. : КНТ : Центр учеб. лит., 2006. — 304 с. — Лит. по пробл. «Человек и мир»: с. 292–303. Слов. иностр. терминов и выражений, встречающихся в филос. текстах : с. 287–291.
11. Devlin J. A Dictionary of Synonyms and Antonyms = [словарь синонимов и антонимов] / Joseph Devlin. — New York : Warner Books, 1987. — 384 p.
12. Hornby A. S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / A. S. Hornby : Oxford University Press, 2005. — 1715 p.
13. Webster's New Dictionary = [Новый словарь Вебстера] : Over 65000 Definitions. — Б. м. : Promotional Sales Books, 1994. — 437 p.

### **Резюме**

Статтю присвячено дослідженню поняттєвої складової концепту ЛЮБОВ в семантичному просторі англійської мови. Ця складова представлена семемами і семами, тобто значеннями і компонентами значень. Також визначено характеристики даного концепту.

### **Summary**

The article deals with the notional constituent of the concept LOVE in the semantic field of the English language. This constituent is represented by meanings and components of meanings. The characteristics of the concept under study have been determined.

# Соціологія



*О. С. Ефименко*

*Научный руководитель канд. социол. наук Т. В. Зверко*

## ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ТРАНСФОРМАЦИЙ СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА СЕМЬИ

**Ключевые слова:** социальный институт семьи, трансформация брачно-семейных отношений, кризисная парадигма, постмодернистская парадигма.

В период постоянных изменений, происходящих в обществе вследствие глобализации, наиболее устойчивым социальным институтом является институт семьи. Несмотря на то что институт семьи испытывает прямую зависимость от общих тенденций социального развития, реагируя на «вызовы времени», он в то же время оказывает многовекторное влияние на все сферы жизнедеятельности общества, выступает неким стабилизирующим фактором в условиях трансформаций украинского социума.

Статистические данные и результаты социологических исследований последних десятилетий фиксируют тенденции изменения семьи на современном этапе ее развития. Они проявляются, прежде всего, в массовой нуклеаризации, уменьшении части семей, состоящих из трех поколений; конъюгализации семьи, то есть сведения ее главным образом к супружеской паре как центру семейного объединения с ослабленными родством и родительством. Для современной семьи также характерно снижение количества браков и увеличение части незарегистрированных браков; увеличение количества неполных семей, массовая малодетность семьи, ее нестабильность, что находит свое проявление в высоком уровне разводов.

Такое положение вызвало необходимость обсуждения в научной среде проблемы кризиса семьи, поднятой еще П. Сорокиным в статье «Кризис современной семьи». Однако не все ученые склоняются к мнению о том, что состояние и тенденции развития социального института семьи следует считать кризисными,

и рассматривают происходящие изменения как трансформацию брачно-семейных отношений. Таким образом, мы можем утверждать, что в социологии сложилось два подхода к рассмотрению современных трансформаций семьи. Раскрывая сущность каждого из них, нам предстоит осуществить анализ особенностей их проявления в украинской семье.

Как мы уже отмечали, в социологии семьи выделяется два подхода к анализу трансформационных процессов – две парадигмы: кризисная (А. Антонов, А. Михеева, Т. Гурко, А. Кравченко) и постмодернистская (Д. Попеное, С. Голод, А. Вишневский). С точки зрения представителей первой парадигмы, происходящие изменения являются признаками того, что семья как социальный институт находится в кризисном состоянии, что, по мнению А. Михеевой, может в итоге привести к депопуляции и казарменной социализации новых поколений, при этом предполагается и угроза прямого вымирания общества [3, с. 9].

Под кризисом семьи понимается ее ослабление как социального института в масштабах общества, что проявляется, прежде всего, в недостаточном выполнении семьей репродуктивной и социализирующей функций, а также сопровождается ослаблением ее как союза супругов, родственников и детей. Такая парадигма ориентирует политиков, ученых на устранение не внешних относительно семьи причин, а недостатков социальной организации рыночно-индустриального типа. Сущность кризиса семьи заключается также в ослаблении социально-нормативной регуляции семейственности, трансформации культурных символов и образцов, снижении ценности брака, семьи с детьми, единства всех поколений.

Кризисные явления проявляются в том, что семья все хуже реализует свои основные функции: организацию супружеской жизни, рождение и воспитание детей, воспроизводство населения. Так, по данным ежегодного государственного доклада о положении семей в Украине (2005 г.), усиливается тенденция увеличения доли брачных пар без детей, с одним ребенком и нереализованные ориентации на 2-детную семью, особенно в городах. К последствиям кризисного проявления относятся также уменьшение на общем фоне численности семей и их прироста за счет молодых супружеских пар; тенденции к увеличению числа семей,

основанных на юридически неоформленном браке, и неполных семей; рост части семей без родителей как следствие социального сиротства; увеличение числа одиночек. Сложные социально-экономические условия, падение уровня жизни и сокращение доходов населения Украины обусловили сужение материальной базы для реализации потребности в детях, вследствие чего молодые люди стали откладывать рождение детей, считая, что залогом увеличения детности является повышение уровня жизни (62%), решение квартирной проблемы (50%) [5].

Причины такого положения семей имеют как частный, так и общий характер и являются порождением индустриальной цивилизации. Их можно условно разделить на экономические (потеря работы, невыплата заработной платы или пособий, низкий уровень оплаты труда и др.) и социальные (алкоголизм, тунеядство, противоправное поведение одного или обоих супругов). Как правило, этому сопутствует низкий культурный уровень, бездуховность, безответственность перед детьми. Ребенок, растущий в такой семье, часто неуравновешен, психологически подавлен, формирует стереотипы общественного поведения, не адекватные общей социальной и культурной среде.

Данный подход не ориентирует семейную политику на устранение или коррекцию негативных последствий спонтанной эволюции семьи. Его представители рассматривают семейную политику как деятельность государства, политических партий, общественных организаций, направленную на поддержку, укрепление семьи как социального института, семейного образа жизни. Иначе говоря, они выступают за активные действия по укреплению семьи в обществе.

Вместе с тем некоторые исследователи не совсем корректно соотносят понятия «кризис семьи» и «дезорганизация семьи», зачастую смешивая их или подменяя друг другом. Поэтому следует определить их значения.

Противостояние и спорность интересов личности и общества в вопросах социализации и воспроизводства населения делает гармонизацию этих интересов сложной и острой проблемой, так как в сфере брачно-семейных отношений человек стремится к тому, что ему хочется, а не к тому, что является общественно полезным или не имеет негативных последствий глобального

характера. С другой стороны, институт семьи существует не потому, что выполняет жизненно важные социальные функции, а потому, что супружество, рождение, содержание и воспитание детей отвечают каким-то глубоко личным потребностям человека. Очевидно, само ослабление, угасание этих личных мотивов и желаний и составляют сущность кризиса семьи как социального института. В то же время невыполнение основных функций семьи, что подтверждается данными социологических исследований, может и не свидетельствовать о кризисе семьи, если процесс семейной дезорганизации не касается семейных ценностей, не связан с девальвацией ценностей детей и родительства. Поэтому, в отличие от кризиса, мы рассматриваем дезорганизацию семьи, согласно определению С. Вакуленко, как негативную направленность семейных изменений в ходе истории или блокирование семейных процессов необычайными обстоятельствами [2, с. 46].

Но, исходя из многовековой стабильности институтов семьи и брака, все-таки никто не допускает возможности полного краха семьи вообще и ее основы — моногамного брака. Еще П. Сорокин, говоря о кризисе семьи как автономной целостности, который он видел в распаде семьи на три части (союз родителей и детей, супружеский и хозяйственный союзы) и ослаблении каждой из них в связи с кризисом чувственной культуры, показал роль семьи как регулятора социальной мобильности в обществе [4]. Наряду с этим следует отметить и тот факт, что, по данным ежегодного социологического мониторинга Института социологии НАН Украины, в стране традиционно высок уровень браков, велика ценность семьи и детей [1].

Приверженцы постмодернистской парадигмы считают, что переход от традиционной к современной семье, плюрализм форм брака и семейных структур не должны интерпретироваться как отклонение от нормы. Скорее они являются признаком существенных и необратимых эволюционных сдвигов в самом институте семьи, элементом модернизации всего общества [3, с. 9].

С точки зрения этого подхода так называемые кризисные явления вызваны отставанием темпов изменений в семье от изменений в самом обществе. Исходя из этого, реакция со стороны общества должна состоять в содействии новым демографическим отношениям, компенсационным мероприятиям. Семейная

политика в таком случае определяется как комплекс практических мероприятий, обеспечивающих семьям с детьми определенные социальные гарантии, что даст возможность улучшить материальное положение, смягчить экономические проблемы семьи, будет способствовать функционированию семьи в интересах общества.

При анализе брачно-семейных отношений следует иметь в виду, что семья оказалась под прицелом не одной, а сразу нескольких глобальных тенденций, затронувших и наше общество. Они выражаются в демократизации общества, его информатизации, возрастании роли женщин в общественной жизни.

Особое внимание в постмодернистском подходе уделяется роли и значению личностного потенциала в семейных отношениях. Это обусловлено действием таких факторов, как переход к рыночным отношениям, правовому государству, информационным технологиям, что, в свою очередь, требует наибольшего раскрытия творческого потенциала личности, возможностей ее социальной адаптации. Складывается новое отношение к каждому члену семьи как к персоне, что порождает по существу новую важнейшую функцию семьи – персоналитарную (от лат. *persona* – особа, личность). Это означает формирование такого типа семьи, где будут созданы условия для творческого развития и самовыражения каждого члена семьи, включая родителей и детей, на основе уважения достоинства личности, любви и согласия. Персоналитарная функция семьи в перспективе должна стать ведущей, определяющей сущность семьи в информационном обществе.

Таким образом, следует отметить, что трансформационные процессы в обществе вызвали изменения в сфере брачно-семейных отношений, в связи с чем возникла необходимость их социологического анализа. В современной социологии выделились два подхода к анализу трансформаций семьи как социального института, которые актуализированы общим состоянием семьи и тенденциями ее развития.

#### Список литературы

1. Амджадин Л. Трансформационные изменения института семьи и брачных отношений в украинском обществе: гендерный анализ / Л. Амджадин // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2007. – № 3. – С. 60–62.

2. Вакуленко С. М. Соціологія сім'ї: [навч.-метод. посіб. для викладачів та студентів] / С. М. Вакуленко; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. — Х., 2003. — 159 с.

3. Михеева А. Р. Брак, семья, родительство: социологические и демографические аспекты: [учеб. пособие] / А. Р. Михеева; Новосиб. гос. ун-т. — Новосибирск, 2001. — 74 с.

4. Ноур А. М. Сім'я в умовах становлення незалежної України (1991–2003 роки): щорічна державна доповідь про становище сімей в Україні за підсумками 2003 року / А. М. Ноур, В. Г. Захарченко // Укр. соціум. — 2005. — № 2–3 (7–8). — С. 143–160.

5. Сорокин П. А. Кризис современной семьи / П. А. Сорокин // Вестн. МГУ. Сер. 18. Социология и политология. — 1997. — № 3. — С. 12–16.

### Резюме

У даній статті розглядаються підходи до аналізу трансформацій соціального інституту сім'ї. Розкривається сутність кризової та постмодерністської парадигм, дається характеристика сучасного становища та тенденцій розвитку шлюбно-сімейних стосунків.

### Summary

The paper discusses approaches to the analysis of transformations of social institute of family. The essence of crisis and postmodernist paradigm are revealed. The characteristics of modern state and tendencies of marriage and family relations development are given.

УДК 316.334.22:331.108

*А. В. Кирсанова*

*Научный руководитель канд. социол. наук М. В. Бирюкова*

## **ПРОДВИЖЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В УКРАИНЕ: ПРОБЛЕМЫ И ЗАДАЧИ**

**Ключевые слова:** корпоративная культура, организация, персонал.

В последнее время вопрос корпоративной культуры, особенно в больших организациях, привлекает внимание теоретиков и практиков управления. Это связано с тем, что проблема освое-

ния корпоративной культуры недостаточно освещена с научной точки зрения как явление, которое только в конце XX века приобрело черты функционального элемента организации как в нашей стране, так и за рубежом. Корпоративная культура (КК) как направление исследования находится на пересечении таких наук, как менеджмент, социология, культурология, психология. С одной стороны, это усложняет процесс познания сути самой КК, но с другой – дает возможность наиболее полно использовать корпоративную культуру как инструмент эффективного управления персоналом, который является самым ценным ресурсом фирмы.

Основной целью статьи является изучение практики продвижения корпоративной культуры в организациях Украины, выявление насущных проблем и задач по дальнейшему развитию КК.

Чтобы выявить значимость корпоративной культуры, начнем с определения ее термина. Концепция корпоративной культуры не имеет единой трактовки. Например, К. Голд фиксирует имиджевое предназначение корпоративной культуры и определяет ее как уникальные характеристики воспринимаемых особенностей организации, того, что выделяет ее среди других в отрасли. С другой стороны, М. Мескон рассматривает корпоративную культуру с точки зрения регулятивной функции [3, с. 87]. По его словам, культура отображает обычаи, которые преобладают в данной организации, ее атмосферу и климат.

Свое определение предлагают О. С. Виханский и О. И. Наумов: они определяют корпоративную культуру как набор наиболее важных предложений, воспринимаемых членами организации и выражающихся в ценностях, декларируемых организацией и задающих сотрудникам ориентиры в их поведении и действиях. Их мнение отражает консолидирующую функцию корпоративной культуры [3, с. 87].

Такое многообразие определений корпоративной культуры еще раз подтверждает сложность данного элемента организации в научном познании, а соответственно, и в практическом использовании.

В деятельности организаций и предприятий, заботящихся о своей корпоративной культуре, проявляются общие принципы делового взаимодействия и этики, каждая организация имеет свою индивидуальность, «свое лицо». Так, не бывает абсолютно

одинаковых банков, рекламных агентств, строительных компаний и т. п. Вместе с тем можно заметить некоторые общие черты корпоративной культуры в организациях, относящихся к конкретной сфере деятельности.

Корпоративную культуру можно разделить на два определенных уровня. Первый, «внешний», включающий следующие видимые атрибуты: уникальный фирменный стиль, символы, организационные церемонии, что позволяет организации через КК поддерживать и транслировать специфику собственного имиджа. Второй – «базовый» – ценности этого уровня более глубоки по сравнению с «внешним», хотя и являются их продолжением. К таким ценностям принадлежат миссия компании, ее кодекс, правила взаимоотношений сотрудников компании [2, с. 61]. Ценности базового уровня составляют основу КК, выстраивают нормы и формы поведения сотрудников в организации. Такие нормы и формы поведения, с одной стороны, разделяются и декларируются учредителями, администрацией и авторитетными работниками, с другой – выступают ключевым звеном КК и формируют единство взглядов и действий всех сотрудников.

Для организаций, имеющих достаточно длинную историю своего существования, важно, с одной стороны, поддерживать сложившуюся корпоративную культуру как фактор внутренней стабильности организации, а с другой – изживать те черты, которые снижают эффективность работы или являются тормозом в развитии. В организациях с устоявшейся корпоративной культурой она приобретает самостоятельное значение и становится атрибутом организации в целом. Сформировавшаяся культура открывает для руководителя возможности осуществлять управление через корпоративные ценности и нормы и повышает результативность деятельности коллектива. Задача «молодых» организаций – это создание условий, определенной среды, в которой будут сформированы единые правила поведения, нормы организации и другие черты корпоративной культуры.

Носителем корпоративной культуры выступает персонал. Вместе с тем корпоративная культура является мощным инструментом самоуправления в организации, так как содержит конкретные критерии самооценок, способствует формированию уверенности, гордости за свою организацию, противодействует

возможному уходу из нее, что существенно повышает стабильность функционирования и в определенной мере информационную безопасность организации, поскольку с уходом сотрудника может произойти утечка важной информации [1, с. 39].

Украинскими фирмами уже приобретен определенный опыт в продвижении в организациях корпоративной культуры, о чем свидетельствуют работы социологов:

- 50% современных украинских руководителей считают, что в идеале корпоративная культура должна быть на предприятии;
- 40% наших предпринимателей пытаются сформировать ее посредством западных технологий;
- 35% признают необходимость ее в своей компании, но для этого у них нет ни времени, ни ресурсов;
- 25% вообще считают ее ненужной [4, с. 86].

По нашему мнению, при использовании западного опыта по формированию корпоративной культуры обязательно следует учитывать особенности украинского менталитета, общественного сознания и психологии, оказывающих влияние на экономическую среду и экономическую культуру. «Слепое» внедрение западных норм и методов приводит к плачевным последствиям.

Мировой опыт ведения хозяйства показывает, что внедрение в корпоративные отношения норм, соблюдение которых создало бы атмосферу единства целей каждого участника управления, позволяет достигать более высоких уровней организации деятельности предприятия. Чем сильнее корпоративная культура, тем сильнее компания – как внешне, так и внутренне. А мощная организация является важной составляющей стабильности экономической и общественной жизни государства.

Таким образом, среди проблем, касающихся корпоративной культуры, можно выделить следующие: отсутствие глубины в научном познании специфики корпоративной культуры в организациях Украины, несформированность технологий внедрения корпоративной культуры в отечественных организациях, недооценка руководителями значимости корпоративной культуры и ее роли по повышению качества деятельности организации.

Главная задача состоит в необходимости более глубокого исследования элементов корпоративной культуры в условиях функционирования на украинских предприятиях, как для

современной науки, так и для практики использования этих идей в деятельности организаций.

### Список литературы

1. Бобылева М. П. Корпоративная культура и фирменный стиль / М. П. Бобылева // Секретар. дело. — 2002. — № 4. — С. 39–43.
2. Попов Б. Формирование корпоративной культуры / Б. Попов // Упр. персоналом. — 2007. — № 4. — С. 61–63.
3. Савчук Л. Развитие корпоративной культуры в Украине / Л. Савчук, А. Бурлакова // Персонал. — 2005. — № 5. — С. 86–89.

### Резюме

Стаття присвячена актуальному питанню розвитку корпоративної культури в українських організаціях. У ній розкривається визначення терміна корпоративної культури, а також виділяються рівні її функціонування. Головна ідея статті полягає в необхідності підтримки та розвитку корпоративної культури як чинника, який зумовлює ефективну діяльність персоналу та організації в цілому.

### Summary

The paper deals with the urgent issue of corporate culture development in Ukrainian organizations. The notion of the term of corporate culture and levels of its functioning are revealed. The main idea of the paper is necessity of supporting and developing corporate culture as a factor that determines both staff and organization effective performance.

УДК 316.334.22 – 057.86

*А. С. Козакова*

*Научный руководитель канд. психол. наук И. В. Головнева*

## ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ НА РАБОЧИХ МЕСТАХ

**Ключевые слова:** социально-психологическая адаптация, выпускники вузов, трудности социально-психологической адаптации, методы социально-психологической поддержки выпускников вузов.

Неопределенность и быстрота изменений социально-экономической системы Украины приводит к тому, что адаптация выпускников вузов к условиям современного производства является одним из важнейших факторов повышения эффективности трудовой деятельности. Она представляет собой процесс приспособления субъекта к задачам, условиям и традициям организации, формирования положительного отношения к профессиональной деятельности, вхождения в систему межличностных отношений, определения условий для самореализации личности и удовлетворения ее потребностей [7].

Следует отметить, что социально-психологическая адаптация предполагает установление межличностных и деловых отношений с коллегами, освоение ценностей и групповых норм поведения. Выпускник вуза знакомится с расстановкой сил в подразделении, выясняет значимость того или иного сотрудника, включается в состав формальных и неформальных групп. При этом процесс социально-психологической адаптации может оказаться трудным и долговременным, так как связан с немалыми проблемами, к которым относятся обманутые ожидания быстрого успеха, обусловленные недооценкой сложностей вхождения в работу, важности живого человеческого общения, практического опыта и переоценкой значения теоретических знаний [4, с. 28].

В настоящее время многие компании для того чтобы сгладить проблемы адаптации, разрабатывают и применяют различные методики, направленные на максимально быстрое и эффективное включение нового работника в деловую жизнь фирмы, создаются структурные подразделения, отвечающие за процессы адаптации.

Тем не менее проблема социально-психологической адаптации молодых специалистов в организации остается по-прежнему актуальной: отмечая высокий уровень их профессиональной подготовки, руководители предприятий часто называют главным недостатком выпускников «неумение работать в команде». Кроме того, руководство организации не всегда готово «вкладывать деньги» в молодого специалиста для его становления как профессионала, полноценного члена коллектива. При этом отмечается недостаточный уровень социально-психологической компетентности как тех, кто осуществляет ввод сотрудников в организацию, так и молодых специалистов.

Цель нашей работы заключается в анализе проблем социально-психологической адаптации, с которыми сталкиваются выпускники вузов на рабочих местах, и в определении путей их решения.

Проблема социально-психологической адаптации достаточно широко представлена в работах зарубежных и отечественных исследователей, таких как: Ю. К. Балашов, О. С. Виханский, А. И. Наумов, А. П. Волгин, В. В. Гончаров, Г. Десслер, С. А. Дятлов, Г. Г. Зайцев, А. Г. Поршневу, Т. Ю. Базаров, Г. Шмидт и др. [2].

Ряд плодотворных изысканий в изучении социально-психологической адаптации личности в различных сферах производственного коллектива было осуществлено научным коллективом Лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН (В. Н. Безносиков, А. Л. Журавлев, О. И. Зотова, Л. В. Ключникова, И. К. Кряжева, В. П. Поздняков, С. Н. Пустовалов, Е. В. Таранов и др.) [7].

О. И. Зотова и И. К. Кряжева отмечают, что социально-психологическая адаптация осуществляется на разных уровнях общества, трудового коллектива, непосредственного социального окружения, личностной адаптированности. По их мнению, важным фактором, влияющим на адаптационный процесс, являются условия жизни и деятельности. Оценка и восприятие этих условий опосредованы отношением к содержанию труда и целям деятельности. Однако, в зависимости от индивидуальных способностей и особенностей мотивационной сферы личности, условия деятельности могут оказывать ощутимое влияние на характер, скорость и результат адаптации. В коллективе адаптация выступает как необходимое условие продуктивной социальной активности, а социальная активность, в свою очередь, не может существовать без адаптации личности в данной социальной среде. Умение быстро находить свое место в совместной деятельности, в новом коллективе, проявление своих способностей и интересов является основным условием для адаптации человека в новой по отношению к нему социальной среде. Причем, чем выше это умение, тем выше скорость адаптации.

Особенно важны выводы этих ученых о том, что «адаптация происходит тогда, когда социальная среда способствует реализации потребностей и стремлений личности, служит раскрытию и развитию ее индивидуальности». Социально-психологическая

адаптация личности в данном случае определяется «степенью реализации личностного потенциала в конкретных условиях деятельности, наличием условий (в том числе психологических) для свободного проявления сущностных сил» [1].

Следовательно, успешность или неуспешность адаптации человека будет определяться также внутренней, мотивационной структурой его личности, зависеть от иерархии мотивов личности, которые впоследствии, очевидно, будут определять выбор и реализацию соответствующей стратегии поведения.

Факторами социально-психологической адаптации являются психологический климат трудового коллектива, традиции и нормы взаимоотношений в нем, стиль управления, особенности межличностных отношений [3].

В процессе адаптации выпускники вузов сталкиваются с целым набором проблем. Самая типичная ошибка молодого сотрудника – отсутствие стремления понять корпоративную культуру компании и желание влиться в коллектив. Адаптационные ошибки можно разделить на два типа: ошибки поведенческие и функциональные. Поведенческие ошибки – это ошибки, которые человек не должен совершать вовсе (например, громко разговаривать, грубить, качать права, сплетничать и обсуждать других сотрудников за их спиной). Всегда и во всем следует проявлять сдержанность. Для того чтобы не совершать таких ошибок, необходима система воспитательных воздействий сначала в семье, а затем – в вузе. К поведенческим ошибкам относят и неправильный внутренний настрой молодого специалиста, чаще всего – завышенные ожидания к будущему месту работы.

Функциональные ошибки зависят не от личности, а от рабочих навыков сотрудника. И здесь сбой происходит из-за неправильного бизнес-ориентирования или некорректной постановки задачи руководителем. Ошибки новичка – скорее следствие отсутствия системы адаптации в компании, в том числе отсутствия необходимого сотруднику внимания со стороны непосредственного руководителя. Некоторые компании не придают вводному обучению особого значения, в таких организациях выпускники вузов предоставлены сами себе – брошены «на выживание». Одним из примеров функциональных ошибок является ситуация, когда новые сотрудники стремятся продемонстрировать свою

компетентность и берут на себя сразу много задач, не понимая, сколько времени занимает решение тех или иных вопросов, и потом физически не могут с этим справиться. Для того чтобы избежать таких ошибок, руководитель организации должен максимально четко с самого начала объяснить молодому специалисту, какие результаты от него ожидаются, сориентировать его по задачам, функциям, определить критерии оценки его деятельности [8].

В декабре 2000 года лабораторией проблем высшей школы совместно с кафедрой производственного и финансового менеджмента ХГИ «НУА» было проведено социологическое исследование по проблемам адаптации молодых специалистов. В ходе исследования опрошено 100 выпускников 10 высших учебных заведений города Харькова. Данное исследование зафиксировало основные трудности периода адаптации выпускников вузов, среди которых выделяют: недостаточно четкое применение знаний на практике (43,4% ответивших); отсутствие достаточной информации о специфике работы предприятия (32,6%); адаптация к трудовому коллективу (17,4%); трудности в налаживании эмоциональных контактов в коллективе (10,9%); отсутствие навыков делового общения (6,5%) и т. д.

Анализ полученных в ходе исследования данных выявил значимое влияние социально-психологического климата коллектива на частоту возникновения ситуаций, когда молодые специалисты становятся участниками всевозможных конфликтов. Среди молодых специалистов, утверждающих, что социально-психологическая обстановка в их коллективе скорее способствует адаптации, чем нет, 30% придерживаются мнения, что молодые специалисты часто участвуют в конфликтах. В то же время среди выпускников вузов, указавших на то, что социально-психологическая атмосфера в их коллективе не способствует адаптации, доля полагающих, что молодые специалисты часто участвуют в конфликтах, возрастает до 40% [5].

Для практического разрешения проблем социально-психологической адаптации выпускников вузов к коллективу и трудовой деятельности могут быть использованы различные методы психолого-социальной поддержки, такие как:

- ✓ справочник нового сотрудника, который ознакомит

выпускника вуза с общими правилами, требованиями к работе, стандартами ее выполнения. Если выпускник хорошо проинструктирован, то он будет испытывать доверие к руководителю, организации, усвоит их требования, будет комфортно себя чувствовать, эффективно и с желанием работать;

- ✓ организация семинаров, курсов и подобных мероприятий по социально-психологической адаптации;

- ✓ проведение индивидуальных бесед руководителя, наставника с новым сотрудником;

- ✓ проведение организационно-подготовительной работы при введении новшеств;

- ✓ выполнение разовых общественных поручений для установления контактов выпускника вуза с коллективом;

- ✓ использование метода постепенного усложнения заданий, выполняемых новым работником. Одновременно необходим контроль с конструктивным анализом ошибок, допущенных при выполнении заданий;

- ✓ проведение в коллективе подразделения специальных ролевых игр по сплочению сотрудников и развитию групповой динамики [3, 4, 6, 7].

В связи с вышесказанным в настоящее время имеется острая потребность в просвещении руководителей организаций по организации процесса адаптации, а также в соответствующей подготовке будущих специалистов в рамках высших учебных заведений.

Учитывая актуальные потребности организаций и персонала, к решению проблемы адаптации выпускников вузов необходимо подходить комплексно с привлечением специалистов различного профиля (социологов, юристов, экономистов, психологов и т. д.). Это, в свою очередь, смогло бы обеспечить большую эффективность программ по адаптации молодых специалистов.

Программу повышения социально-психологической адаптации молодых специалистов целесообразно реализовывать в виде инновационного семинара-тренинга. Помимо узкоспециализированных целей, в задачи данной программы может входить развитие навыков, необходимых каждому специалисту для эффективного взаимодействия и адаптивного поведения в окружающем мире.

Необходимо также всегда помнить о том, что результаты адаптации молодого специалиста отражаются на показателях работы

всей организации. Если он не ощущает поддержки со стороны организации, у него появляются сомнения в правильности выбора нового места работы, происходят сбои в рабочем процессе, и эффективность работы снижается. Становится возможным самый нежелательный для организации, но вполне вероятный исход — увольнение сотрудника, не освоившегося на рабочем месте, не вписавшегося в коллектив и производственный процесс. Поэтому, если адаптация проходит успешно, то и возникает чувство удовлетворенности работой, достигается стабилизация коллектива, означающая, что молодой специалист нашел свое место в нем, стал его органической частью.

#### Список литературы

1. Зотова О. И. Содержание и показатели адаптации личности / О. И. Зотова, И. К. Кряжева // *Организац. психология*. — СПб. : Питер, 2000. — С. 246–260.
2. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом / А. Я. Кибанов. — М. : ИНФРА — М, 2002. — 304 с.
3. Манаев С. В. Адаптация новых сотрудников: роли, функции, назначения / С. В. Манаев, Ю. Л. Горковенко // *Упр. персоналом*. — 2001. — № 11/12. — С. 57–58.
4. Маусов Н. К. Адаптация персонала в организации / Н. К. Маусов, О. М. Ламскова // *Упр. персоналом*. — 2004. — № 13. — С. 27–30.
5. Проблемы профессиональной адаптации в современном украинском обществе : отчет о социол. исслед. — Х. : ХГИ «НУА», 2001. — 220 с.
6. Социально-психологическая адаптация выпускников вузов : проект // *Вакансия*. — 2008. — № 9. — С. 34.
7. *Управление персоналом* / под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. — М., 2003.
8. Федорова П. С. Актуальные проблемы социально-психологической адаптации личности в коллективе / П. С. Федорова // *Вестн. интегратив. психологии*. — 2006. — № 4. — С. 23–25.

#### Резюме

У даній статті розглядаються проблеми соціально-психологічної адаптації випускників ВНЗ на робочих місцях та можливі шляхи їх розв'язання.

Сьогодні існує гостра необхідність у навчанні роботодавців організації процесу адаптації, а також у відповідній підготовці майбутніх спеціалістів у вищих навчальних закладах.

**Summary**

The article considers the problems of socio-psychological adaptation of University graduates on work places and ways of their solution.

The conclusion is made that there is acute necessity in training employers on organizing the process of staff adaptation as well as appropriate University training for future specialists.

УДК 37.03:159.928.2-057.87

*Ю. И. Ломака*

*Научный руководитель д-р социол. наук Е. А. Подольская*

## **РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОДАРЕННЫХ ДЕТЕЙ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**Ключевые слова:** одаренность, одаренные дети, талант, дифференциация обучения.

Смена парадигмы общественного развития, вхождение Украины в мировое образовательное и информационно-техническое пространство определяют социальный заказ на творчески ориентированную личность, способную проявить и реализовать себя в нестандартных условиях, гибко и самостоятельно использовать приобретенные знания в разнообразных жизненных ситуациях. Изменение характера труда в современной экономике делает интеллектуальные ресурсы работников более ценной частью капитала, чем материальные активы.

В этих условиях качество образовательной системы во многом определяется ее способностью гарантировать высокие результаты учащихся, формировать у детей характеристики, необходимые в наступающем информационном веке: навыки мышления, способности к «решению проблем», умение адаптироваться к новым требованиям, новым рынкам, новым информационным технологиям. На первый план логично и неизбежно выходит необходимость реализации потенциальных возможностей школьников с учетом их индивидуальных различий. Поэтому работа с одаренными детьми приобретает все большую актуальность.

Проблема развития творческого потенциала одаренных детей изучается как американскими и западноевропейскими авторами, так и отечественными социологами, психологами и педагогами (Б. М. Теплов, Д. Б. Богоявленская, Ю. Г. Тамберг, В. Н. Дружинин, М. К. Акимова, А. И. Савенков, М. А. Холодная и др.). Вопросы разработки дифференцированных программ для одаренных учащихся в условиях общеобразовательных и специализированных школ анализируются такими авторами, как С. Боуг, Р. И. Мольтцен, Ф. Ганье, М. Гросс (S. Boag, R. I. Moltzen, F. Gagne, M. Gross). Исследованием проблемы выявления одаренных учащихся занимались Дж. Ф. Фельдхузен, Ф. А. Джарван, М. М. Фразье, А. Танненбаум (J. F. Feldhusen and F. A. Jarwan, M. M. Frasier, A. Tannenbaum), в то время как некоторые авторы – Дж. С. Рензулли, С. М. Райе, А. Циглер, К. А. Хеллер (J. S. Renzulli and S. M. Reis, A. Ziegler K. A. Heller) – рассматривают концептуальные подходы к одаренности.

*Цель* данной статьи – выявить факторы развития творческого потенциала одаренных детей в сфере образования. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- уточнить ключевые понятия: «творческий потенциал», «одаренность», «талант»;
- исследовать подходы к определению детской одаренности;
- проанализировать условия, создаваемые учебными заведениями для развития творческого потенциала детей;
- выработать рекомендации для создания образовательных программ развития творческого потенциала одаренных детей в Украине.

*Детский возраст* представляет собой период становления способностей и личности. Согласно Конвенции по правам ребенка детским возрастом считается возраст от 0 до 18 лет. Прежде чем ставить вопрос об обучении одаренных детей, необходимо обратиться к определению понятия «одаренность».

*Одаренность* воспринимается как системное, развивающееся в течение жизни качество психики, которое определяет возможность достижения человеком более высоких по сравнению с другими людьми, незаурядных результатов в одном или нескольких видах деятельности. При этом *одаренный ребенок* – это ребенок, который выделяется яркими, очевидными, иногда

выдающимися достижениями (или имеет внутренние предпосылки для таких достижений) в том или ином виде деятельности [1, с. 5].

В методологическом плане важно соотнести понятия «одаренность» и «талант». *Талант* — это врожденные способности, обеспечивающие высокие успехи в деятельности [3, с. 192]. Одаренность же рассматривается как состояние таланта, степень его выраженности.

Проанализировав множество концепций отечественных и зарубежных авторов, мы выделили три основных подхода к пониманию феномена одаренности:

- *тотальная одаренность*: каждый ребенок неповторим, а, соответственно, одарен;
- *избирательная одаренность*: одарены от природы лишь некоторые, которых можно различать по критериям;
- *девиантная одаренность*: гениальная одаренность сопровождается физиологическими и психологическими отклонениями.

Кроме того, вплоть до сегодняшнего дня остается открытым вопрос о генезисе одаренности. В связи с этим в литературе существуют две точки зрения:

- 1) одаренность — это следствие оптимальных генетических условий, то есть свойство является врожденным;
- 2) одаренность — это следствие оптимальных условий воспитания и упорного труда, то есть она является приобретенным свойством, и каждый ребенок со средним уровнем интеллекта может стать одаренным [3, с. 193].

Мы склонны придерживаться концепции «приобретенной одаренности», поскольку, на наш взгляд, каждому ребенку свойственно иметь потенциальные способности в различных сферах жизнедеятельности — интеллектуальной, академических достижений, творческого или продуктивного мышления, общения и лидерства, художественной деятельности, двигательной. Вне зависимости от сферы, одаренные дети как объект исследования развиваются синергетично, то есть требуют создания специфических условий для развития, и подвержены влиянию трех основных факторов (рис. 1).

Американские психологи, изучив жизненный путь 400 выдающихся людей, обнаружили, что 60% из них тяжело адаптировались

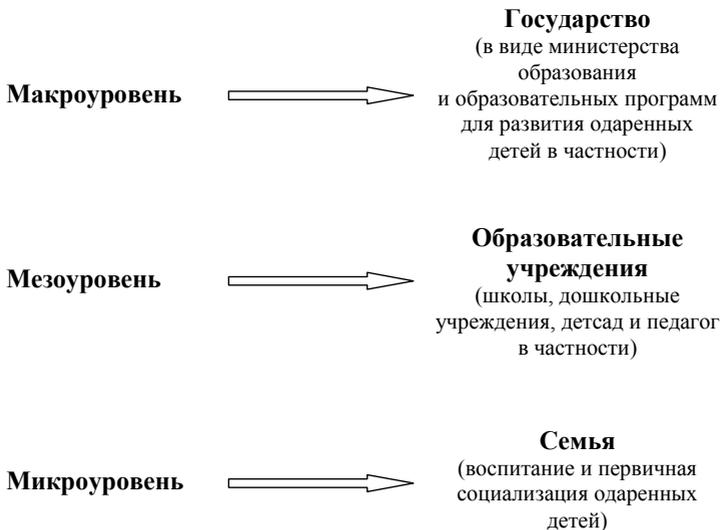


Рис. 1

к условиям учебы, ориентированной на средний уровень знаний. Это лишний раз подтверждает, что одаренные дети нуждаются в дифференциации обучения или/и в создании специализированных программ [2, с. 3]. *Дифференциация обучения* предполагает разделение последнего в соответствии с наиболее важными особенностями учащихся. К формам дифференциации могут быть отнесены варианты различных организационных стратегий обучения одаренных детей:

а) жесткая («селективная»): создание для одаренных детей специальных учебных заведений (школ);

б) гибкая («элективная»): обучение одаренных детей совместно с их «нормальными» сверстниками;

с) переходная: наличие классов (групп) на одной параллели с разным уровнем и характером обучения [4, с. 56].

В условиях трансформации современного украинского общества оптимальной формой дифференциации обучения нам представляется переходная форма, которая сравнительно легко осуществима и, что самое главное, эффективна. Не каждая семья

может позволить себе отдать ребенка в школу для обучения одаренных, поскольку в Украине их мало, а также из-за дороговизны обучения в них. Элективная форма, в свою очередь, требует индивидуализации процесса обучения, гибкого графика, а главное – высококвалифицированных педагогов, специально обученных работе с одаренными детьми.

Дифференциация обучения должна сопровождаться внедрением специализированных программ, в соответствии с которыми ведется процесс обучения одаренных детей. В Украине проблематикой одаренных детей, составлением индивидуальных программ их воспитания и обучения занимается научно-практический центр «Психодиагностика и дифференцированное обучение» Института психологии им. Г. С. Костюка АПН Украины. Методы диагностики способностей в данном центре предполагают выявление потенциальных возможностей интеллектуального развития: уровня исследовательской активности, способности к прогнозированию; изучение особенностей личностного развития [2, с. 3].

В дошкольных учреждениях для воспитания детей необходимо использовать индивидуальные программы с учетом особенностей детей, их склонностей и интересов. Эти программы должны отображать междисциплинарный развивающий характер обучения, главные идеи познания, а не совокупность конкретных фактов; способствовать развитию различных типов мышления, исследовательских умений, навыков самоорганизованности; совершенствовать способы общения и взаимодействия с людьми.

Не менее важной является специальная подготовка педагогов к работе с одаренными детьми. Они должны быть эмпатийными, доброжелательными, внимательными, эмоционально стабильными, иметь чувство юмора и позитивное мировосприятие.

#### Список литературы

1. Богоявленская Д. Б. Рабочая концепция одаренности / Д. Б. Богоявленская // *Вопр. образования.* – 2004. – № 2. – С. 5.
2. Леднева С. Диагностика и развитие детской одаренности педагогом / С. Леднева // *Дошк. воспитание.* – 2007. – №5. – С. 3.
3. Рябченко В. Потенційно обдарована дитина: виявлення та підтримка / В. Рябченко // *Дир. шк., ліцею, гімназії.* – 2004. – № 2/3. – С. 192–193.
4. Савенков А. Дифференциация обучения и одаренные дети / А. И. Савенков // *Magister.* – 2000. – № 1. – С. 56.

**Резюме**

Метою статті є аналіз соціального замовлення на творчу особистість, що здатна адаптуватися до різних життєвих ситуацій та успішно реалізувати свої знання та навички. Автор підкреслює важливість створення специфічних умов для розвитку творчого потенціалу обдарованих дітей інститутом освіти.

**Summary**

The paper aims to analyze the social demand for creative personality that is able to adapt to various life situations and successfully realize his skills and knowledge. The author emphasizes the importance of forming specific conditions by the institute of education for the development of creative potential of gifted children.

УДК 316.77:004.738.5

*А. В. Малиновская*

*Научный руководитель канд. социол. наук О. С. Овакимян*

## **ВОЗНИКНОВЕНИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ КАК НОВОЙ СРЕДЫ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

**Ключевые слова:** Интернет, виртуальные сетевые сообщества, социальное взаимодействие.

Развитие средств массовой коммуникации и информационных технологий становится сегодня важнейшим фактором в жизни мирового сообщества, условием и характеристикой перехода к информационному обществу. Их распространение качественно преобразует жизнь общества и вызывает революционные сдвиги в экономической, культурной и других сферах. Ключевое место среди таких средств массовой коммуникации занимает всемирная сеть Интернет.

В техническом плане Интернет как международная глобальная компьютерная сеть среди множества функций выполняет функцию сближения людей посредством ускорения процессов обмена информацией. Обеспечивая процесс моментального

обмена знаковой информацией, новые коммуникационные технологии сближают людей всего мира, разных стран, разных культур, говорящих на разных языках, живущих в разных временных поясах. Кроме того, эта компьютерная сеть является и уникальным виртуальным пространством, дающим ее пользователям возможность виртуальной реализации своей личности в его пределах, возможность творить себя и свой мир [4].

Феномен Интернета довольно быстро привлек внимание как зарубежных, так и отечественных социологов (Г. Рейнгольд, Ш. Такл, П. Коллок, А. Е. Войскунский, С. А. Дятлов, В. П. Терин, Е. Д. Патаракин, С. И. Алексухин, В. В. Пациорковский, С. В. Бондаренко, С. Коноплицкий, В. Н. Щербина), многие из которых отмечают, что сегодня постепенно происходит перенос привычных процессов коммуникации и социального взаимодействия в Интернет-пространство. В виртуальной среде данные процессы подчиняются законам, действующим при формировании традиционных социальных групп, то есть объединение пользователей различных Интернет-ресурсов в так называемые виртуальные сетевые сообщества происходит на основе общих интересов, социально значимых целей, потребностей и ценностей.

Цель данной статьи состоит в рассмотрении предпосылок возникновения и формирования виртуальных сетевых сообществ как новой среды социального взаимодействия.

Прежде чем перейти к изложению основного материала публикации, на наш взгляд, необходимо уточнить понятие «виртуальное сетевое сообщество». На данный момент не существует единого общепринятого определения, интерпретирующего данное понятие. Наиболее часто встречаются определения, отождествляющие понятия «виртуальное сетевое сообщество» и «Интернет-сообщество» (Internet community). Главным критерием их отличия от традиционных сообществ выступает участие в процессе виртуальных сетевых коммуникаций. Таким образом, виртуальные сетевые сообщества — это группы людей, объединенных на основе общего информационного поля, создаваемого средствами Интернет. Участниками Интернет-сообществ могут считаться постоянные потребители определенного информационного сетевого ресурса (сайта, рассылки и т. д.), посетители чатов, участники телеконференций и т. п.

Впервые виртуальные сетевые сообщества возникли в 1979 году в связи с появлением открытых электронных досок объявлений (bulletin board system, сокращенно BBS). С возникновением в 80-х годах групп рассылки электронных сообщений и чат-форумов это явление получило дальнейшее развитие.

Лидером online communities считают WELL (<http://www.well.com/>). В конце 80-х веб-сайт Kaliforniica Sausalito предложил пользователям новую форму общения – по интересам, в реальном времени и с возможностью установления длительных отношений [5].

Директор самой динамично развивающейся американской Интернет-компания «Google» Э. Шмидт в качестве первой волны развития виртуальных сетевых коммуникаций выделил электронную почту, второй – организацию сетевых ресурсов, третьей, нарастающей в настоящее время, – самопубликации [1].

Таким образом, основной предпосылкой возникновения виртуальных сетевых сообществ является разработка и введение в эксплуатацию программных оболочек, позволяющих облегчить и ускорить процессы передачи информации от одного субъекта взаимодействия к другому.

Появление и развитие форм социальной жизни в виртуальном пространстве имеет много общего с оффлайном, то есть с реальной жизнью [2]. Сегодня возникло множество виртуальных сетевых сообществ, отличающихся порой весьма замысловатой иерархией. Например, архитектура сайта «Сайбертаун» позволила Интернет-сообществам вплотную приблизиться к воспроизведению реального мира. Пользователям предоставлена возможность построить собственный двух- или трехмерный виртуальный дом, используя широкий спектр предлагаемых проектов-образцов. Хозяин вновь построенного дома получает «гражданство» одного из «поселений», составляющих «кибергород». В своих виртуальных жилищах все граждане имеют собственный «кабинет» для виртуального общения, а также доску объявлений, где могут «вывесить» свое описание с фотографией. Посетители двухмерного дома получают доступ ко всей этой информации и могут пообщаться с хозяином либо оставить ему сообщение. Если же гражданин «кибергорода» предпочтет виртуальную реальность в виде трехмерного жилища, то все граждане имеют возможность зайти к нему в гости, осмотреть его жилище, пообщаться с хозяином

в режиме реального времени. Сообщество «кибергорода» предоставляет своим гражданам работу. Жителями города организовано множество клубов по интересам, открытых для каждого гражданина [5].

На наш взгляд, виртуальное сетевое сообщество такого рода призвано удовлетворить потребность личности в неформальном общении, выполняя при этом своего рода психо- и социотерапевтическую функцию. Исходя из рассмотренного примера виртуального сетевого сообщества, мы можем увидеть, что в виртуальном пространстве возникновение процессов социального взаимодействия происходит практически по той же схеме, что и в реальных общностях: людей объединяют общие интересы – получение необходимой информации, неформальное общение.

Подводя итог рассмотренным аспектам возникновения и формирования виртуального сетевого сообщества, необходимо отметить, что данная проблема является достаточно обширной. Целесообразно, на наш взгляд, определить задачи для дальнейшего анализа в этой области, лежащие в русле исследования форм проявления социальных законов, оказывающих влияние на поведение акторов в пространстве виртуальных взаимодействий; формы осуществления интеракций, опосредованных компьютерами и аналогичными им устройствами; информационные потребности акторов и степень их совпадения с социальными целями виртуальных сетевых сообществ, участниками которых они являются, а также обстоятельства, оказывающие влияние на развитие указанных потребностей и др.

Таким образом, возникновение сети Интернет обусловило формирование новой среды социального взаимодействия, в качестве которой и выступают различные виртуальные сетевые сообщества. Наличие у участников виртуальных сетевых сообществ общей цели взаимодействия, возможность общения в реальном времени, достижения цели взаимодействия – вот те характеристики, которые позволяют говорить о виртуальных сетевых сообществах как о новой среде социального взаимодействия. Происходящие в виртуальных сетевых сообществах социальные процессы требуют дальнейшего осмысления и эмпирического изучения.

---

**Список литературы**

1. Алексухин С. И. Формирование новых коммуникативных сообществ [Электронный ресурс] / С. И. Алексухин // Исследовано в России. – Режим доступа : <http://zhurnal.ape.relarn.ru/articles/2003/127.pdf/>. – Загл. с экрана.
2. Бондаренко С. В. Жили они долго?! И... [Электронный ресурс] / С. В. Бондаренко // Компьютерра. – 2004. – № 5 (10 февр.). – Режим доступа : <http://offline.computerra.ru/2004/529/32074/>. – Загл. с экрана.
3. Бондаренко С. В. О социологии виртуальных сетевых сообществ / С. В. Бондаренко // Технологии информационного общества – Интернет и современное общество : труды VII Всерос. объедин. конф. Санкт-Петербург, 10–12 нояб. 2004 г. – СПб. : Изд-во Филол. ф-та СПбГУ, 2004. – С. 7–8.
4. Коноплицкий С. Сетевые сообщества как объект социологического анализа / С. Коноплицкий // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 3. – С. 167–177.
5. Щербина В. Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа [Электронный ресурс] / В. Н. Щербина // Режим доступа : <http://soc.univ.kiev.ua/LIB/PUB/S/scherbyna.pdf/>. – Загл. с экрана.

**Резюме**

Стаття присвячена розгляду передумов виникнення і формування віртуальних мережевих спільнот. Фокус зосереджується на їх аналізі як нового середовища соціальної взаємодії. Визначено характеристики віртуальних мережевих спільнот. Проведений науковий пошук дозволив розширити уявлення про можливості подальших досліджень цього напрямку.

**Summary**

The paper examines the background of origin and formation of virtual net communities. The analysis of virtual net communities as new environment of social interaction is focused on. The characteristics of virtual net communities are singled out. Our scientific research makes it possible to extend the ideas about opportunities of further researches in this scientific direction.

*Д. Е. Шевченко*

*Научный руководитель канд. психол. наук И. В. Головнева*

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КОНФЛИКТОВ

**Ключевые слова:** конфликт, организация, организационный конфликт, причины конфликтов, стили поведения в конфликте.

В настоящее время организация рассматривается как целеориентированная система, где функционируют различные по своим социально-экономическим интересам иерархически соподчиненные группы. Являясь структурным элементом организации и субъектами целеполагания, они склонны к абсолютизации своих целей, что создает почву для рассогласования интересов подразделений и субъектов в организации.

Данная ситуация приводит к возникновению организационных конфликтов — неотъемлемой части жизнедеятельности любого предприятия, учреждения, организации. Интерес к проблемам возникновения и эффективного разрешения конфликтов в организации проявляли и проявляют сегодня не только исследователи — психологи, социологи, педагоги, но и практики — руководители, административно-управленческий персонал. Ведь конфликты негативно влияют на эффективность работы организации, они могут стать причиной увольнений сотрудников, серьезных ошибок. В связи с этим, безусловно, очень важен анализ изучения организационных конфликтов за рубежом и в нашей стране, так как эти вопросы представляют и практический интерес для менеджеров по персоналу.

На сегодняшний день в литературе существуют различные взгляды на природу организационных конфликтов и их социальную роль. Так, американский исследователь У. Самнер (1840—1910) [2] основной причиной возникновения конфликтов в человеческой деятельности считает стремление к удовлетворению потребностей в общественном признании. Толкотт Парсонс

(1902–1979), изучая составляющие деятельности организации, считал конфликт, возникающий в ней, деструктивным, разрушительным явлением, свидетельствующем о кризисе социальной системы. Немецкий философ и социолог рассматривал организационный конфликт как неизбежное явление в общественной жизни, вытекающее из свойств человеческой природы. Он утверждал, что возникающие внутри группы враждебные чувства и конфликты наиболее вероятны, если люди ощущают общую стабильность своего положения, уверены в своей безопасности. Русские ученые Ф. Бородкин и Н. Коряк определяют конфликт как столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций и мыслей или взглядов людей [2].

Изучение ряда работ, посвященных исследованию организационных конфликтов, позволяет сделать вывод о существовании значительного количества разных подходов к определению конфликтов и их роли в жизнедеятельности организации, что является следствием определенного различия в их изучении теоретиками и практиками как представителями различных направлений и течений. Практическое значение этого факта очень существенно: с учетом не только особенностей конкретной организации, но и особенностей культуры, менталитета населения страны можно эффективно применять определенные методы регулирования и разрешения организационных конфликтов. Но, тем не менее, общим в изучении организационных конфликтов для всех направлений является тот факт, что конфликты – неизбежное явление в организациях и в обществе в целом. Конфликты существуют столько, сколько существует человечество, оказывая значительное влияние на развитие и функционирование коллектива, группы, организации и общества.

Зачастую многие современные отечественные менеджеры по персоналу либо руководители прибегают к использованию различных методов и методик разрешения организационных конфликтов, заимствуя опыт других стран. Однако, исходя из вышесказанного, возникает правомерный вопрос: а эффективна ли будет такая методика без исследования особенностей и структурных элементов самого конфликта и учета особенностей национальной психологии? Эта проблема, бесспорно, требует пристального внимания и работы над ней, поскольку она еще

недостаточно разработана для профессионального практического применения.

Мы поставили своей целью рассмотреть специфику изучения организационных конфликтов в нашей стране и за рубежом с учетом широкого спектра факторов, влияющих на их протекание.

В отечественной социологии и социальной психологии давно обозначились основные линии изучения конфликтов в организациях: теоретическое осмысление его сущности, структуры и динамики (Л. А. Петровская, Ф. М. Бородкин и Н. М. Коряк), выявление иерархии факторов, детерминирующих конфликт (Н. В. Гришина, А. Т. Алексеева, В. Н. Шаленко, В. М. Афонькова, Т. Е. Котенко), исследование функций (Э. А. Орлов, Л. Б. Филонов), межличностных аспектов конфликтного взаимодействия (А. А. Ершов, Э. А. Орлова, Н. В. Гришина, С. И. Ерина, Е. С. Кузьмин), способов управления (В. Н. Шаленко, Ф. М. Бородкин, Н. М. Коряк, Т. З. Козлова), связи конфликта с организационной структурой (Г. А. Моченов, М. Н. Ночевник, Н. В. Гришина) [8].

Анализ литературы показывает, что, в целом, создана методологическая база изучения конфликтов, но исследования рассредоточены по трем основным самостоятельным направлениям: социальному, организационному и социально-психологическому. Целостное конфликтное поле организации как структурного элемента общества не стало пока основой для создания комплексных методов разрешения конфликтов.

Проведенное в 2004 году исследование под руководством кандидата педагогических наук А. С. Сицинского по определению типов конфликтов и причин, порождающих организационные конфликты, позволяет сделать вывод о том, что самым распространенным типом конфликта в организации в нашей стране является межличностный. Конфликты такого типа в сфере управления и производства могут возникать чаще всего из-за ограниченных ресурсов, капитала и рабочей силы, вакантных должностей и отличия в характере субъектов организации [7].

Примером научной работы, характерной для направления изучения конфликтов в организациях, является исследование под руководством доктора психологических наук И. В. Грошева «Гендерные особенности конфликтности на предприятиях и в организациях» [3]. Цель данного исследования заключалась

в изучении индикаторов (показателей) конфликтности через призму гендерного и возрастного фактора, опосредованного управленческой деятельностью. Согласно проведенному исследованию, для персонала, руководимого как женщинами так и мужчинами, общей является тенденция к переживанию внутреннего психологического конфликта, что, по всей вероятности, определяется спецификой управленческой деятельности. Предположение о различном влиянии индивидуально-личностных особенностей руководителей (мужчин и женщин) с разным уровнем выраженности конфликтности на персонал получило экспериментальное подтверждение. Так, персонал под руководством мужчин-менеджеров характеризуется большей тревожностью, враждебностью и конфликтностью в отличие от персонала, руководимого женщинами. Среди основных причин конфликтов между персоналом и руководителем, с точки зрения персонала, можно выделить нетактичное поведение руководителя, необъективность при оценке результатов деятельности, завышенные и не обоснованные должностными обязанностями требования.

Любой возникающий конфликт обусловлен формой организации, в изучении которой заметно прослеживаются различия в подходах — в зависимости от направленности национальной исследовательской школы. Так, например, в немецкой теории организации доминирует представление об организации как о структуре, обеспечивающей эффективное решение конкретных задач. В Германии организацию рассматривают как интегрированную единицу, где наиболее часто возникающим типом конфликта является межгрупповой (социальный) конфликт, когда интересы одной группы организации вступают в противоречие с интересами другой группы по причине создания новой структуры, обладающей более высокой эффективностью решения проблем. В то же время во французской теории организация понимается как совокупность властных отношений. Для предприятий Франции характерна более высокая степень вертикальной и горизонтальной дифференциации, на почве чего и возникают чаще всего конфликты межличностного характера: 1) конфликты как агрессивная реакция на блокаду потребностей в достижении значимых целей трудовой деятельности и 2) конфликты как агрессивная реакция на блокаду личностных потребностей.

Интересными являются результаты исследования, проведенного под руководством профессоров Уэйк-Форестского университета США Хун О. Ли и Рэндалла Г. Рогана «Кросс-культурное сравнение поведения корейцев и американцев в организационном конфликте» [1]. Оно выявило значительное влияние типа культуры на поведение в организационном конфликте. Установлено, что корейцы более склонны разрешать конфликты, сглаживая (интегрируя) разногласия между сторонами, в то время как данная стратегия почти не используется американцами. Последние предпочитают стратегию открытой конфронтации или стратегию избегания конфликта, вместо того, чтобы попытаться разрешить противоречия между сторонами (стратегия достижения соглашения). Как члены культур с большой дистанцией, корейцы в случае конфликта с подчиненными предпочитают использовать свою власть для влияния на поведение подчиненного, чем избегать этого, в то время как американцы не меняют стратегии уклонения от административного давления в зависимости от отношений власти с оппонентом.

Данные корейской выборки свидетельствуют о том, что чем больше стаж работы в организации, чем больше власти имеет человек, тем в меньшей степени он склонен использовать стратегию неконфронтации. В то же время влияние демографических переменных для американской выборки было минимальным.

Таким образом, рассмотренные нами исследования позволяют сделать вывод о том, что существует определенная специфика изучения организационных конфликтов не только в рамках конкретной организации, но также в рамках конкретной страны. Как показывают исследования, типы, причины конфликтов обусловлены как составом организации, так и особенностями культуры страны, менталитетом сотрудников организации. Следовательно, без знания причин возникновения и развития конфликтов, равно как и без учета национальной психологии организации коллектива, руководителям и менеджерам по персоналу будет трудно рассчитывать на их эффективное регулирование.

На основании всего вышеизложенного можно, бесспорно, констатировать актуальность изучения специфики организационных конфликтов с учетом широкого спектра всех факторов, влияю-

щих на их формирование и протекание. Необходимость и перспективность такого изучения будет постоянно расти в связи с ростом потребностей социально-экономического развития развивающегося общества в целом и отдельных производственных коллективов в частности.

#### Список литературы

1. Волков Б. С. Конфликтология : учеб. пособие для вузов / Б. С. Волков, Н. В. Волкова. – М. : Трикта : Академ. проект. – 2005. – 376 с.
2. Волков Б. С. Становление конфликтологии как научно-прикладной отрасли знания / Б. С. Волков, Н. В. Волкова // Упр. персоналом. – 2005. – № 16. – С. 11–15.
3. Грошев И. В. Гендерные особенности конфликтности на предприятиях и в организациях / И. В. Грошев // Социол. исслед. – 2007. – № 6. – С. 122–130.
4. Даниленко О. А. Социологическое измерение конфликта / О. А. Даниленко ; М-во образования и науки Украины, Харьк. нац. ун-т им. В. Н. Каразина. – Х., 2003. – 242 с.
5. Маркус Г. Национальная специфика теории организации / Гмюр Маркус // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 1. – С. 152–162.
6. Организационный подход к управлению конфликтом в кризисной ситуации / В. Баринов, Н. Баринов // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – № 5. – С. 73–84.
7. Сіцинський А. С. Конфлікти в управлінській діяльності та шляхи їх вирішення / А. С. Сіцинський // Статистика України. – 2004. – № 1. – С. 47–50.
8. Шило И. Н. Конфликт как предмет социологии организации / И. Н. Шило // Социол. исслед. – 2000. – № 10. – С. 27–30.

#### Резюме

Вивчення організаційних конфліктів посідає у вітчизняній та зарубіжній соціальній психології важливе місце з урахуванням прикладного значення його результатів. За значною схожістю позицій спостерігаються їх сутнісні відмінності як наслідок регіональних особливостей дослідних шкіл. Актуальність дослідження сучасних підходів до вивчення організаційних конфліктів диктується соціально-економічними потребами суспільства і саме тому є перспективним науковим напрямом.

#### Summary

The study of organizational conflicts takes an important part both in domestic and foreign social psychology due to the practical significance of its outcomes.

Although there is positions similarity, considerable differences can be observed as the consequence of regional peculiarities of the research schools. The present day importance of researching the given specificities is called for by socio-economic needs of the society and therefore it proves to be a prospective scientific trend.

УДК 316.74:379.8.092-053.6

*А. С. Ширяева*

*Научный руководитель канд. социол. наук Т. В. Зверко*

## **СОЦИАЛИЗАЦИЯ ПОДРОСТКОВ В СФЕРЕ ДОСУГА**

**Ключевые слова:** социализация, досуг, подростковый возраст, досуговое учреждение.

Стержневой проблемой общественного развития является гармонизация взаимоотношений общества с каждой отдельно взятой личностью, то есть ее социализация. Особенно актуальной для общества является социализация подрастающего поколения, которая представляет собой сложный непрерывный процесс, при котором, с одной стороны, потребности личности адаптируются к потребностям общественным. Однако эта адаптация носит не пассивный характер, приводящий к конформизму, а является активным творческим процессом присвоения общечеловеческих ценностей, когда индивид проявляет всю мощь своих сущностных сил, добровольно выстраивая свою роль в обществе, самоактуализируясь. С другой стороны, общество формирует нормы морали и поведения, целесообразных форм отношений между людьми в семье, в школе, в досуговых учреждениях, в иных окружающих человека социальных средах. На примере сферы досуга можно наиболее полно раскрыть проблемы подростка, возникающие в процессе социализации.

Проблемами и вопросами социализации занимались представители различных научных направлений: Г. Салливан, Дж. Г. Мид, Т. Парсонс, Б. Скиннер, О. Брим, Шомбар де Лов, Б. Берксон,

Г. Уолтер, Р. Борис, Л. С. Выготский, П. Л. Гальперин, А. П. Леонтьев, Ж. Пиаже, С. Л. Рубенштейн, И. С. Кон, Б. Д. Парыгин, М. Каплан, Д. Р. Келли, А. С. Макаренко, А. В. Мудрик, Д. Мунди, В. А. Сухомлинский и др. [4]. Вместе с тем, несмотря на столь представительный круг ученых, исследовавших проблему социализации подрастающего поколения, существует необходимость изучения особенностей и социализации подростков в сфере досуга, что и будет рассмотрено в данной статье.

Следует отметить, что актуальность данной проблемы подтверждается состоянием семьи и детства в Украине, что связано с увеличением количества неблагополучных, неполных семей, беспризорных и безнадзорных детей, положением социально-досуговых центров, которые испытывают потребность в материальном обеспечении, в квалифицированных кадрах и, наконец, экономической и политической ситуации, которая складывается в Украине.

Подростковый возраст — это возраст пытливого ума, стремления к познанию, возраст бурной активности, инициативности, жажды деятельности. Известно, как несложно увлечь подростка чем-либо. И также известно, как трудно сохранить, поддержать и развить этот интерес. Подростковый возраст — не просто один из этапов жизни. Многие исследователи, вслед за Руссо, недаром называют его возрастом «второго рождения личности». Здесь многие истоки, начала всей дальнейшей жизни. И достаточно весомое место в этом возрасте занимает досуговая деятельность подростков [3, с. 100].

Досуг подростков отличается сложностью и противоречивостью. Во-первых, имея возможность выбирать занятия на досуге по собственному желанию, молодые люди часто не готовы к осознанному выбору видов деятельности, способствующих полноценному формированию личности. Во-вторых, стремясь к самостоятельности в выборе форм использования досуга, подростки, тем не менее, ограничены определенным кругом социальных ролей по сравнению со взрослыми [3, с. 101]. Отсюда, с одной стороны, не обладая устойчивостью интересов в плане проведения досуга, подростки более охотно перенимают от взрослых модели его заполнения, причем не всегда положительные и соответствующие уровню их физического и психического развития.

С другой стороны, предлагаемые взрослыми общественные формы досуга нередко не отвечают потребностям и интересам личности подростка, что порождает пассивность в процессе общения к духовным ценностям. Существует противоречие между потребностями подростков использовать свой досуг как сферу самореализации, полноценного общения, активного проявления самостоятельности и неумением реализовать себя в досуге в силу серьезных недостатков в его организации со стороны взрослых, а также в создании условий и среды для научения подростков основам досуговой деятельности [2, с. 63].

Плодотворное использование досуга подростком – важная задача общества, ибо, когда он осуществляет процесс своего досугового общения с искусством, техникой, спортом, природой и окружающими его людьми, важно, чтобы делал он это рационально, продуктивно и творчески.

Так что же такое досуг подростка? До сих пор нет общепринятого определения этого понятия. Более того, в специальной литературе досуг имеет самые разнообразные определения и толкования. Досуг часто отождествляется со свободным временем (Ф. С. Махов, А. Т. Куракин, В. В. Фатьянов и др.), с внешкольной и внеклассной работой (Б. Э. Вульф, Л. Н. Николаева, М. М. Поташник и др.) и даже с внеучебным временем (Л. К. Балясная, Т. В. Сорокина). Очевидно, что досуговая деятельность – это не то же самое, что свободное время, оно является ее «ядром», содержанием [1, с. 61].

Досуг для подростков – это сфера, в которой, выступая в новых ролях, отличных от семейных и школьных, они особенно остро и полноценно раскрывают свои естественные потребности в свободе и независимости, активной деятельности и самовыражении.

Сущностью подросткового досуга является творческое поведение (взаимодействие с окружающей средой) подростков в свободной для выбора рода занятий и степени активности пространственно-временной среде, детерминированной внутренне (потребностями, мотивами, установками, выбором форм и способов поведения) и внешне (факторами, порождающими поведение).

Также важным и эффективным фактором социализации подростков является и само досуговое учреждение, которое по

природе своей является учреждением полифункциональным и мобильным, способным объединять и активно использовать все социальные институты, оказывающие социализирующее воздействие на личность [4].

Возможность вбирать в себя функции всех социальных институтов, способствующих формированию и развитию подрастающего поколения, делает работу досуговых учреждений привлекательной, интересной и содержательной, а это, в свою очередь, способствует привлечению в них подростков. Досуговое учреждение дает возможность широким массам порастающего поколения развивать свои творческие способности и открывает пути самореализации личности [2, с. 48].

В своих высших формах досуговая деятельность служит целям воспитания и просвещения подрастающего поколения. Причем решаются эти задачи в досуговом учреждении своеобразно, в органичном сочетании с культурным отдыхом и разумными развлечениями. Это вызывает благоприятный психологический настрой и облегчает процесс социализации подрастающего поколения.

Исходя из того, что социализация подростков – это первичная социализация, особенностью которой является, преимущественно, первичное освоение индивидом окружающего мира через «понимание другого», где индивид «вбирает» в себя общие ценности в процессе общения со значимыми для него другими людьми или социальными институтами, можно сказать, что досуг выступает одним из наиболее важных агентов социализации подростков.

#### Список литературы:

1. Збровский Г. Е. Социология досуга и социология культуры: поиск взаимосвязи / Г. Е. Збровский // Социол. исслед. – 2006. – № 12. – С. 56–64.
2. Махов Ф. С. Подросток и свободное время / Ф. С. Махов. – Л. : Лениздат, 1982. – 174 с.
3. Мудрик А. В. Социализация и воспитание подрастающего поколения / А. В. Мудрик. – М. : Изд. центр «Академия», 1992 – 205 с.
4. Социализация в сфере досуга [Электронный ресурс] : федерал. образоват. портал. – Режим доступа : <http://www.ecosocman.edu.ru/images/pubs/2007/03/04/0000304046/14> – Vorhenko – про родителей. – Загл. с экрана.

**Резюме**

У статті розглядається проблема впливу дозвілля на процес соціалізації підлітків, розкривається суперечність між потребами в дозвіллі і формами його реалізації. Аналізуються особливості підліткового віку та чинники, що сприяють актуалізації діяльності у сфері дозвілля.

**Summary**

The paper discusses the problem of leisure influence on the process of teenagers socialization and reveals the contradiction between needs in leisure and forms of its realization. The paper aims to analyse the peculiarity of teenager age and factors, that contribute to actualization of leisure activity.

УДК 316.624-053.6

*М. В. Шульгач*

*Науковий керівник канд. соціол. наук К. Г. Михайльова*

**МОЛОДЬ «ГРУПИ РИЗИКУ»: ФАКТОРНА ДЕТЕРМІНАЦІЯ ПОВЕДІНКИ ТА МЕТОДИ ВИХОВНОЇ РОБОТИ**

**Ключові слова:** молодь, «група ризику», методи виховної роботи.

Як відомо, багатьом молодим людям властиві тимчасові відхилення в поведінці. Як правило, вони легко долаються зусиллями батьків, вихователів, викладачів. Але поведінка певної частини підлітків виходить за межі допустимих пустощів і проступків, виховна робота з ними, яка протікає з труднощами, не завжди дає бажані результати. Такі підлітки належать до категорії «важких» або «групи ризику».

Останнім часом про молодь «групи ризику» говориться і пишеться чимало. Даній проблематиці присвятили свої праці такі дослідники, як Б. Н. Алмазов, Г. І. Щукіна, Л. А. Грищенко, О. І. Захаров, О. Е. Личко, В. О. Соболев та ін. У цих роботах, як правило, концептуалізується категорія «група ризику», до якої належать ті, хто відстає у навчанні, недисципліновані, дезорганізатори, тобто молодь, яка не піддається традиційним засобам навчання і виховання. Виявлено, що молодь «групи ризику» часто

не стільки не хоче, скільки не може добре вчитися і поводитися як належить. Труднощі обумовлюються такими трьома основними чинниками: педагогічним, соціальним та валеологічним. Але сьогодні, в умовах соціальної нестабільності виникає потреба у пошуку адекватних засобів подолання наслідків цих чинників.

Мета даної статті – описати особливості молоді «групи ризику» і визначити методи виховної роботи з нею.

Сучасні дослідження показують, що серед численних чинників, які впливають на формування особистості підлітка, виділяють, перш за все, біологічні, чинники соціального середовища, досвід практичної діяльності і виховання в широкому значенні цього слова. Якщо природжені якості особистості, її індивідуальні особливості виступають як посилення до формування особистості, то соціальні чинники відіграють вирішальну роль в освоєнні індивідом соціального досвіду, його інтеграції в загальнолюдську культуру, в адаптації в соціокультурному середовищі. Найбільші проблеми у розв'язанні цих завдань виникають з так званою молоддю «групи ризику».

Що означає «група ризику»? У медицині термін «група ризику» використовується для визначення осіб, які мають схильність до тієї чи іншої хвороби і, у зв'язку з цим, потребують проведення спеціальних медичних профілактичних програм.

У педагогіці і соціальній психології термін «група ризику» вводить для позначення особливої групи підлітків, у яких симптоматику, що відповідає категорії наркоманів, алкоголіків, тобто хворих, не виявлено, проте виховній роботі з ними слід приділити особливу увагу, аби запобігти розвитку хвороби.

Із соціологічної точки зору термін «група ризику» використовується для позначення певної схильності молоді, яка під дією несприятливих чинників середовища і негативних соціальних умов може призвести до неадекватної поведінки, що сприймається суспільством як відхилення від соціальної норми. Отже, «група ризику» – це певна частина молоді, яка має потенційну можливість потрапити до крайніх груп девіантної поведінки.

Як було зазначено вище, можна стверджувати про дві основні групи чинників, які є визначальними в цьому процесі: психологічні та соціальні. Перші виявляються у формі акцентуації харак-

теру, тобто крайніх варіантах норми, коли окремі риси характеру дуже посилені і людина вразлива для певних психологічних дій.

Девіантна поведінка через акцентуації виникає у молодих людей із різних причин. Часто вони обумовлені тим, що до молодой людини середовище і суспільство ставлять непосильні вимоги у вигляді ускладнених навчальних програм, що призводить до появи так званої «розумової відсталості», свідомої або несвідомої незадоволеності рисами свого характеру.

Як відзначають фахівці (О. З. Белкін, О. Е. Личко, Г. М. Потанін та ін.) [2; 3; 4; 5], акцентуація характеру необов'язково пов'язана з девіантною поведінкою підлітків, але такі підлітки менш стійкі проти згубного впливу навколишнього середовища. Низка типів акцентуації характеру начебто провокує відхилення в поведінці молоді.

Гіпертимний тип акцентуації характеру дає 36% випадків поведінки, що відхиляється від норми. Молоді люди цього типу відрізняються більшою рухливістю, товариські, надмірно самостійні, схильні до пустощів. У той же час бистрий розум і швидка реакція дозволяють їм схоплювати інформацію миттєво. Якщо така людина опиняється в групі однолітків із асоціальною спрямованістю, то може стати провокатором і організатором правопорушень, які спрямовані на витончені «розваги», на пошук додаткових засобів на них.

Для циклоїдного типу (як трансформація гіпертимного типу) характерна різка зміна загального психічного стану, апатія, дратівливість, занепад сил. Такі підлітки обтяжуються людським суспільством, прагнуть від нього сховатися. На цьому ґрунті можливі тенденції до суїциду.

Ще одним різновидом гіпертимного типу акцентуації характеру є лабільний тип – надмірно рухливий, нестійкий в емоційній сфері (також 36% випадків девіантної поведінки). Такі молоді люди досить гостро реагують на невітшне зауваження, сувору вимогу, так само як і на цікаву новину, похвалу і позитивну оцінку. За наявності такої чутливості можливі афектні, неадекватні реакції.

Істероїдний тип акцентуації характеру відзначений у 52% підлітків із девіантною поведінкою. Для даної категорії характерні безмежний егоцентризм, прагнення постійної уваги до своєї

персони. Девіантна поведінка частіше за все має високий рівень асоціальної небезпеки (шахрайство, зухвала поведінка в суспільних місцях, іноді крадіжки, підробки документів).

Шизоїдний тип акцентуації спостерігається у 44% молоді з девіантною поведінкою. Для них характерна замкнутість, відгородженість, некоммунікабельність, вони люблять проводити час наодинці, а якщо хтось намагається «влізи в душу», то це може викликати у них емоційний вибух.

Епілептоїдний тип акцентуації виявляється у 61% молоді з девіантною поведінкою. Для даної категорії характерна схильність до дисфорії – злісно-тужливому, пригніченому настрою з крайньою дратівливістю, що доходить до вибуху гніву і агресії. Не терплять незгоди або непокори.

Молодь з явною акцентуацією характеру становить «групу підвищеного ризику», оскільки достатньо випадкового збігу обставин або ненавмисного «удару» (словом, ставленням) слабкого місця представника того або іншого типу акцентуації, як виникають умови для переходу акцентуації в неприйнятну, небажану соціальну поведінку. Отже, за кожною дією і вчинком молодої людини необхідно бачити не тільки бажання зробити щось асоціальне, але і звичайну реакцію людини, пов'язану з бажанням себе захистити, звернути на себе увагу, знайти опору і підтримку серед однолітків. Саме тому використання адекватних виховних практик для акцентуєрваних особистостей є вельми бажаним. Важливим є урахування другої групи соціальних чинників.

Показником соціальної зрілості індивіда служить його готовність бути активним членом суспільства, виконувати різні обов'язки, різноманітні соціальні ролі в соціумі, у міжособистісному спілкуванні в групі. Разом з тим наявність несприятливих соціально-педагогічних обставин, негативних макро- і мікросоціальних умов призводить до соціальної дезадаптації, тобто неадекватності поведінки молоді нормам і вимогам тієї системи суспільних відносин, в яку вони входять у міру свого соціального становлення і розвитку.

Поряд із соціальною дезадаптацією відбувається і процес десоціалізації – відчуження індивіда від інститутів соціалізації, які є носіями норм моралі і права.

Тому перед системою освіти та її ключовими суб'єктами постає проблема своєчасного запобігання відчуження молоді від соціальних інститутів, запобігання негативного впливу макро- і мікросередовища, яке спричиняє формування і розвиток поведінки, що відхиляється від норми. Певні кроки в цьому напрямі вже зроблено. Так, у нормативних документах і концептуальних положеннях державної політики виділяють поняття загальної та спеціальної профілактики і виховання [1]. Загальна профілактика розглядається як сукупність заходів, які спрямовані на створення сприятливих соціально-економічних, соціокультурних і соціально-педагогічних умов для реалізації виховних функцій загальноосвітніми закладами всіх типів, забезпечення ними повноцінного розвитку інтересів і здібностей учнів, зайнятості суспільно корисною діяльністю.

Спеціальна профілактика включає корекційно-реабілітаційні заходи, що спрямовані на молодь «групи ризику», девіантних підлітків, неповнолітніх правопорушників. Вона передбачає використання різних заходів психолого-педагогічної підтримки і соціально-правової допомоги молодим людям, захист їх від жорстокості, насильства і негативного впливу асоціального середовища.

Таким чином, профілактична і корекційно-педагогічна діяльність є складовою частиною виховання молоді «групи ризику». Однак особливості особистісного розвитку молодих людей, несприятливе середовище і негативні соціальні умови часто нівелюють цілеспрямовану навчально-виховну діяльність, зводять нанівець зусилля педагогічного колективу, різних соціальних інститутів. Особливо це притаманно для нестабільних соціальних систем, до яких можна віднести українське суспільство. Це обумовлює необхідність пошуку специфічних методів виховання учнів «групи ризику»: сугестивні і гетеросугестивні методики, побудовані на самонавіюванні і педагогічному навіюванні; дидактичні методики виховання, що включають в себе пояснення, переконання та інші прийоми аргументованого впливу; метод «сократичного діалогу»; методики групової корекції, розігрування рольових ситуацій; метод арттерапії; метод соціальної терапії; метод стимулювання та ін.

Такі методи виховання, як переконання, соціально-педагогічна

підтримка, психологічна допомога, розвиток ціннісних і моральних норм, дійсно допомагають виховати молодь, яка не належатиме до «групи ризику» і зможе протистояти негативним чинникам впливу соціального середовища.

Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що методи виховання молоді «групи ризику» без взаємодії один з одним можуть виступати як засіб корекції поведінки, а комплексне їх використання робить ці методи засобом побудови особистісної системи молодого людини. Діючи у взаємозв'язку один з одним, забезпечуючи узгоджену перебудову свідомості і поведінки, виховуючи позитивні і долаючи негативні якості, педагогічні методи координують різні стихійні і організовані впливи на особистість молодого людини, регулюють ставлення молоді до себе та інших.

Для більш ефективної роботи з молоддю «групи ризику» можна внести такі пропозиції в діяльність педагога: розвиток достатніх інтелектуальних вмінь і навичок у молоді; формування позитивного ставлення до інтелектуальної діяльності; прищеплення пізнавального ставлення до дійсності; ліквідація прогалин в навчально-практичних і соціально-етичних знаннях, перекручених знань і негативного життєвого досвіду; ліквідація недоліків у взаємовідносинах особистості з оточуючими; ліквідація недоліків або дефектів у розвитку рис і якостей особистості.

#### Список літератури

1. Про внесення змін до Закону України «Про сприяння соціальному становленню і розвитку молоді України : Закон України від 18.11.04 р. // Урядовий кур'єр, 2004. – 2 груд. (№ 230).
2. Беличева С. А. Основи превентивної психології / С. А. Беличева. – М., 1993. – 512 с.
3. Личко О. Е. Психопатії і акцентуація характеру у підлітків / О. Е. Личко. – Л., 1983. – 165 с.
4. Система психолого-педагогічних заходів щодо попередження педагогічної занедбаності і правопорушень різних вікових груп, що вчатьсЯ / під ред. О. З. Белкіна. – Свердловськ, 1985. – 248 с.
5. Потанин Г. М. Психолого-коррекционная работа с подростками / Г. М. Потанин, В. Г. Косенко. – Белгород, 1995. – 222 с.

**Резюме**

В данной статье описывается факторная детерминация поведения и методы воспитательной работы с молодежью «группы риска». Рассмотрены особенности личностного развития и негативные социальные условия как факторы, приводящие к неадекватному поведению молодежи. Предложены методы воспитания молодежи «группы риска», направленные на формирование позитивных качеств молодого человека.

**Summary**

Factorial determination of behaviour and methods of educational work with youth of «risk group» are described. Peculiarities of personal development and negative social conditions as factors which result in inadequate behaviour of youth are examined. Methods of education youth of «risk group» directed at formation of positive qualities of the young man are suggested.

## ЗМІСТ

<b>Передмова</b> .....	<b>3</b>
<b>Економіка</b> .....	<b>5</b>
<i>Афанасьев В. А.</i> Заработная плата персонала как фактор стабильного экономического роста предприятия .....	6
<i>Бардакова Ю. В.</i> Основные элементы политики управления оборотными активами организации .....	13
<i>Белан В. В.</i> Совершенствование системы мотивации как направление повышения эффективности работы предприятия .....	22
<i>Валковая В. С.</i> Концепция стратегического развития ОАО «Харьковгаз» .....	28
<i>Вовченко Ю. А.</i> Стратегический анализ как основа повышения конкурентоспособности ООО АФ «Фактор-Аудит» .....	35
<i>Гасанова В. С.</i> Маркетинговые стратегии предприятия .....	40
<i>Густенко Н. А.</i> Выбор предприятием форм кредитования как элемент финансового управления .....	45
<i>Довгаль А. Г.</i> Стоимость бизнеса как основа для принятия управленческих решений: правовой и регуляторный аспекты .....	51
<i>Егорова Е. Ю.</i> Принципы формирования системы мотивации работников на предприятии .....	57
<i>Жуков В. Е.</i> Эффективность применения программы «F-DOM Logistic» для снижения издержек предприятий малого и среднего бизнеса ...	63
<i>Калуцкая Т. Д.</i> Об особенностях деятельности корпораций, занятых в сфере производства полиграфической продукции .....	70
<i>Кашо А. В.</i> Инструменты антикризисного управления предприятием .....	76
<i>Кириллова Н. И.</i> Установление цен на продукцию на рынке мобильной связи .....	81
<i>Кишенько А. В.</i> Анализ существующих подходов к формированию и распределению прибыли предприятия .....	88
<i>Климов В. С.</i> Актуальность оптимизации бизнес-процессов аудиторской фирмы .....	95
<i>Кононенко О. А.</i> Управление инновационным потенциалом предприятия .....	102
<i>Коробка Л. В.</i> Политика формирования заемного капитала предприятия .....	109
<i>Коровин С. В.</i> Анализ направлений повышения эффективности деятель- ности предприятий железнодорожной отрасли в Украине .....	115
<i>Круглова А. Ю.</i> Направления оптимизации кредитной политики предприятия .....	121

<i>Левак А. В.</i> Методы оценки инвестиционных рисков при выборе инвестиционных решений .....	126
<i>Лубянская И. С.</i> Современные подходы к оценке эффективности инвестиционных проектов на предприятии .....	133
<i>Молодченко В. Н.</i> Развитие ИТ-инноваций путем венчурного финансирования .....	138
<i>Мосягина А. В.</i> Управление финансовыми потоками предприятия в условиях неопределенности .....	145
<i>Онищенко Д. С.</i> Проблема внедрения антикризисного управления на предприятии .....	151
<i>Петренко Т. А.</i> Премирование как фактор мотивации труда .....	156
<i>Попович И. В.</i> Эффективное управление прибылью и рентабельностью как основа функционирования предприятия .....	161
<i>Рыбина Ю. Б.</i> Оценка конкурентоспособности продукции .....	169
<i>Сайченко Л. А.</i> Анализ системы регулирования процессов мотивации труда на отечественных предприятиях .....	174
<i>Сапронов Р. М.</i> Стратегическое управление в контексте организационного развития предприятия .....	179
<i>Скоблик Н. П.</i> Экономическое обоснование выбора эффективных источников финансирования инвестиционных проектов .....	186
<i>Тарасенко А. Ю.</i> Совершенствование мотивации персонала на примере предприятия ОАО «Харьковгаз» .....	193
<i>Таркин Л. О.</i> Создание эффективной системы оценивания финансового состояния предприятия .....	198
<i>Топчий С. Л.</i> Финансирование развития предприятия и льготное кредитование .....	204
<i>Чернохвостов В. В.</i> Исследования и анализ функционирования фондового рынка .....	210
<b>Філологія</b> .....	<b>217</b>
<i>Белухта А. В.</i> Актуальность философского, логического и лингвистического аспектов категории оценки для передачи в переводе эмотивных лексических единиц .....	218
<i>Бубнова И. А.</i> Концепт CHRISTMAS/РОЖДЕСТВО в английской и русской лингвокультурах .....	224
<i>Бурко М. Л.</i> Фразеологизмы с компонентом-цветообозначением в английском языке .....	229
<i>Гринченко Е. А.</i> Действие прелиминарной переводческой нормы (на примере переводов в СССР, в 1950–1980-е годы) .....	233
<i>Гуменюк М. В.</i> Короткий нарис історії перекладу в Латинській Америці: 19–20 століття .....	239
<i>Димитрова Е. Ю.</i> Особенности перевода фразеологических единиц в рекламных текстах .....	244

---

<i>Доброскок О. А.</i> Средства создания комического эффекта в повести Джерома К. Джерома «Three Men in a Boat to Say Nothing of the Dog» .....	249
<i>Жулякова Н. О.</i> Формирование терминсистемы виноградарства и виноделия в английском языке .....	254
<i>Заплішна К. М.</i> Відмінності системи вправ для навчання усного та письмового галузевого перекладу .....	259
<i>Кашкарев В. А.</i> Средства косвенного выражения побуждения и способы перевода на английский язык .....	263
<i>Мироненко А. В.</i> Віддзеркалення «Ozymandias» П. Б. Шеллі в українській літературі .....	269
<i>Новікова Т. В.</i> Періодизація світового та українського перекладознавства .....	275
<i>Панюта И. О.</i> Понятие языкового этикета .....	280
<i>Полякова О. Н.</i> Грустные комедии Уильяма Сарояна .....	284
<i>Садчикова М. А.</i> Роль псевдоперевода в истории культуры .....	289
<i>Тимошадченко А. Ю.</i> Литературная сказка как жанрово-стилистический феномен .....	293
<i>Тынянская В. В.</i> Особенности передачи собственных имен при переводе детской литературной сказки .....	299
<i>Харьковская С. И.</i> Некоторые особенности русского и англоязычного верлибра .....	304
<i>Шарамко Я. Н.</i> Способы выражения побуждения в английском языке и проблемы перевода .....	310
<i>Яворская А. В.</i> Концепт ЛЮБОВЬ в английской лексикографии .....	316
<b>Соціологія</b> .....	<b>321</b>
<i>Ефименко О. С.</i> Подходы к анализу трансформаций социального института семьи .....	322
<i>Кирсанова А. В.</i> Продвижение корпоративной культуры в Украине: проблемы и задачи .....	327
<i>Козакова А. С.</i> Проблемы социально-психологической адаптации выпускников вузов на рабочих местах .....	331
<i>Ломака Ю. И.</i> Развитие творческого потенциала одаренных детей в сфере образования .....	338
<i>Малиновская А. В.</i> Возникновение и формирование виртуальных сетевых сообществ как новой среды социального взаимодействия .....	343
<i>Шевченко Д. Е.</i> Современные подходы к изучению организационных конфликтов .....	348
<i>Ширяева А. С.</i> Социализация подростков в сфере досуга .....	354
<i>Шульгач М. В.</i> Молодь «групи ризику»: факторна детермінація поведінки та методи виховної роботи .....	358

*Наукове видання*

**ЗБІРНИК ПРАЦЬ  
МОЛОДИХ УЧЕНИХ  
Народної української академії**

Відповідальна за випуск *М. В. Бірюкова*  
Редактор *Л. А. Кармаза*  
Комп'ютерна верстка *І. С. Кордюк*

Підписано до друку 19.05.2009. Формат 60×84/16.  
Папір офсетний. Гарнітура «Таймс».  
Ум. друк. арк. 21,39. Обл.-вид. арк. 20,90.  
Тираж 300 пр. Зам. 96/09.

Видавництво  
Народної української академії  
Свідоцтво № 1153 від 16.12.2002.

Надруковано у видавництві  
Народної української академії

Україна, 61000, Харків, МСП, вул. Лермонтовська, 27.