



ISBN 978-966-184-369-0

POLTAVA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND TRADE

НАУКА І МОЛОДЬ В XXI СТОРІЧЧІ

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
У Міжнародній молодіжній науково-практичній
інтернет-конференції

(м. Полтава, 5 грудня 2019 року)



Полтава 2019

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)

НАУКА І МОЛОДЬ В ХХІ СТОРІЧЧІ

**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
V Міжнародної молодіжної науково-практичної
інтернет-конференції**

(м. Полтава, 5 грудня 2019 року)

**Полтава
ПУЕТ
2019**

УДК 001-053.6"21"(082)
НЗ4

Друкується відповідно до Наказу по університету № 223-Н від 16 жовтня 2019 року

Організаційний комітет конференції

С. В. Гаркуша, голова організаційного комітету, д. т. н., професор, проректор з наукової роботи ПУЕТ;

К. Ю. Вергал, к. е. н., доцент, директор Інституту економіки, управління та інформаційних технологій ПУЕТ;

А. С. Ткаченко, к. т. н., декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу ПУЕТ;

В. О. Скрипник, д. т. н., доцент, декан факультету харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ПУЕТ;

В. В. Саранин, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ;

Л. М. Діденко, директор Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ.

Редакційна колегія

О. О. Нестуля, головний редактор, д. і. н., професор, ректор ПУЕТ;

С. В. Гаркуша, заступник головного редактора, д. т. н., професор, проректор з наукової роботи ПУЕТ;

Н. М. Бобух, відповідальний секретар, д. філол. н., професор, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу ПУЕТ.

Відповідальні редактори

К. Ю. Вергал, к. е. н., доцент, директор Інституту економіки, управління та інформаційних технологій ПУЕТ;

А. С. Ткаченко, к. т. н., декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу ПУЕТ;

В. О. Скрипник, д. т. н., доцент, декан факультету харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ПУЕТ.

Наука і молодь в ХХІ сторіччі: збірник тез доповідей
НЗ4 V Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 5 грудня 2019 року). – Полтава: ПУЕТ, 2019. – 527 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., рос., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-369-0

У збірнику представлено тези учасників V Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції «Наука і молодь в ХХІ сторіччі» за тематичними напрямками: «Біотехнологія та біоінженерія», «Готельно-ресторанна та курортна справа», «Документознавство, інформаційна, бібліотечна та архівна справа», «Економіка», «Інформатика та комп'ютерні науки», «Керівництво та лідерство», «Маркетинг», «Менеджмент і адміністрування», «Міжнародні економічні відносини», «Облік і аудит», «Педагогіка вищої школи», «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», «Право», «Товарознавство», «Туризм», «Фізична культура та спорт», «Філологія», «Фінанси, банківська справа та страхування», «Харчові технології та інженерія», «Хімія».

УДК 001-053.6"21"(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.
Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.*

ISBN 978-966-184-369-0

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2019

СПІВОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі» (Україна)*

*Білоруський торгово-економічний університет
споживчої кооперації (Республіка Білорусь)*

*Євразійський національний університет
імені Л. М. Гумільова (Республіка Казахстан)*

*Кооперативно-торговий університет Молдови
(Республіка Молдова)*

*Таджицький державний університет комерції
(Республіка Таджикистан)*

*Університет національного та світового
господарства (Республіка Болгарія)*

ЗМІСТ

БІОТЕХНОЛОГІЯ ТА ІНЖЕНЕРІЯ

<i>Бужилов М. Г., Капрельяниц Л. В.</i> Отримання живильного середовища для пробіотичних мікроорганізмів з вторинних продуктів переробки зерна	15
<i>Геврик В. В., Капрельяниц Л. В.</i> Перспектива отримання функціональних харчових інгредієнтів на основі зернобобової сировини	17
<i>Жук О. В., Капрельяниц Л. В.</i> Психобіотичні ефекти пробіотиків та пребіотиків.....	21

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА ТА КУРОРТНА СПРАВА

<i>Детюк К. А., Кузьменко О. В.</i> Перспектива розвитку туристського мирового ринка.....	25
<i>Огар А. В.</i> Сталій розвиток підприємств ресторанного господарства.....	27

ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО, ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА

<i>Линник А. С., Онішко Т. В.</i> Особливості музейної справи в Німеччині	30
---	----

ЕКОНОМІКА

<i>Барабанова Л. Д., Протасова Н. Я.</i> SWP-анализ и его роль в принятии управленческих решений.....	34
<i>Бузніковата Ю. О., Коцєруба Н. В.</i> Аналіз курсу української гривні в Україні.....	37
<i>Кипцевич Е. Н., Мисникова Л. В.</i> Возможность использования зарубежного опыта мотивации труда.....	39
<i>Король Б. О., Сергеева Е. Р.</i> Энергосбережение в условиях кризиса для бизнеса	42
<i>Лобода Н. О., Любинська Г. В., Хом'як М. Ю.</i> Підприємництво у національному дискурсі: праксеологічний аспект	45
<i>Лук'яненко В. В., Сергеева О. Р.</i> Залежність становища економіки України від інтелектуального розвитку суспільства.....	47
<i>Оспанова Д. С.</i> Тенденции развития гостиничного бизнеса в Казахстане	49
<i>Пенязьков С. С.</i> Основные проблемы внедрения информационных технологии в бизнесе	51

ІНФОРМАТИКА ТА КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ

<i>Абишев А. Э., Тастанов М. Г.</i> Изучение эффективных путей внедрения облачных технологий в учебный процесс	56
<i>Алова Е. В.</i> Использование компьютерных технологий при проведении дисциплины «Технология разработки программного обеспечения»	59
<i>Біленко В. І., Гончарова А. С., Корнієнко В. О.</i> Інтегрований підхід до викладання дисциплін «Обчислювальна техніка та програмування» та «Статика споруд».....	62
<i>Біленко В. І., Корнієнко В. О.</i> Використання інформаційно-комунікаційних технологій при викладанні дисципліни «Статика споруд»	65
<i>Бохонко Б. А., Лабаз О. І., Заліська Н. І.</i> Програмовані логічні інтегральні схеми в компютерній схемотехніці	66
<i>Єрмоленко О. А.</i> Використання систем комп'ютерного зору для обліку клієнтів на об'єктах транспортної інфраструктури.....	68
<i>Иткина О. Л.</i> Компьютерное адаптивное тестирование (КАТ)	70
<i>Иткина О. Л.</i> Разработка и использование электронных учебно-методических комплексов по специальным дисциплинам профессионального компонента в обучающем процессе Учреждения образования «Гомельский торгово-экономический колледж» Белкоопсоюза	75
<i>Кондакова Т. В., Грибовская М. А.</i> Проектирование информационной системы грузоперевозок.....	77
<i>Мануйлов Д. С., Семенюта А. Н.</i> Интернет вещей: состояние и перспективы развития в Республике Беларусь	80
<i>Полець М.-В. Я., Ковтик І. М., Бліндер О. В.</i> Методика програмного моделювання кабельних мереж засобами програми PlaNet 1.4	82
<i>Полець М.-В. Я., Максимович П. С., Бліндер О. В.</i> Організація інформаційної мережі для вивчення взаємодії мережевих технологій доступу та інформаційних процесів	85

КЕРІВНИЦТВО ТА ЛІДЕРСТВО

<i>Герасимова З. З.</i> Управлінські дії формування акмеологічної позиції педагогів.....	88
<i>Ничипорук О. А.</i> Гендерні стереотипи статусу жінки-лідера....	90

МАРКЕТИНГ

<i>Гамарник І. О., Пчелянська Г. О.</i> Інтернет-маркетинг та його роль у сучасному суспільстві.....	98
<i>Гаркуша Н. А., Гурская С. П.</i> Фирменные магазины как канал сбыта промышленной продукции.....	101
<i>Герасимчук О. В., Бурцева О. А.</i> Психологические особенности визуального восприятия рекламы.....	104
<i>Ерештейн Д. М., Стеценко В. А.</i> Інструменти підвищення конкурентних переваг підприємства в Інтернет-середовищі	107
<i>Мусіянюк Ю. А., Пчелянська Г. О.</i> Концепція зеленого маркетингу в умовах сучасного ринку	110
<i>Писарева А. С., Кравченко А. В.</i> Маркетинг в социальных сетях как характерный признак сетевой экономики	112
<i>Розачёва В. С., Шатров С. Л.</i> Группы и методы нейромаркетинга.....	115
<i>Сазоненко Т. В., Кравченко А. В.</i> Потребитель будущего	118
<i>Шунькова Ю. В., Шатров С. Л.</i> Рор-ур формат как новый бизнес-тренд.....	121

МЕНЕДЖМЕНТ І АДМІНІСТРУВАННЯ

<i>Глушень Д. М., Медведев А. В.</i> Актуальные проблемы обоснования принятия управленческих решений на предприятии	125
<i>Костерна А. В., Шукліна В. В.</i> Концептуальна основа інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства	127
<i>Новикова А. А., Кравченко А. В.</i> Креативный менеджмент в современных условиях хозяйствования	130
<i>Савонік Н. Л., Калініченко О. В.</i> Комунікативна культура як метод мотивації персоналу	133
<i>Хохлякова Т. С., Шатров С. Л.</i> Конфликт поколений в организации.....	136

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<i>Диканева О., Кравченко А. В.</i> Беларусь и Евросоюз: становление и проблемы отношений.....	140
--	-----

ОБЛІК І АУДИТ

<i>Афанасьева К. С., Новикова И. Н.</i> Особенности организации бухгалтерского учета в малом бизнесе Республики Беларусь....	143
--	-----

Войтюк А. М., Саніна М. П. Облік основних засобів на підприємстві.....	146
Гончарук І. Р., Откаленко О. М. Особливості формування облікової політики в установах державного сектору.....	149
Дивакова А. Н., Трофимова А. Н. Преимущества логических подходов в принятии решений по управлению движения товарами.....	151
Дрозд Ж. П., Новикова И. Н. Влияние амортизационной политики на финансовые результаты деятельности организации.....	154
Ежелева И. А., Трофимова А. Н. Актуальные вопросы оптимизации логистических затрат в розничной торговле потребительской кооперации	157
Килимник В. М., Даценко Г. В. Проблемні питання контролю якості аудиторських послуг	161
Козлова М. О., Протасова Н. Я. Некоторые вопросы бухгалтерского учета доходов по текущей деятельности в Республике Беларусь	163
Короткевич А. А., Протасова Н. Я. Логическая и содержательная структура отчета о прибылях и убытках.....	166
Лузько Н. Н., Протасова Н. Я. Проблемы аудита основных средств	169
Неспосудня А. В., Откаленко О. М. Особливості облікового процесу при переході закладів охорони здоров'я у КНП.....	172
Пономарьова Т. В., Карабут В. М. Удосконалення організації обліку на підприємстві з використанням сучасних інформаційних систем.....	175
Пушкар Т. А., Откаленко О. М. Особливості обліку нефінансових активів у національних театрах	177
Трофимова А. Н. Экономическая сущность издержек обращения в заготовительной отрасли потребительской кооперации	181

ПЕДАГОГІКА ВИЩОЇ ШКОЛИ

Асемхан М., Турсынбекова Н. Б. Этика взаимоотношений педагога и студентов	185
Богінська А. П., Максимчук В. Б. Формування громадянськості студентів коледжу на інтегративній основі в процесі викладання суспільно-гуманітарних дисциплін	187

Брагинец Н. Я., Михаленко Т. В. Профессиональная мотивация студентов как способ активизации обучения	190
Galkina J., Kļeševņikova Ž., Celika M. Intellectual Capital Management in Conditions of Education Transformation	193
Гурська Л. Б., Терещенко Л. А. Використання дистанційного навчання під час проведення занять з математики	197
Денесенко Н. О., Трауцька О. В. Патріотичне виховання: краєзнавчо-дослідницька робота.....	200
Іващенко Я. О., Мамчур Н. О., Щербак С. В. Міжпредметні зв'язки інформатики та обліково-економічних дисциплін при підготовці майбутніх фахівців економічних спеціальностей	203
Куанышбекова Е. К., Смирнова Г. М. Использование технологии SMART-обучения при подготовке педагога профессионального обучения.....	205
Радзюн О. В. Природа і сенс університетської освіти в умовах постіндустріального суспільства	207
Стрижак С. В., Куленко О. А. Інтерактивні методи навчання хімії у закладах вищої освіти	210
Трауцька О. В. Пошуково-дослідницька робота як шлях розвитку творчого потенціалу студента.....	213
Трепачко С. А., Вишневецкая Л. В. Государственная поддержка талантливой молодежи в Беларуси.....	216
Шиян Н. І., Криворучко А. В. Використання портфоліо у професійній підготовці майбутнього вчителя хімії	220

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Апанасенко А., Кузьменко О. В. Вплив податкової політики на розвиток підприємництва	223
Бондарева К. А., Дасько М. В. Обслуживание покупателей: проблемы и перспективы.....	225
Бондаренко О. Г., Кондратьева Д. А., Стреха А. Н. Сравнительный анализ информации о мотивах покупок в электронной торговле Беларуси.....	228
Бондаренко О. Г., Шиворонкова В. А., Стреха А. Н. Сравнительный анализ информации о покупателях в электронной торговле Беларуси.....	231
Зинкевич А. В., Гурская С. П. Инновации в розничной торговле	234

<i>Мелешко Е. Г., Мальдис Н. В.</i> Вендинг как удобный способ розничной торговли или оказания услуг	237
<i>Островская О. В., Сергеева Е. Р.</i> Формирование организационной стратегии в конкурентной среде.....	240
<i>Панькова Е. С., Каунова Н. Л.</i> Логистический подход к принятию решения о пролонгации договоров с поставщиками...	243
<i>Парфенкова А. О., Михаленко Т. В.</i> X+Y+Z: как выстраивать коммуникации с разными поколениями	246
<i>Петрова О. О., Данилевич Т. Б.</i> Психологические компетенции торгового работника: предупреждение конфликтных ситуаций в обслуживании покупателей.....	249
<i>Пушмина О. В., Мороз С. Е.</i> Розвиток ринку шпалер в Україні ...	252
<i>Савостенко Н. А., Юркова И. Б.</i> Инновационное развитие розничной торговли Республики Беларусь	255
<i>Шевцов К. Ю., Маргунова В. И.</i> Методические аспекты формирования предприятием эффективных каналов реализации продукции	258
<i>Юркова И. Б., Савостенко Н. А.</i> Современные подходы в управлении ассортиментом в розничной торговле	260
<i>Яцевич Н. В.</i> Из истории развития теории предпринимательства и конкуренции: саламанкская школа....	263

ПРАВО

<i>Варава І. П.</i> Використання новітніх технологій навчання у фаховій підготовці юристів	266
<i>Єжик А. О., Шмарко Н. С.</i> Особливості виборчого права засуджених до позбавлення волі.....	271
<i>Жук Я. В., Афонченко Т. П.</i> Механизмы правовой и социально-экономической поддержки детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, а также несовершеннолетних, признанных нуждающимися в государственной защите в Республике Беларусь	275
<i>Клещев Д. А.</i> Направления совершенствования правового регулирования реорганизации унитарных предприятий в Республике Беларусь	282
<i>Ковальський А. О., Шмарко Н. С.</i> Прогалини виборчого права в Україні.....	285
<i>Кукура Т. Ю., Григель Т. В., Фірман В. М.</i> Охрана праці як національна проблема держави в умовах ринкових відносин.....	288

Кушнір З. О., Фоменко Ю. О. Деякі аспекти митного контролю в Україні на сучасному етапі	291
Литвиненко А. Д., Шмарко Н. С. Новації та проблеми в процесі визнання фізичної особи недієздатною	294
Нагребельна В. В., Тарасова Н. В. Невідворотність виникнення права та держави в соціумі.....	298
Потова К. В., Момышева Ф. С. Глобалізація права.....	302
Сайдалин А. М. Исполнение судебных актов в Республике Казахстан.....	305
Толкачева Ю. С. Направления совершенствования деятельности прокуратуры Республики Беларусь по противодействию коррупции	308
Чебан И. Д., Афонченко Т. П. Проблема насилия в современных семьях.....	311
Шубаев А. К., Сопыханова А. Б. Понятие административного правонарушения в области охраны окружающей среды, использования природных ресурсов.....	314

ТОВАРОЗНАВСТВО

Быль А. В., Локтева К. И. К вопросу терминологии верхней швейной одежды	317
Игнатик Е. С., Локтева К. И. К вопросу формирования структуры ассортимента жидкого мыла.....	319
Иманбеков Р. К., Базаров Б. Б. Внедрение международного стандарта ИСО 14001:2015 в Республике Казахстан	322
Олефіренко В. В., Калашник О. В. Класифікація йогуртів.....	326
Пушкар Т. А., Василишина О. В. Стан скляної промисловості в Україні	328
Рощина Е. В., Волк В. В. Научно-практические подходы к анализу ассортимента кетчупа	331
Сакенова Г. А., Какенов К. С. Влияние интеграционных процессов на экономику Казахстана	333

ТУРИЗМ

Березина А. В., Кравченко А. В. Оценка сильных и слабых позиций развития агроэкотуристических услуг в Республике Беларусь.....	338
Бонтей В. М., Гурова Д. Д. Аналіз особливостей кінотуризму	341

Бушусє Д. В., Сологуб Ю. І. Туристично-рекреаційний потенціал Миколаївщини в рамках розвитку екологічного туризму	344
Герасимчук О. В., Вишневецкая Л. В. Промышленный туризм как направление развития внешнеэкономической деятельности Гомеля	346
Качаровський Р. Є., Чир Н. В., Єрко І. В., Антипюк О. В. Поштовий зв'язок ТОВ «Нова Пошта» як елемент туристичної інфраструктури Волинської області	349
Ковальчук Ю. А., Сологуб Ю. І. Природний потенціал Черкаської області як база розвитку туристичної сфери регіону	351
Матийзен Н. У., Кравченко А. В. Приоритетные направления развития агротуризма в Республике Беларусь	353
Перегінець Н. С., Побігун О. В. Аналіз маркетингових комунікацій в туристичній сфері	356
Прусс В. Л. Туристична сфера як пріоритетний напрям діяльності малого бізнесу	358
Тимінська О. Д., Никоненко С. В. Оформлення офісу туристичної компанії.....	361
Чир Н. В., Качаровський Р. Є., Карпюк З. К., Антипюк О. В., Єрко І. В. Осередки писанкарства як потенційні об'єкти туризму Волинської області.....	364

ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ

Азарова Н. В., Циферова Т. П. Впровадження інноваційних інтерактивних технологій у фізичному вихованні	367
Ахтирська Н. М., Симоненко Н. О. Психолого-педагогічні умови виховання волі студентів на заняттях із фізичного виховання	369
Васецкий И. А. Индивидуальное мастерство в волейболе: чтобы мяч не коснулся пола.....	372
Козлов Г. В., Трубчик А. С., Заяц Т. А. ANDROID-приложение «Дневник тренера»	375
Кононенко О. І., Остренко В. В., Смірнов М. М. Фізичне виховання в сучасних умовах освіти	377
Крафт В. А., Новицька Н. А. Доступність та неперервність самостійних занять з фізичного виховання впродовж життєдіяльності студентської молоді	378
Тетянченко І. В. Вплив занять фізичною культурою і спортом на рівень фізичної підготовленості студентів	380

ФІЛОЛОГІЯ

<i>Blyalova A. B., Aubakirova G. T.</i> Language Education in the Aspect of Preparing Students of Non-linguistic Universities for Professional Activities.....	385
<i>Dubautsova T.</i> English is the Universal Language.....	387
<i>Katkova Y. V., Aubakirova G. T.</i> Formation of Foreign Language Professional Communicative Competence of Students of Non-linguistic Specialties of Universities	390
<i>Костуря І. І., Коробка В. О., Уколова Л. М.</i> Навчання усному мовленню – мотивований напрямок вивчення англійської мови	392
<i>Mukhambetzhanova D. T., Aubakirova G. T.</i> The Use of Speech Situations as Necessary Conditions for the Formation of Foreign Language Competence of Non-language Specialties Students	395
<i>Fedenko A. S., Aubakirova G. T.</i> The Role of Independent Work for the Development of Foreign Language Competence of Students.....	398

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА І СТРАХУВАННЯ

<i>Абдурахимов А. Ф., Новикова И. Н.</i> Влияние амортизационной политики на финансовые результаты деятельности организации.....	401
<i>Величко О. С., Волковська Л. О.</i> Страховий ринок, його становлення і розвиток в Україні.....	403
<i>Глоба І. В., Волковська Л. О.</i> Майнове страхування в умовах ринку.....	405
<i>Дичок Р. Т., Бутова Л. В.</i> Доходи і видатки місцевих бюджетів.....	408
<i>Дорошко В. Н.</i> Проблемные аспекты оценки стоимости деловой репутации бизнеса	412
<i>Курманбеков Д. Е.</i> Анализ показателей финансовой устойчивости нефтегазовой компании.....	415
<i>Сидоренко Ю. Ю.</i> Управление рыночными финансовыми рисками посредством хеджирования.....	418
<i>Тажимуратов А. А.</i> Устойчивое развитие нефтегазовых компании	422
<i>Туребекова Т. Е., Маркелова М. А.</i> Правильные инвестиции или куда вложить деньги?	424
<i>Федчишина А. В., Бутова Л. В.</i> Страхування від нещасних випадків	431

ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНЖЕНЕРІЯ

Бакалов О. М., Чоні І. В. Розробка рецептур солодких страв із рисовим борошном	434
Бережна Д. В., Вієнко О. Ю., Гончаренко І. П. Перспективи використання ягід жимолості у технології безалкогольних напоїв на основі рослинної сировини	437
Бондаренко А. І., Пивоваров П. П. Наукове обґрунтування технологій борошняних кулінарних та кондитерських продуктів з капсульованим напівфабрикатом олії	440
Борщенко Д. І., Гречко І. О., Горобець О. М., Хомич Г. П. Використання відходів сокового виробництва з хеномелесу в технології заморожених борошняних виробів.....	442
Висоцький Г. Г., Горальчук А. Б. Використання пюре гарбуза у технології солодких емульсійних соусів	445
Ворона Н. В., Чоні І. В. Розробка технології емульсійних соусів з покращеними споживчими властивостями.....	447
Герасим О. С., Фарісеєв А. Г. Технологічні рішення безглютенових кондитерських борошняних виробів з бісквітного тіста.....	449
Гладкий А. І., Наконечна Ю. Г., Бородай А. Б. Удосконалення технології розсільних сирів.....	452
Гулак І. О., Нестеренко О. В., Ткач Н. І. Використання продуктів переробки ягід чорниці в технології напоїв	455
Жолдасова А. Ж., Омаралиева А. М. Инновационные технологии в производстве хлебобулочного изделия.....	458
Інютіна Я. А., Горальчук А. Б. Визначення впливу карміну на основні фізико-хімічні показники бісквітного виробу	463
Капусник К. О., Горальчук А. Б., Омельченко С. Б. Використання поверхнево-активних речовин у технології бісквіту шоколадного	465
Кононенко А. О., Бородай А. Б. Удосконалення технології виробів із м'яса за рахунок використання ультразвуку.....	467
Копилець А. В., Суткович Т. Ю. Удосконалення технології м'ясних січених напівфабрикатів з функціональними властивостями.....	470
Котляр Г. О., Суткович Т. Ю. Виробництво м'ясних напівфабрикатів з підвищеним вмістом біологічно активних речовин	472
Лінійчук Ю. В., Суткович Т. Ю. Застосування інноваційних методів попередньої обробки м'яса дичини	475

Мойса К. В., Савченко А. М., Фарісеєв А. Г. Перспективи використання обліпихи у виробництві майонезної продукції....	478
Моїсеєва С. Г., Бородай А. Б. Використання клітковини гарбузового насіння для підвищення харчової цінності печива ..	480
Молодцова К. В., Суткович Т. Ю. Використання вакууму при попередній обробці м'ясних напівфабрикатів.....	483
Назаренко О. М., Горальчук А. Б. Удосконалення технології крему вершкового оздоблювального низькожирного.....	486
Ніколенко К. А., Чоні І. В. Розробка технологій збивних десертів на основі напівфабрикату із кизилу.....	488
Осадча Н. А., Суткович Т. Ю. Використання нетрадиційної сировини в технології виробництва смузі.....	491
Петренко Я. А., Бородай А. Б. Удосконалення технології пісочних напівфабрикатів за рахунок використання м'ясної сировини	494
Поварніцина О. І., Чоні І. В. Розробка нових рецептур шоколадного соусу.....	497
Попов Я. О., Рогова А. Л. Збагачення мінеральними речовинами мучних кондитерських виробів за рахунок водоростей	500
Проценко О. В., Чоні І. В. Перспективи використання лоху вузьколистого у виробництві десертної продукції.....	503
Рибак Є. О., Фарісеєв А. Г. Удосконалення рецептури пісочного печива за рахунок використання рослинної сировини	505
Сапаргалієва Ж. Т., Омаралієва А. М. Инновационные технологии как повышение качества молочной продукции ...	508
Хархан Л. В., Бородай В. В. Вплив біопрепаратів на зменшення інфекційного навантаження бульб картоплі фітопатогенними мікроміцетами під час зберігання	513
Ярова К. А., Левченко Ю. В., Хомич Г. П. Використання нових видів загущувачів в технології соусів	515
Яценко В. Ю., Арцебашева М. С., Назорний О. Ю. Стратегія сучасного розвитку технології виробництва желейних десертів без використання драглеутворювачів	518

ХІМІЯ

Бокотей М. І., Поторій М. В. Взаємодія компонентів у системі $Ag_2Se - AgSbP_2Se_6$	520
--	-----

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Яківець В. А., Каменська, Н. П. Теоретико-правові засади публічного адміністрування в Україні	523
--	-----

ОТРИМАННЯ ЖИВИЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ПРОБІОТИЧНИХ МІКРООРГАНІЗМІВ З ВТОРИННИХ ПРОДУКТІВ ПЕРЕРОБКИ ЗЕРНА

М. Г. Бужилов, аспірант кафедри біохімії, мікробіології та фізіології харчування, спеціальність Біотехнологія та біоінженерія

*Л. В. Капрельяни, д. т. н., професор, завідувач кафедри біохімії, мікробіології та фізіології харчування – науковий керівник
Одеська національна академія харчових технологій*

Пшениця, трав'яниста рослина, яка за ступенем поширеності та затребуваності поступається тільки рису. Основний напрямок використання пшениці є хлібопечення і виробництво макаронних виробів [1]. Пшеничне зерно, або «Каріопсис», складається з ряду різних анатомічних частин: зародок; ендосперм, в якому упаковані зерна крохмалю для забезпечення енергії для проростання; товстий шар алейронових клітин, що оточує ендосперм; і околоплодник. Фракції висівок складаються з околоплодника, гіалинового й алейронового шарів. Від загальної маси зернівки пшениці фракція висівок становить (14–16 %), зародка (2–3 %) і ендосперму (переважно крохмаль): 81–84 % [2]. Традиційна технологія переробки зерна пшениці заснована на відділенні ендосперму від шарів висівок і зародка. Клітини алейронового шару, поряд з іншими верствами навколоплодника і ембріони видаляються з утворенням фракції висівок [3]. Хімічний склад висівок пшениці відрізняється високим вмістом незасвоєваних полісахаридів (харчових волокон): целюлоза геміцелюлоз пектинові речовини і легніна (порядку 43–44 %) [1, 3].

Ферментаційна біотехнологія в переробці висівок пшениці.

Ці вторинні продукти переробки володіючи нутритивними і фітохімічними властивостями, являють собою додаткові джерела раціону людини. З цієї причини розробка інноваційних біотехнологій переробки цієї сировини має важливе значення для подальшої їх утилізації в харчовому раціоні і використанні в виробництві продуктів харчування, а також розробці нових комерційних конкурентноспроможних функціональних продуктів.

Біотехнологія, а саме використання ферментних препаратів і ферментації, є важливим напрямком в реалізації цієї ідеї і доз-

воляє поліпшити технологічні, сенсорні й, особливо, поживні і функціональні властивості висівок [4].

За допомогою збільшення біодоступності мінеральних і фенольних речовин, вітамінів, засвоюваності білків і різних поживних речовин складної матриці оболонки зерна шляхом їх біотрансформації за участю гідролітичних ферментів і ферментації обраними заквасочними культурами, можливе отримання нових продуктів і добавок. Біотехнологічний підхід у переробці висівок дозволить значно розширити їх використання в харчуванні.

Ферментовані зернові побічні продукти посилять свій харчовий профіль і можуть стати носіями коректорів мікробіоти ШКТ (пребіотики і пробіотики).

Біотехнологічним рішенням переробки висівок є комплексний вплив біологічних об'єктів на складний матрикс клітинних стінок оболонки висівок. Модифікуючий вплив як екзогенних, так і ендогенних ферментів здатний змінювати частково структуру комплексу біополімерів матриксу і збільшити біологічну активність і біодоступність поживних речовин. Наступна або спільна з ферментолізом ферментація молочнокислими бактеріями дозволить отримувати продукти з поліпшеними фізіологічними і функціональними (оздоровчими) властивостями [5].

Пшеничні висівки є численні зовнішні шари пшениці (зовнішній і внутрішній перикарпії, насіннева оболонка, ядерний епідерміс), алеїроновий сілв.

Різні типи висівок (грубі або звичайні висівки, дрібні висівки, тонкі висівки або середні) можна розділити залежно від розміру часток і змісту ендосперму.

Найбільш поширені полісахариди з відрубних шарів – арабінооксилани і β -глюкани. Проте такі біоактивні сполуки висівок як харчові волокна і фенольні кислоти, що формують клітинну стінку, малодоступні, т. б. мають низьку біодоступність в організм людини.

Таким чином, додаткове фракціонування і подрібнення висівок, з подальшою ферментативною обробкою і ферментація будуть спрямовані на деструктування біополімерів матриксу клітинних стінок висівок, дозволять підвищити їх харчовий потенціал і додадуть нові фізіологічні властивості [6].

Нами запропонована біотехнологічна переробка висівок, що включає два етапи: 1) гідролітичне розщеплення ферментами (ксілланаза, ендогептаназа, целюлаза) 2) з наступною фермента-

цією утворює продукту бактеріями мікроорганізму *Lactobacillus acidophilus* і *Bifidobacterium bifidum*.

Подібна біотехнологічна обробка впливає на мікроструктуру висівку, викликаючи часткове руйнування структур клітинних стінок, що несе за собою перш за все збільшення розчинності арабіноокіланів (більш ніж у 10 разів порівняно з нативними висівками), тобто вмісту розчинних харчових волокон та освіти з них олігомери зі ступенем полімеризації 5–8, що являють собою вуглеводні високоефективні пребіотичні речовини.

Список використаних інформаційних джерел

1. Macrate, R. Randomized trial of intake of fat, fibre and betacarotene to prevent colorectal adenomas [Text] / R. Macrate, R. Robinson, M. Sadler // Natl Cancer Inst. – 1993. – Vol. 5, Is. 87. – P. 1760–1766.
2. Pomeranz, Y. Chemical composition of kernel structures [Text] / Y. Pomeranz // chemistry and technology. – 1988. – Vol. 3, Is. . – P. 99.
3. Topping, D. Cereal complex carbohydrates and their contribution to human health [Text] / D. Topping // Cereal Sci. – 2007. – Vol. 46, Is. 5. – P. 220–229.
4. Kaprelyants L, Yegorova A, Trufkati L, pozhitkova L. Functional foods: prospects in Ukraine. Food science and technology. 2019; 13(2):15–23.
5. Krupytska L., Kaprelyants L., Trufkati L., Velichko T., Kirilov V. TECHNOLOGY OF PRODUCING SYMBIOTIC BIOLOGICALLY ACTIVE ADDITIVE.
6. Kaprelyants, L. V. Fitokomponenti zernovogo siriya: stroenie, svoystva, primenenie [Text] / L. V. Kaprelyants, E. D. Zhurlova // Harchova nauka i tehnologiya. – 2013. – № 4. – S. 3–7.

ПЕРСПЕКТИВА ОТРИМАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ХАРЧОВИХ ІНГРЕДІЄНТІВ НА ОСНОВІ ЗЕРНОБОБОВОЇ СИРОВИНИ

В. В. Геврик, спеціальність Біотехнологія та біоінженерія

Л. В. Капрельянци, д. т. н., професор, завідувач кафедри біохімії мікробіології та фізіології харчування – науковий керівник

Одеська національна академія харчових технологій

Відомо, що зернобобові культури мають популярність серед населення за рахунок відносно не високої вартості та завдяки

своїм корисним властивостям. Однією з перспективних рослин є культура нуту.

Нут – одна з найдавніших і найпоширеніших культур світу. З 2016 року нут офіційно з'явився у статистиці України. Збільшення його виробництва в цьому сезоні було на рівні 52 тис. т, при цьому близько 10 тис. т було експортовано. Світовий ринок нуту складає 1,5 мільйона тон.

На жаль, останнім часом відмічається дефіцит необхідних компонентів для життєдіяльності організму, є негативна динаміка саме в структурі білкового харчування. Для рішення цієї проблеми необхідно використовувати зернобобову сировину, адже вона збагачена білками, незамінними амінокислотами, які подібні з білками тваринного походження.

Яскравим представником таких зернобобових є нут, але в Україні він не такий популярний, як у східних країнах, наприклад, Ізраїль. Саме там нут використовують для приготування хумусу, фалафеля та ін. Завдяки клімату України вирощування нуту є досить перспективним, адже у південній зоні нашої країни недостатня кількість опадів і посухи, а це є сприятливі умови для нуту. Біологічна цінність білка складає 52–78 %, коефіцієнт перетравлення – 80–83 %. Крім того, у насінні цієї культури знаходиться багатий комплекс вітамінів, мінеральних елементів та інших біологічно активних речовин [1].

За харчовою цінністю нут, незалежно від сортових особливостей, не поступається таким відомим поширеним зернобобовим культурам, як горох, сочевиця і соя. Вміст білка в насінні нуту залежно від сорту складає (21 %–35 %). За цим показником нут поступається тільки сої, перевищуючи при цьому квасолю, сочевицю і горох на 3–7 %. За показниками харчової цінності, а також за сумою незамінних амінокислот (38,51 %) і кількості основних з них: метіоніну, триптофану, лізину, ізолейцину – нут перевершує поширені зернобобові культури [2].

Боби нуту є джерелом харчових волокон, стійкого крохмалю, вітамінів, мінеральних речовин (фолати, кальцій, марганець, фосфор і калій), а також низки фітохімічних компонентів – стеролів, фітоестрогенів, каратеноїдів і ізофлаваноїдів. Боби нуту багаті на поліненасичені жирні кислоти [3].

При всіх позитивних характеристиках нуту є і деякі недоліки. Відомо, що більшість бобових синтезують певні біологічно активні речовини, які знецінюють харчову цінність. Часте вико-

ристання нуту у харчуванні, заборонено через присутність антипоживних факторів, таких як танін, фітинова кислота, інгібітори трипсину. Ці антипоживні речовини можуть чинити несприятливий фізіологічний вплив на людину, якщо їх вживати у сирому вигляді [4].

Але такі показники не є критичними, тому що цю ситуацію можливо виправити завдяки проростанню нуту, це дозволить знизити показники антипоживних речовин, які були перераховані вище. Саме цей факт підтверджується дослідями, в яких виявили, що проростання насіння впродовж 72 годин показало загальне зниження антипоживних речовин на 95 %. Цей дослід довів, що при різних умовах обробки, проростання виявилось найкращою практикою для зниження складу антипоживних речовин в насінні нуту [5].

Під час пророщування насіння нуту відбувається такий біохімічний процес, як гідроліз високомолекулярних сполук. Коли відбувається перехід у розчинний стан, це дозволяє провести транспортування в паросток, що розвивається. Також паралельно відбувається інтенсифікація дихального газообміну насіння. Основною особливістю, що притаманна насінню, яке проростає є збільшення активності всіх гідролаз та оксидоредуктаз, які виявляються ще до прояву зовнішніх ознак проростання. Вміст моносахаридів і дисахаридів під час пророщення насіння нуту збільшується в 3–4 рази.

За час проростання, білки насіння нуту розкладаються з утворенням пептидів та амінокислот, це відбувається завдяки дії протеолітичних ферментів. У цей час відбувається процес біосинтезу азотистих сполук, що дозволяє нуту гідролізуватися до амінокислот у кількості 55 %. Також збільшується вітамін С у декілька разів, що дозволяє збільшити вміст антиоксидантів близько 4–5 разів [6].

Завдяки процесу біомодифікації є можливість підвищення та удосконалення позитивних показників пророщеного нуту та збільшення його харчової цінності. Існує декілька дослідів, в яких використовуються різні методи біомодефікації. Один з таких методів є індукований автоліз. Завдяки цьому методу було доведено, що при обробці нутового борошна препаратом протеолітичних ферментів з зародків пшениці, це викликає ланцюг біохімічних процесів, що активують власні ферменти, що при-

зводить до розщеплення білків як наслідок поліпшення біологічної цінності сировини [7].

Наступний метод – пророщування бобів нуту у живильних середовищах. Було розглянуто вплив різних живильних середовищ на зміни комплексу, біологічно активних речовин, на зміну маси бобів та на швидкість пророщення паростків. Було обґрунтовано доцільність використання настою шипшини як живильного середовища та створення оптимізованих умов їхнього пророщення [8].

Таким чином, доцільні подальші дослідження методів біомодифікації нуту для отримання властивостей, корисних для організму людини. Завдяки цьому напрямку можливо отримати багато функціональних харчових інгредієнтів, які можна використовувати в різних харчових мережах, включаючи харчові композити на основі зернобобових та борошняних сумішей для для хлібопечення, кондитерських та кулінарних виробів, у м'ясних та молочних продуктах. Цей напрямок досліджень забезпечить можливість взаємозбагачення одержуваних продуктів незамінними інгредієнтами, а також дозволить регулювати їхній склад відповідно до основних вимог науки про харчування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сичкар В. І. Нут. Біологічні особливості, технологія вирощування та нові сорти / В. І. Сичкар, О. В. Бушулян, Н. З. Толкач. – Одеса, 2004. – 20 с.
2. Сичкар В. І. Нут: генетика, селекція, насінництво, технологія вирощування : монографія / В. І. Сичкар, О. В. Бушулян. – Одеса, 2009. – 248 с.
3. Капрельянц Л. В. Функціональні продукти / Л. В. Капрельянц, К. Г. Юргачова. – Одеса : Друк, 2003. – 283 с.
4. Chavan J. K., Kadam S. S., Salunkhe D. K., 1989 Chickpea. In: Kadam SS, Salunkhe DK (eds) Handbook of world food legumes: nutritional chemistry, processing technology and utilization, Vol. 1. CRC, Boca Raton, 247–288, 1989.
5. P.K. Singh, N. Shrivastava, B. Sharma, S.S. Bhagyawant, Effect of domestic processes on chickpea seeds for antinutritional contents and their divergence//American journal of food science and technology, 2015, Vol. 3 №. 4, p. 111–117
6. Пашенко Л. П. Разработка технологии хлеба, обогащенного семенами нута / Л. П. Пашенко // Успехи современного естествознания. – 2009. – № 1. – С. 24–38.

7. Капрельянц Л. В. Ферментативний гідроліз, як спосіб підвищення функціональних технологічних властивостей муки нуту / Л. В. Капрельянц, Я. Д. Гусак-Шкаловская // Зернові продукти і корма. – 2009. – № 1. – С. 25–28.
8. Сасенко Р. І. Дослідження процесів пророщування бобів нуту у живильних середовищах / Р. І. Сасенко, Г. Ф. Коршунова // Обладнання та технології харчових виробництв. – 2013. – № 30. – С. 90–94.

ПСИХОБІОТИЧНІ ЕФЕКТИ ПРОБІОТИКІВ ТА ПРЕБІОТИКІВ

О. В. Жук, аспірант, спеціальність 162 Біотехнологія та біоінженерія

Л. В. Капрельянц, д. т. н., професор, завідувач кафедри БМтаФХ – науковий керівник
Одеська національна академія харчових технологій

Пробіотики та пребіотики, які викликають позитивні психічні реакції у осіб з психопатологічними змінами, названі психобіотиками [5]. Вони дають анксиолітичний і антидепресивний ефекти, характеризуються позитивними змінами в емоційній, когнітивній, системній і нервовій сферах. Комунікація між кишковими бактеріями і мозком здійснюється каналами ентеральної нервової та імунної систем. Визначення «психобіотик» поширюється на будь-який екзогенний фактор, який здійснює позитивний вплив на функції мозку опосередковано через кишкову мікробіоту.

При розробці психобіотиків в якості перспективних розглядають препарати на основі біологічно активних метаболітів бактерій – представників нормальної мікробіоти організму людини. Екзометаболіти індигенних бактерій стимулюють зростання резидентної мікробіоти, пригнічують патогенні мікроорганізми, сприяють регенерації епітелію слизової оболонки, надають імуномодулюючу дію та впливають на центральну нервову систему [2]. У зв'язку з відомою біологічною активністю метаболітів лактобактерій та біфідобактерій і потребою практичної медицини в препаратах, що володіють комплексом психобіотичних властивостей, розробка нового препарату на основі продуктів життєдіяльності бактерій цих родів є досить актуальною.

Дослідження психобіотиків проводять на тваринних моделях (шури, миші) в умовах

індукції стресу і тестування поведінкових реакцій для оцінки показників мотивації, тривоги і депресії. При використанні психобіотиків на моделях тварин соматичними, інфекційними і нейродегенеративними захворюваннями створюються умови для попередньої оцінки їх можливих ефектів при захворюваннях людини.

Наприклад, в одній моделі з гіперамоніемією (викликаній введенням амонію ацетату) в експериментах з використанням психобіотиків (пробіотиків *Lactobacillus helveticus*) спостерігалося зниження запалення (мозкова індукцйбельна NO – синтаза, простагландин E2, IL-1 β), патологічного перетворення серотоніну в 5-гідроксиіндолацетову кислоту, тривоги, проте когнітивна функція підвищувалася. В другій моделі, де тварини знаходилися в стані стресу, знижались постстресорна тривожність, АКТГ, кортизол, проте підвищувалися постстресорна пам'ять розпізнавання об'єктів, IL-10, mRNA мозкового нейротрофічного фактору(МНТФ) в гіпокампі, норадреналін та серотонін [1].

Пробіотики. Порівняння ефектів пробіотиків в експериментах на тваринах і в дослідженнях у людей показує їх значну схожість. Зокрема, в рандомізованому подвійному сліпому плацебо дослідженні, в якому здорові добровольці (чоловіки і жінки) брали суміш пробіотиків (*L. helveticus* R0052 і *B. longum*) або плацебо протягом 30 днів, учасники з групи пробіотиків відзначили значне зменшення загальної тривалості та глибини поганого настрою і стану дистресу. У цій же групі в добових зразках сечі статистично значимо зменшувався вміст кортизолу, що служить індикатором зниження рівня стресу [8].

Пробіотики не погіршують функції навчання і пам'яті і не індукують звикання, що вказує на їх добрий рівень безпеки і відсутність негативних впливів на когнітивні функції.

Патофізіологічні ефекти пребіотиків вивчали в обмеженому числі досліджень. Вони переважно стосувалися галактоолігосахаридів і фруктоолігосахаридів, які служать субстратним джерелом харчування для *Bifidobacteria* і *Lactobacilli*, одночасно стимулюючи їх активність і заселення кишківника. Так, галакточи фруктоолігосахариди [10] підвищували експресію МНТФ в гіпокампі, mRNA МНТФ, рецептора метіласпартату в гіпокампі; *Vimuno* галактоолігосахариди [12] підвищували експресію

МНТФ в гіпокампі та експресію субодиниці GluN2A NMDAR; олігосахарид 2'-фуктозиллактоза людського молока [9] підвищував навчання в лабіринті та впізнавання об'єктів через 1 рік після курсу введення пребіотика; а Vimuno галактоолігосахариди після введення LPS знижував тривожність, IL-1 β та кортикальні рецептори 5-HT2A [1].

Пребіотики. Підтвердження здатності психобіотиків впливати на глибину емоцій було отримано в першому ж дослідженні, проведеному з метою вивчення психофізіологічних ефектів пребіотиків, в якому здорові чоловіки і жінки вживали GOS, FOS або плацебо [11]. У всіх учасників визначали рівень кортизолу в крові в момент пробудження. Надмірне підвищення рівня кортизолу при пробудженні розглядають як біомаркери емоційних порушень, зокрема таких, як депресія [4, 7]. Дослідження показало значно менше підвищення рівня кортизолу вранці у осіб, які брали GOS, в порівнянні з таким у учасників з двох інших груп. Випробовувані з усіх груп брали участь також в проведенні психометричного тесту («dot-probe task»), який дозволяє оцінити ступінь вираженості занепокоєння або націленої уваги до негативних стимулів, а також служить поведінковим маркером тривоги і депресії. У осіб з групи GOS зареєстрований істотно нижчий рівень занепокоєння і, отже, зменшення уваги і реактивності на негативні емоції. Зменшення ступеню вираженості занепокоєння розглядають як анксиолітичний і антидепресивний ефект [6, 3].

Список використаних інформаційних джерел

1. Ивашкин В. Т., Ивашкин К. В. Психобиотические эффекты пробиотиков и пребиотиков. Российский журнал гастроэнтерологии, гепатологии, колопроктологии. 2018; 28(1): 4-12. <https://doi.org/10.22416/1382-4376-2018-28-1-4-12>.
2. Нечисляев В. А. Пробиотики: микробиологические и технологические аспекты получения, контроля и конструирования препаратов, 2005.
3. Bercik P., Park A. J., Sinclair D., Khoshdel A., Lu J., Huang X., Deng Y., Blennerhassett P. A., Fahnstock M. et al. The anxiolytic effect of *Bifidobacterium longum* NCC3001 involves vagal pathways for gut-brain communication. *Neurogastroenterol Motil* 2011;23:1132-9.

4. Bhagwagar Z., Hafizi S., Cowen P. J. Increased salivary cortisol after waking in depression. *Psychopharmacology (Berl)* 2005; 182:54-7.
5. Dinan T. G., Stanton C., Cryan J. F. Psychobiotics: a novel class of psychotropic. *Biol Psychiatry* 2013; 74:720-6.
6. Ironside M., O'Shea J., Cowen P. J., Harmer C. J. Frontal cortex stimulation reduces vigilance to threat: implications for the treatment of depression and anxiety. *Biol Psychiatry* 2016; 79:823-30.
7. Mannie Z. N., Harmer C. J., Cowen P. J. Increased waking salivary cortisol levels in young people at familial risk of depression. *Am J Psychiatry* 2007; 164:617-21.
8. Messaoudi M., Lalonde R., Violle N., Javelot H., Desor D., Nejd A., Bisson J. F. et al. Assessment of psychotropic-like properties of a probiotic formulation (*Lactobacillus helveticus* R0052 and *Bifidobacterium longum* R0175) in rats and human subjects. *Br J Nutr* 2011; 105:755-64.
9. Oliveros E., Ramirez M., Vazquez E., Barranco A., Gruart A., Delgado-Garcia J. M., Buck R., Rueda R., Martin M. J. Oral supplementation of 2'-fucosyllactose during lactation improves memory and learning in rats. *J Nutr Biochem* 2016; 31:20-7.
10. Savignac H. M., Corona G., Mills H., Chen L., Spancer J. P., Tzortzis G., Burnet P. W. Prebiotic feeding elevates central brain derived neurotrophic factor, N-methyl-d-aspartate receptor subunits and d-serine. *Neurochem Int* 2013; 63:756-4.
11. Schmidt K., Cowen P. J., Harmer C. J., Tzortzis G., Errington S., Burnet P. W. Prebiotic intake reduces the waking cortisol response and alters emotional bias in healthy volunteers. *Psychopharmacology (Berl)* 2015; 232:1793-801.
12. Williams S., Chen L., Savignac H. M., Tzortzis G., Anthony D. C., Burnet P. W. Neonatal prebiotic (BGOS) supplementation increases the levels of synaptophysin, GluN2A-subunits and BDNF proteins in the adult rat hippocampus. *Synapse* 2016; 70:121-4.

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА ТА КУРОРТНА СПРАВА

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО МИРОВОГО РЫНКА

*К. А. Детюк, студентка группы ПТБ-16, специальность
Предпринимательство, торговля и биржевая деятельность
О. В. Кузьменко, к. э. н., доцент, доцент кафедры
предпринимательства, торговли и биржевой деятельности –
научный руководитель
Университет им. Альфреда Нобеля, г. Днепро*

Внешнеэкономические отношения становятся существенной составляющей хозяйственной деятельности. В цивилизованных государствах значительная доля валового национального продукта (более 70 %) выполняется в секторах обслуживания. Главную часть поступлений гарантирует туристский рынок. В странах ЕС доход от туризма составляют около 5,5 % ВВП. Финансовые затраты Турции, Кипра, Египта отчасти пополняются за счет туризма [1].

Изучение Всемирной туристической организации (ВТО) предоставляют вероятность заявлять, что тенденции подъема туристической промышленности станут сберегаться и в последующем. В промежуток с 2000 вплоть до 2020 года прогнозируется повышение туристских заработков на 200 %. Более посещаемыми странами мира до 2020 года станут, согласно мониторингами экспертов, Китай, США, Франция, Испания [2].

Всемирный туризм оказывает большое влияние в формировании, как единичных государств, так и вселенской экономики в целом. На назначенном этапе формирования экономики, когда необходимость в путешествиях стремительно увеличилась, возникли и изготовители услуг с целью путешествий. Это повергло к развитию продукта особенного типа – туризма. Подобным способом, туризм появился как продукт, какой возможно приобрести и реализовать в потребительском торге и который реализуется в фигуре вещественных и нематериальных услуг [1]. С финансовой точки зрения туристский рынок активизирует формирование иных сфер хозяйства. Это торговая деятельность, постройка, аграрное производство, изготовление продуктов общенародного пользования [3].

В процветании туризма, кроме этого, участвует внешнеэкономическая работа стран. Интеграция и глобализация, работающие в абсолютно всех секторах международной экономики, способствуют повышению официальной деятельности жителей и возникновению новейших разновидностей делового туризма [3].

Интернациональный туризм гарантирует самые крупные в мире поступления от экспорта других государств, и считается значимым условием обеспечения платежного баланса страны. Область туризма трансформировалась в одно из основных условий формирования трудовых зон в мире. Усовершенствование туризма инициирует приток в инфраструктуру больших вложений, значительная доля которых проходит в обработке свойств существования, как местного населения, так и туристов [1].

Развитие туристического раздела как прибыльного сектора экономики считается значимым условием общественного формирования и цивилизованного роста страны при сохранении её самобытности и национальной сущности, слаженной интеграции в мировые глобализационные и гуманизационные движения [2].

Одним из перспективных направлений стимулирования созревания туризма является – повышение денежных поступлений от туристской деятельности, изменение рыночной инфраструктуры, формирование специализированных финансовых зон туристско-рекреационного типа. Необходимой задачей функционирования подобных зон обязано быть предоставление посылов в интересах градационного распространения результативных компонентов рыночного приспособления с зон в экономику находящихся вокруг регионов и экономику местности.

Список использованных информационных источников

1. Перспективы развития мирового туристского рынка. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2018/article/2018009343>. – Название с экрана.
2. Перспективы развития международного туризма. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/mironov.htm. – Название с экрана.
3. Современный туристский рынок и перспективы его развития. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/sovremennyy-turistskiy-rynok-i-perspektivy-ego-razvitiya>. – Название с экрана.

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

*А. В. Озар, асистент кафедри міжнародної економіки і туризму
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля*

Сталий розвиток – це термін, який продовжує поширюватися на підприємствах всіх розмірів і у всіх галузях, але що саме це означає для ресторанної індустрії? Можна представити ресторан, який працює на 100 % за рахунок поновлюваних джерел енергії, який не виробляє відходів, збирає і переробляє воду, підтримує і допомагає розвивати місцеві господарства, має клієнтську лінію і готовий найняти членів місцевої громади.

Сталий розвиток ресторанів означає роботу таким чином: захист, зберігання або відновлювання природного середовища, сприяння соціальній справедливості, покращення життя людей і співтовариств, сприяння економічному процвітання акціонерів і зацікавлених сторін. Оскільки тема сталого розвитку є дуже широкою і всеохопною, необхідно розглянути екологічний аспект стійкості в ресторанній індустрії.

Сьогодні ресторанна індустрія стикається з багатьма проблемами, включаючи уповільнення розвитку, високі експлуатаційні витрати, набір і утримання співробітників, а також необхідність залучення більш молодого демографічного споживача. Корпоративне прагнення до стійкості для ресторанного бізнесу, здається, має бути легким, оскільки воно безпосередньо вирішує кожну з цих проблем.

На підприємствах ресторанного господарства сталі методи принесуть користь бізнесу, зменшивши експлуатаційні витрати. Зменшення впливу бізнесу на навколишнє середовище означає скорочення відходів, а скорочення відходів – економію грошей.

Методи сталого розвитку ресторанного бізнесу:

1. Скорочення витрат енергії. Більшість ресторанів мають величезні можливості для економії коштів за рахунок підвищення енергоефективності та інвестицій у відновлювану енергію. Важливо почати з розробки комплексного плану енергоменеджменту, який повинен включати використання системи, яка дозволить в режимі реального часу відслідковувати і контролювати використання енергії на об'єктах. Можливості підвищення ефективності в ресторанній індустрії включають модернізацію світлодіодного освітлення, датчиків руху.

2. Рух до нульових відходів. Скорочення кількості твердих відходів, і особливо харчових, є основною можливістю для багатьох ресторанів заощадити гроші і поліпшити суспільне сприйняття і суспільні відносини. Ресторани можуть боротися з відходами, впроваджуючи програми компостування, скорочення і повторного використання харчових відходів, впроваджуючи комплексні програми утилізації, виключаючи використання пінополістиролу і розробляючи план управління відходами з нульовим вмістом відходів.

3. Зменшення витрат води. Оскільки наш світ продовжує вирішувати нагальну проблему нестачі і безпеки водних ресурсів, підприємствам буде розумно розробляти ефективні методи, які знижують ризик недотримання правил водопостачання в майбутньому і забезпечить довгострокову стійкість в рамках їх діяльності. Важливо розуміти численні економічні переваги скорочення споживання води в ресторанах. Це не тільки безпосередньо економить гроші на рахунках за воду, але також заощаджує гроші на енергію, що використовується для накачування води, для нагріву води, і витрати, пов'язані з відправкою води для обробки. Деякі можливості підвищення ефективності використання води в ресторанах включають в себе насадки і пристосування з низькою витратою, системи збору і повторного використання води в посудомийній машині, безводні пісуари тощо.

4. Керування викидами. Викиди парникових газів пов'язані з багатьма різними аспектами ресторанного бізнесу: від електрики, пропану і природного газу, що використовуються в роботі, до палива, що використовується для поїздок співробітників на роботу, використання енергії в ланцюжках поставок. Першим кроком в скороченні викидів парникових газів (ПГ) є розуміння поточного вуглецевого сліду компанії або загальних викидів парникових газів, пов'язаних з діяльністю підприємства. Оновлення до більш ефективного обладнання, збільшення швидкості переробки, розробка програм автопарку співробітників і використання гібридних або електромобілів – все це може сприяти скороченню викидів ПГ.

5. Вплив на ланцюг поставок. Залучаючи більше місцевих, екологічно чистих і корисних інгредієнтів, ресторани можуть знизити соціальні та екологічні наслідки ведення бізнесу, одночасно звертаючись до нової демографічної групи клієнтів, яка

стає більш усвідомленою щодо свого вибору продуктів харчування. Ресторани можуть розробляти політику стійких закупівель, щоб допомогти споживачам знизити вплив своїх рішень про покупку шляхом пошуку продуктів, виготовлених з переробленого матеріалу, довговічних і придатних для переробки. Програма щодо забезпечення стійкості ланцюжка поставок може допомогти у вирішенні проблем шляхом збору інформації про поточну практику великих постачальників компанії, а потім працювати з цими постачальниками, щоб допомогти їм впровадити більш стійкі методи і зрозуміти переваги [2].

Отже, такі типи ресторанів виникли через необхідність зустрічати все більше число споживачів, які хочуть здорову їжу і знають, що наявність певних звичок способу життя зменшує вплив на навколишнє середовище. За прогнозами, до 2030 року попит на продукти харчування зросте на 50 %, водокористування збільшиться на 30 %, а землекористування – на 50 %. Існуючі продовольчі системи не є стійкими, оскільки вони використовують ресурси, швидкість виробництва яких нижче, ніж споживання, і несуть відповідальність за використання 70 % води в світі, 30 % викидів парникових газів і надмірного вилову риби. «Сталий» ресторан – це такий, що має кілька ключових особливостей, таких як використання органічних продуктів, місцеве споживання і стійкий процес від контрактного персоналу до вуглецевого сліду підприємства. Філософія такого закладу полягає у використанні продуктів і процесів, які не завдають шкоди навколишньому середовищу [1].

Список використаних інформаційних джерел

1. Have you heard about sustainable restaurants? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.activesustainability.com/sustainable-life/have-you-heard-about-sustainable-restaurants/>. – Назва з екрана.
2. Time to Fire Up Restaurant Sustainability – Here’s How. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.environmentalleader.com/2017/12/time-fire-restaurant-sustainability-heres/>. – Назва з екрана.

ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО, ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА

ОСОБЛИВОСТІ МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ В НІМЕЧЧИНІ

А. С. Линник, студентка групи ДІД-21

Т. В. Оніпко, д. і. н., професор – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі»*

Музейна справа нині набуває нового значення, оскільки посилюється її значення у формуванні зовнішніх соціально-культурних зв'язків, підвищується роль у регіональному розвитку соціального середовища. За даними ЮНЕСКО, у світі налічується 55 тис. музеїв. Близько двох третин із них припадає на Європу, яка отримала статус світової музейної скарбниці. Найвищий рівень забезпеченості музеями мають «країни-карлики» та інші країни з незначною кількістю населення (Сан-Марино, Ісландія, Монако, Ліхтенштейн, Андорра, Норвегія), а також розвинуті і країни з давніми традиціями колекціонування (Швейцарія, Австрія, Великобританія, Німеччина, Італія). Зокрема, у Німеччині 6 тис. 800 музеїв щорічно збирають майже 114 млн відвідувачів, а до 470 виставкових центрів щорічно у середньому приходять 6,2 млн чоловік [1].

У Німеччині приділяють велику увагу музейній справі. Тут навчають тому, як створити цікаву експозицію і привернути публіку до музею, як розпізнати фальшивку від оригіналу. В країні є декілька вищих навчальних закладів, які готують спеціалістів у галузі музеєзнавства. Це Лейпцизька вища школа техніки економіки і культури (бакалаврат «Музеєлогія» та платна магістратура «Музейна педагогіка»); Берлінська вища школа техніки і економіки (бакалаврат «Музеєзнавство», магістерські програми «Музейний менеджмент і музейна комунікація» та «Збереження та реставрація експонатів»; Гейдельберзький університет (магістратура «Історія мистецтв та музеєлогія»; Ольденбурзький університет (бакалаврат «Матеріальна культура», магістерська програма «Музей і виставка»; Вюрцбурзький уні-

верситет (бакалаврат «Музеєлогія і матеріальна культура», магістерські програми «Музеєзнавство», «Музей і древні культури», «Колекції, провенанс (походження речей, культурна спадщина)»). Остання, зокрема, орієнтована на те, щоб сприяти прискоренню повернення творів мистецтва, які нацисти відібрали у єврейських сімей, а нині вони знаходяться в різних музеях і окремих колекціях [2].

Музейна справа в Німеччині включає як традиційні напрями музейної діяльності – збір експонатів, науковий опис, інвентаризацію, збереження об'єктів, так і сучасні – музейний менеджмент, музейний маркетинг, соціологічні дослідження музейної публіки, підготовка експозиційної концепції із урахуванням конкретної цільової групи відвідувачів. Велика увага приділяється вивченню студентами таких наук як історія, мистецтвознавство, археологія, фольклор. Студенти спільно з викладачами готують декілька проектів – створення нової експозиції, розробка музейно-педагогічної програми, підготовка екскурсії для людей з обмеженими можливостями.

Обов'язковою складовою навчального процесу в музейній справі є відвідування студентами і викладачами музеїв Німеччини та інших країн, зокрема, італійських міст – Мілану, Турина, Больцано. У студентів є можливість поїхати навчатися на один семестр за кордон – до Великобританії, Греції, Італії, Туреччини, Єгипту. Навчальні заклади Німеччини охоче співпрацюють з музеями вище названих країн.

У Німеччині існують як вже відомі музеї, наприклад, Пергамський музей у Берліні, так і менш відомі, наприклад, музей картоплі у Мюнхені, музей гігієни в Дрездені. В останньому розглядають людину у цілому. Історичні експонати, наприклад, ілюструють розвиток науки: від акушерського крісла цивілізації майя до сучасних термокамер для виходжування новонароджених. Для тих, хто шукає романтику, в музеї можна побачити древні любовні листи. Після об'єднання Німеччини музеєскансеном стала Берлінська стіна, яку щорічно відвідують тисячі туристів. Колишній вугільний басейн Рур з промислового регіону перетворився на мистецький. Це сталося завдяки тому, що тут активно впроваджується масштабний арт-проект «Мистецтво та вугілля», який об'єднав 17 музеїв Рурського регіону.

У країні 80 університетів володіють різними колекціями, яких нараховується близько 800. В університетських музеях зібрано мільйони технічних, природних, художніх та інших об'єктів. Так, при університеті імені Мартіна Лютера в м. Галле існує музей домашніх тварин. За 140 років існування цього музею зібрано 6 тис. препаратів та скелетів різних порід домашніх тварин, а також великий архів фотографій та документів. Університет Гейдельберга (м. Гейдельберг, земля Баден-Вюртенберг) перетворив колишній студентський карцер у музей. З метою підвищення ефективності використання своїх наукових зібрань вищі навчальні заклади Німеччини отримують державну дотацію у рамках навчальної та дослідницької діяльності [3].

Прикладом сучасного музею Німеччини є інтерактивний музей «Odysseum» у м. Кельн, який щорічно відвідують понад 360 тис. осіб. Цікавим вважаємо гасло музею: «До експонатів доторкатися потрібно!». Для дітей створена можливість взяти участь у науково-експериментальній «Одісеї»: разом з героями казок проникнути у побутові таємниці; спробувати водомет і насос, пустити воду по чудернацьким жолобкам, піднятися на борт піратського корабля, спробувати подолати вершину гори.

Проте сучасні інтерактивні музеї Німеччини іноді вдаються до інновацій, не зовсім зрозумілих з моральної точки зору. Так, два зрізи мозку відомого вченого Альберта Ейнштейна виставили на показ у музеї природознавства в м. Мюнстер. Цей заклад підготував виставку зразків мозку людей і тварин (750 інтерактивних експонатів) під назвою «Мозок, інтелект, свідомість, почуття». Мозок Ейнштейна «оточили» на цій виставці цілою світою мізків різноманітних тварин: від мініатюрного мозку кажана – до мозку слона вагою понад чотири кілограми.

У музейників нині багато завдань, адже сприйняття музею як інформаційного закладу помітно змінилось, тому вони приділяють велику увагу інноваційним технологіям. Разом з тим німецькі фахівці музейної справи переконані в тому, що навіть в епоху суцільної цифровізації зникнення музеям не загрожує, адже люди, як і раніше, мають потребу в тому, щоб своїми очима побачити оригінал, а не його фотографії в мережі Інтернет. Людину, вважають німецькі фахівці, приваблює аура автентичності, якою наділений музей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку / Р. Маньковська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://history.org.ua/JournALL/kraj/kraj_2013_3/13.pdf. – Назва з екрана.
2. Где в Германии учат музейному делу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facenews.ua/news/2019/454460/>. – Назва з екрана.
3. Германия субсидирует университетские музеи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.dw.com/ru/Германия-субсидирует-университетские-музеи/a-18444091>. – Назва з екрана.

СVP-АНАЛИЗ И ЕГО РОЛЬ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

*Л. Д. Барабанова, студентка группы Б-41, специальность
Бухгалтерский учет, анализ и аудит*

*Н. Я. Протасова, ст. преподаватель кафедры
бухгалтерского учета – научный руководитель
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»*

В своей деятельности приходится принимать различные управленческие решения касающиеся, например, цены реализации товаров, планирования объема продаж, увеличения или, наоборот экономии по отдельным видам расходов. Эти решения принимаются на основе анализа соотношений затрат, объема и прибыли, иначе СVP-анализа.

СVP-анализ позволяет понять цели анализа и показывает «как важно понимать поведение затрат, то есть реагирование затрат на различные влияния» для оценки последствий тех или иных управленческих решений.

При использовании этого метода необходимо учитывать следующие допущения, на которых основан СVP-анализ:

1. Все затраты могут быть рассмотрены либо как постоянные, либо как переменные.
2. Поведение общих затрат и выручки жестко определено и линейно в пределах области релевантности.
3. Постоянные затраты не изменяются вместе с изменениями объема производства в пределах области релевантности.
4. Переменные затраты прямо пропорциональны объему в пределах области релевантности.
5. Переменные затраты на единицу продукции (удельные переменные затраты) являются постоянными.
6. Цена реализации единицы продукции не меняется.
7. Цены на материалы и услуги, используемые в производстве, не меняются.
8. Производительность труда не меняется.
9. Отсутствуют структурные сдвиги.
10. Объем производства является единственным фактором, влияющим на изменения затрат и доходов организации.

11. Объем продаж равен объему производства (т. е. в течение рассматриваемого периода изменений в уровнях запасов не происходит).

12. Ассортимент продукции на предприятии, где производится ряд различных товаров или оказывается несколько видов услуг, является неизменным. Переменные затраты и продажная цена на единицу продукции, используемые при анализе, представляют собой средневзвешенный показатель затрат на различные единицы продукции и цен на соответствующие товары и услуги.

Ключевыми элементами анализа соотношения «затраты – объем – прибыль» выступают маржинальный доход, порог рентабельности (точка безубыточности), производственный леверидж и маржинальный запас прочности.

Маржинальный доход – это разница между выручкой организации от реализации продукции (работ, услуг) и суммой переменных затрат.

Порог рентабельности (точка безубыточности) – это показатель, характеризующий объем реализации продукции, при котором выручка организации от реализации продукции (работ, услуг) равна всем его совокупным затратам, т. е. это тот объем продаж, при котором предприятие не имеет ни прибыли, ни убытка.

Производственный леверидж (leverage в дословном переводе – рычаг) – это механизм управления прибылью предприятия, основанный на оптимизации соотношения постоянных и переменных затрат. С его помощью можно прогнозировать изменение прибыли предприятия в зависимости от изменения объема продаж, а также определить точку безубыточной деятельности.

Необходимым условием применения механизма производственного левериджа является использование маржинального метода, основанного на подразделении затрат предприятия на постоянные и переменные. Чем ниже удельный вес постоянных затрат в общей сумме затрат предприятия, тем в большей степени изменяется величина прибыли по отношению к темпам изменения выручки организации.

Производственный леверидж можно определить с помощью одной из двух формул:

$$\mathcal{E}_{\text{пл}} = \frac{\text{МД}}{\text{П}}, \quad (1.1)$$

либо

$$\frac{Z_{\text{пост}} + \Pi}{\Pi} = 1 + \frac{Z_{\text{пост}}}{\Pi}, \quad (1.2)$$

где $\mathcal{E}_{\text{пл}}$ – эффект производственного левериджа;

МД – маржинальный доход;

$Z_{\text{пост}}$ – постоянные затраты;

Π – прибыль.

Производственный леверидж позволяет прогнозировать изменения прибыли в зависимости от изменения выручки предприятия. Для этого используется формула:

$$\mathcal{E}_{\text{пл}} = \frac{\Delta\Pi}{\Delta B}, \quad (1.3)$$

где $\Delta\Pi$ – изменение прибыли, в %;

ΔB – изменение выручки, в %.

Следует отметить, что в конкретных ситуациях проявление механизма производственного левериджа имеет ряд особенностей, которые необходимо учитывать в процессе его использования.

Использование механизма производственного левериджа, целенаправленное управление постоянными и переменными затратами, оперативное изменение их соотношения применяющихся условиях хозяйствования позволит увеличить потенциал формирования прибыли предприятия.

Для отечественных предприятий метод анализа безубыточности производства еще не является официально рекомендованным, в связи с чем пока он используется в основном для прогнозных расчетов значений цены, прибыли, выручки от реализации. Оценить по достоинству аналитические возможности этого метода могут производители, работающие в условиях реального рыночного хозяйства.

Список использованных информационных источников

1. Апчерч, Алан *Управленческий учет: принципы и практика* / Алан Апчерч. – Москва : Финансы и статистика, 2017. – 952 с.
2. Вахрушина, М. А. *Управленческий анализ : учеб. пособие для вузов* / М. А. Вахрушина. – Москва : Омега-Л, 2008. – 399 с.
3. *Управленческий учет : учеб. для вузов* / под ред. Я. В. Соколова. – Москва : Магистр, 2015. – 720 с.

АНАЛІЗ КУРСУ УКРАЇНСЬКОЇ ГРИВНІ В УКРАЇНІ

*Ю. О. Бузніковата, студентка групи ФК-31д, спеціальність
Облік та оподаткування*

*Н. В. Коцеруба, к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку та
оподаткування – науковий керівник
Вінницький торговельно-економічний інститут Київського
національного торговельно-економічного університету*

Валютний курс встановлюється на валютному ринку в процесі продажу та купівлі різних іноземних валют. Обмінний курс – це ціна за певну одиницю одної валюти, виражена в певній одиниці іншої валюти. Валюта – це засіб платежу та обміну між різними країнами. На коливання курсу валюти впливає інфляція в різних країнах.

Актуальність української гривні полягає в тому, що визначити ефективність валютних інвестицій які спрямовані для зменшення коливання валютного курсу. Адже зміна курсу валюти має суттєвий вплив на економічні процеси в країні, а це в свою чергу впливає на добробут населення.

Колівання курсу валют досліджували у своїх статтях: І. А. Дернова, М. І. Небава.

Метою дослідження є аналіз динаміки валютного курсу української гривні в Україні та фактори які впливають на її зміну.

Об'єктом дослідження є курс української гривні до іноземних валют.

На попит валюти впливає експорт та імпорт країни, якість та ціна експортних товарів і послуг, Відсоткова ставка, інфляція, торговельний баланс

Від кількості експорту залежить курс валюти. Чим більше країна експортує товарів за кордон, тим більший попит на національну валюту. Якщо відсоткова ставка зростає в країні, тоді збільшується попит на вітчизняні цінні папери. Якість експортних товарів збільшує попит іноземних покупців на гривню. А зростання імпорту збільшує пропозицію на національну валюту. Також валютний курс дуже залежить від інфляційної ставки в країні. Високий рівень інфляції знецінює валюту. Між торговельним балансом та курсом валюти є тонка залежність. Якщо він зменшується, тоді країна отримує грошей менше ніж витрачає і курс валюти зменшується.

Валютні курси бувають двох видів: фіксований, який встановлюється за домовленістю країн та гнучкий – залежить від попиту та пропозиції.

При фіксованому курсі підвищення (зниження) ціни іноземної валюти, що є наслідком державних рішень, називається девальвацією (ревальвацією).

Ревальвація валюти – заходи валютної політики, які спрямовані на підвищення курсу національної валюти. Рівень ревальвації є відношенням зміни валютного курсу ($e_1 - e_0$) до його базового значення(e_0):

$$RD = \frac{e_1 - e_0}{e_0} 100 \%$$

При гнучкому валютному курсі відбувається знецінювання валюти. Валютна інтервенція – купівля/продаж валюти для фіксації її курсу. Валютна інтервенція передбачає операції з іноземною валютою, впливає на резерви країни, отже, на обсяг грошової маси. Щоб виключити цей вплив одночасно з інтервенцією проводиться стерилізація – продаж/купівля валюти на відкритому ринку[1, 2].

Аналізуючи курс гривні як він змінювався впродовж 2014–2019 роки (табл. 1) можна побачити, що з кожним роком він збільшувався до 2019 року. В цьому році ситуація покращилася і валюта зменшилася порівняно з іншими роками.

Таблиця 1 – Аналіз української гривні за 2014–2019 роки в Україні

Рік	Курс, грн	Абсолютне відхилення, грн	Відносне відхилення, %
2014	11,88	–	–
2015	21,85	9,97	183,92
2016	25,55	3,7	116,93
2017	26,61	1,06	104,15
2018	27,20	0,59	102,21
2019	26,53	-0,67	97,53

Аналізуючи динаміку курсу української гривні з 2014 по 2019 роки, можна побачити, що валюта не стабільна та стрімко збільшується, але в 2019 році зменшується на 1,03 гривні. Збільшення курсу спричинено появою політичних проблем (війною) та

великою нестачею бюджету країни. У 2019 році зменшення курсу було спричинено покращенням економіки в країні та її стабільності. За цей рік можна побачити, як гривня закріпилася і стала більш стійкою ніж була в попередніх роках. При правильному використанні бюджетних коштів та інвестицій, можна покращити стан валюти. Адже чи менша різниця між гривнею та долларом, тим кращий добробут в країні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Валютний курс та фактори, що його визначають. Валютна політика [Електронний ресурс] // Теорія макроекономіки. – 2019. – Режим доступу: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/14nebava_teoriya_makroekonomiki/154.htm. – Назва з екрана.
2. Графік курсу доллар США [Електронний ресурс] // NetHolding. – 2019. – Режим доступу: <https://net.dn.ua/money/stat.php>. – Назва з екрана.

ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА МОТИВАЦИИ ТРУДА

Е. Н. Кипцевич, студентка группы Э-41, специальность Экономика и управление на предприятии

Л. В. Мисникова, к. э. н., доцент, доцент кафедры экономики торговли – научный руководитель

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

В нашем исследовании предпринята попытка сравнения отечественных и зарубежных подходов к мотивации труда работников с целью понять, в каких направлениях возможна работа по усилению действенности материальных стимулов. Исследование основывается на опыте организаций Великобритании, которые направляют на стимулирование доходы, полученные от прироста производительности труда [1].

На примере одной из организаций потребительской кооперации проведем необходимые расчеты.

Анализируя показатели таблицы 1 можно сказать, что процент от выручки, который идет на оплату труда в организации

имеет тенденцию снижения за 2016–2018 годы. Это говорит о том, что с одной стороны, эффективность оплата труда увеличивается; с другой, для работников это выглядит так, что их зарплата не зависит от выручки, что не мотивирует работников повысить производительность труда.

Таблица 1 – Уровень фонда заработной платы в организации за 2016–2018 годы

Показатели	Годы		
	2016	2017	2018
Выручка от реализации, продукции, товаров, работ, услуг, тыс. р.	23 630	21 381	23 447
Фонд заработной платы, тыс. р.	3 041,6	2 634,3	2 624,6
Уровень фонда заработной платы в выручке, %	12,9	12,3	11,2

Далее рассчитаем, как прирост 1 % производительности труда повлияет на выручку в организации.

Таблица 2 – Производительность труда в организации за 2016–2018 годы

Показатели	Годы		
	2016	2017	2018
Выручка от реализации, продукции, товаров, работ, услуг, тыс. р.	23 630	21 381	23 447
Среднесписочная численность работников, чел.	665	564	445
Производительность труда, тыс. р.	35,5	37,9	52,7

Анализируя показатели таблицы 2, мы видим, что производительность труда в организации имеет тенденцию роста за 2016–2018 годы. Это говорит о росте эффективности труда работников. Но т. к. нагрузка увеличивается, а заработная плата повышается незначительно, это демотивирует работников.

Далее на основании таблицы 2 рассчитаем, как прирост 1 % производительности труда в 2018 году повлияет на выручку.

Рассчитаем производительность труда с учётом прироста 1 %:

$$52,7 \times 1,01 = 53,227 \text{ тыс. р.}$$

Определим размер выручки при росте производительности труда на 1 %:

Выручка = Численность x ПТ

$$53,227 \times 445 = 23\,686,015 \text{ тыс. р.}$$

Рассчитаем относительное изменение выручки:

$$23686,015 - 23\,447 = 239,015 \text{ тыс. р.}$$

$$23\,686,015 / 23\,447 = 101,02 \%$$

Данные расчеты говорят о том, что при росте производительности труда на 1 %, выручка вырастет на 1,02 %.

При использовании такого метода в оплате труда существуют такие положительные моменты, как:

- персонал заинтересован в росте выручки;
- персонал становится более инициативным и ответственным, приходит понимание общего дела;
- при правильной разработке и объяснении – прозрачность расходов для организации и понимание со стороны сотрудника;
- снижение расходов на заработную плату при ухудшении результатов.

Однако при таком методе нужно вводить минимальную заработную плату, чтобы у сотрудников была гарантия на получение минимальной зарплаты даже при худшем варианте развития событий. Речь идет не о государственном размере минимальной заработной платы, а о введенном размере в конкретной организации.

Рекомендуется для торговых организаций отчислять в фонд заработной платы 18 % от выручки. Рассчитаем возможную сумму, которую можно использовать для мотивации работников и среднюю заработную плату, если в организации 18 % от выручки будут отчислять в фонд заработной платы.

Рассчитаем размер фонда заработной платы (возможная сумма для мотивации):

$$23\,447 \times 18 / 100 = 4\,220,5 \text{ тыс. р.}$$

Рассчитаем размер средней заработной платы:

$$4\,220,5 \times 1\,000 / 445 / 12 = 790,4 \text{ р.}$$

В связи с этим мы можем сделать вывод, что средняя заработная плата значительно увеличится, что повысит мотивацию работников организации и интерес на повышение выручки.

Список использованных информационных источников

1. Божченко, Ж. Мотивация и материальное стимулирование работников сельского хозяйства / Ж. Божченко // Ежемесячный научно-практический журнал «Нормирование и оплата труда в сельском хозяйстве». – 2012. – № 7. – С. 29.
2. Методы повышения производительности и оплаты труда : монография / Б. М. Генкин. – Москва : Норма : ИНФРА-М, 2019. – 160 с.

ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА ДЛЯ БИЗНЕСА

***Б. О. Король, студент группы ПТБ-16, специальность
Предпринимательство, торговля и биржевая деятельность
Е. Р. Сергеева, к. н. гос. управл., доцент, доцент кафедры
предпринимательства, торговли и биржевой деятельности –
научный руководитель
Университет им. Альфреда Нобеля, г. Днипро***

Глобальное потепление, истощение запасов добываемого из земных недр топлива и увеличение выбросов парниковых газов вызвали рост цен на энергоносители. Для обеспечения экологической безопасности и сохранения климата во всем мире экологами была разработана инновационная программа по энергосбережению.

Базовые направления энергоэффективности включают:

- замену затратного по расходу топлива оборудования на более эффективные современные аналоги;
- модернизацию технологических процессов;
- диверсификацию источников энергии [1].

Чтобы выполнить директивы ЕС по защите окружающей среды и борьбе с изменением климата, собственники малого бизнеса в Украине обязаны придерживаться определенных стандартов. Мировые тренды создают новые возможности для бизнесменов и позволяют использовать окружающую среду, как финансовый инструмент для снижения затрат при ведении хозяйственной деятельности.

Для извлечения прибыли в условиях новой экономической реальности владельцы малого и среднего бизнеса могут создавать:

- Компании по изготовлению, установке или обслуживанию тепловых насосов, солнечных батарей, ветрогенераторов;
- Консультационные центры по выбору оборудования, работающего на альтернативных источниках топлива;
- Центры по подготовке, обучению и сертификации специалистов в сфере энергосбережения;
- Предприятия, предоставляющие услуги энергоаудита, модернизации и утеплению домов (ОСМД);
- Маркетинговые агентства по продвижению товаров и услуг, помогающих существенно снизить энергозатраты;
- Компании по разработке программного обеспечения для ведения учета энергопотребления и создание проектов по обеспечению энергосбережения на крупных промышленных предприятиях, в жилых зданиях и других объектах инфраструктуры;
- Фирмы, создающие ПО для мониторинга выбросов CO₂ ТЭЦ;
- Консалтинговые центры для обслуживания ОСМД и муниципалитетов [3].

Использование альтернативных источников топлива позволяет осуществлять технический учет, автоматизировать ведение затрат на использование тепловой энергии, воды, газа, угля, дров, а также экономить энергоресурс за счет установки дифференцированный счетчиков по зонам суток (Экономия составляет до 18 %) [2].

Каждая компания должна контролировать расход топлива и повышать энергоэффективность. С целью снижения выбросов углекислого газа нужно переходить на новое технологическое оборудования, где используются:

- Энергосберегающие светодиодные, натриевые дуговые и люминесцентные лампы, экономящие от 20 до 80 % энергии;
- Датчики движения, локального освещения, отражатели света;
- Пускорегулирующие устройства.

В габаритных помещениях стоит применять энергосберегающие источники отопления, например, оборудование с инфра-

красным излучением, автоматические системы управления электроприводов (софтстартеры, оптимизаторы, преобразователи частоты), электронагреватели, плиты индукционного нагрева и т. д. [2].

С целью стимулирования производства электрической и тепловой энергии на попутных газах, сбросной энергии газов и пара, рассеянном тепле или синтезгазе разрабатываются Законы Украины по развитию инновационного энергосбережения. Меняется бюджетная политика. За основу берется опыт Соединенных Штатов Америки. В перспективе внедрение проектов термореновации для собственников зданий и предприятий ТЭЦ с долгосрочной господдержкой, а также выделение кредитов из бюджета для софинансирования программ по утеплению многоквартирных домов по примеру Польши и Германии.

При выполнении директив ЕС можно снизить энергозатраты в базовых секторах украинской экономики на 20–50 %.

В перечне первоочередных задач правительства значатся: снижение теплопотерь, когенерация, переход на шахтный метан, биогаз и биотопливо, альтернативная энергетика и модернизация магистральных газопроводов[1].

Мир активно противостоит экологическим вызовам. И представители малого бизнеса могут принести не только пользу обществу, но и основать семейное предприятие по сохранению климата.

Список использованных информационных источников

1. Развитие бизнеса энергоэффективности в Украине: история, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ecosys.com.ua/press/presentations/art124.pdf>. – Название с экрана.
2. Энергосбережение и энергоэффективность: советы для малого бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://u.to/MOubFg>. – Название с экрана.
3. Энергоэффективность. Деньги из пара. Ниши для малого бизнеса в экономике окружающей среды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://msb.aval.ua/ru/news/?id=25092>. – Название с экрана.

ПІДПРИЄМНИЦТВО У НАЦІОНАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ: ПРАКСЕОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

*Г. В. Любинська, студентка групи УФФ-32, спеціальність
Фінанси, банківська справа та страхування*

*М. Ю. Хом'як, студентка групи УФФ-32, спеціальність
Фінанси, банківська справа та страхування*

*Н. О. Лобода, к. е. н., доцент кафедри обліку і аудиту –
науковий керівник*

Львівський національний університет імені Івана Франка

Підприємництво як основа національної економіки потрапляє під значний вплив політичних, соціальних, культурних та інших факторів суспільного розвитку. Саме малий та середній бізнес є важливою складовою конкурентоспроможності національної економіки. Згідно зі ст. 42 Господарського кодексу України: «Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [1]. Але перед підприємництвом в Україні постає низка факторів, які сповільнюють його розвиток.

На сьогодні приватний бізнес в Україні може стати рушійною силою розвитку економіки. Саме зараз є період ринкової трансформації, яка пов'язана з реформуванням сфери ринку. Протягом останніх 10-ти років було прийнято важливі рішення та підписано угоди, які відкрили нові можливості для розвитку приватного бізнесу.

До програм підтримки бізнесу в Україні відносять [2]:

- ЄБРР та ЄС запускають кредитну лінію до 3 млн євро для малого та середнього бізнесу в Україні.
- Програми для МСБ у рамках Horizon 2020.
- Програми конкурентоспроможності підприємств.
- ЕРАЗМУС+ (бюджет програми на 2014–2020 роки складає 14,7 млрд євро).

Попри велику кількість програм, які сприяють розвитку підприємництва в Україні, у рейтингу «найкращі у світі країни для бізнесу» в журналі Forbes, Україна десь усередині поруч зі Шрі-Ланкою та Аргентиною. Якщо порівнювати з попереднім роком, то наша країна піднялася на 3 позиції і зараз є на 77-му місці.

Тому слід визначити фактори, які сповільнюють розвиток вітчизняного підприємництва.

Серед проблеми розвитку підприємництва виділяють [3]:

- нестача кваліфікованих кадрів (після впровадження безвізового режиму це стало дуже гостро відчутно. Саме тому багато підприємств, в ІТ-сфері, у великій промисловості та агро-секторі започатковують спеціальні навчання для студентів та інших робітників);
- проблема з рейдерством (якщо брати до уваги статистичні дані, то за останні 3 роки в Україні трапилося більше ніж 1 700 рейдерських захоплень приватних підприємств);
- високі ставки оподаткування (останнім часом вони тільки підвищуються);
- обмежена або повна відсутність фінансової підтримки підприємництва;
- низький рівень перепідготовки та перекваліфікації кадрів, недосконалість консультативного та інформаційного забезпечення.

В загальному, в Україні є дуже великі перспективи для розвитку підприємницької діяльності. Іноземний досвід нам підказує, що правильність державної політики та бажання розвиватись у підприємців-початківців за короткий проміжок часу можуть створити з України потужну бізнес-державу. Тому основними завданнями держави у процесі стимулювання розвитку вітчизняного підприємництва мають бути такі як полегшення процедури започаткування бізнесу та створення сприятливих умов для ефективного та успішного розвитку підприємництва у майбутньому; формування адекватної податкової та правової бази для розвитку підприємництва без різного роду бар'єрів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Господарський кодекс України від 16.03.2003 р. № 436-IV (зі змінами та доповненнями). – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/Laws/show/436-15>. – Назва з екрана.
2. Програми підтримки бізнесу в Україні. – URL: <https://news.dtki.ua/state/entrepreneurship/54461>. – Назва з екрана.
3. Проблеми розвитку підприємництва. – URL: <https://hromadske.ua/posts/chogo-chekati-ta-boyatisya-krayinskomu-biznesu-u-2019-roci>. – Назва з екрана.

ЗАЛЕЖНІСТЬ СТАНОВИЩА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ВІД ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

В. В. Лук'яненко, студент групи ПТБ-16, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

О. Р. Сергєєва, к. н. держ. управл., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності – науковий керівник

Університет ім. Альфреда Нобеля, м. Дніпро

Освітньо-інтелектуальний капітал країни, що розвинутий на достатньо високому рівні, дає можливість гідно конкурувати у світовій економічній боротьбі між державами та визначає загальну динаміку національного розвитку та конкурентоспроможності на світовій арені. Перші ланки світового ринку, займають країни, які пропонують інноваційні продукти та послуги високої якості, що в свою чергу досягається висококваліфікованим персоналом країни та його потенціалом.

Вдале функціонування та перспективи зростання конкурентоспроможності будь якої компанії також багато в чому залежать від правильно поставлених процесів управління працівниками які протягом робочого стажу накопичують знання та вміння, необхідні для виконання бізнес-процесів.

Основою управління людськими ресурсами заради покращення економіки є чітко встановлене планування, організація, мотивація та контроль разом із прагненням до максимального забезпечення, розвитку та ефективного використання інтелектуально розвинутих працівників [1].

Сучасні економічні умови України приводять до необхідності пошуку ефективних механізмів покращення становища, а тому слід надавати перевагу процесам, спрямованим на підвищення частки інтелекту чи інтелектуалізації, що в свою чергу прямо пропорційно впливатиме на економічне положення. Вплив значення цього процесу при оцінці існуючих та нових можливостей формування стратегії економічного розвитку підприємств України зростає, а здебільшого на підприємствах промислового напрямку з урахуванням впливу економічних та соціальних явищ.

Розвиток досліджень в Україні саме цього напрямку включає розробки в галузях економіки промисловості, що проводиться академічними установами Національної академії наук України,

які стосуються питань інтелектуального капіталу в Україні шляхом створення механізму спільної роботи фінансування науково-технічної роботи, що фінансується за рахунок державного бюджету та підприємств, грантів, а також розробка та впровадження ефективних механізмів передачі технологій реальній економіці у тісній співпраці з науково-дослідними установами, університетами та бізнес-організаціями [2].

Розвиток інтелектуального бізнесу в Україні можливий лише за умов інтелектуалізації трудової діяльності в усіх сферах економіки. Інтелектуальна праця – це не обов'язково щось нове, це праця, яка передбачає застосування та оновлення знань, здійснення різноманітної аналітичної роботи, що базується на обробці і створенні нової інформації, використанні інформаційних технологій [3].

Динаміка та розвиток освіти є відповідальними за забезпечення інтенсивного економічного зростання при переході до «нової» економіки знань, диференціацію між економічно розвиненими та країнами, що розвиваються; основним джерелом і визначальним фактором цього зростання є якість освіти. І запорукою цього процесу є людський потенціал і, перш за все, освіта, компетентність, креативність людей та умови їх реалізації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кісь С. Я. Інтелектуалізація діяльності підприємств: доцільність, умови, технології : наукова монографія (за ред. д. е. н., проф. Петренка В. П.) / С. Я. Кісь. – ІФНТУНГ, 2015. – С. 194–197.
2. Антонюк В. П. Інтелектуальний потенціал України: проблеми його формування та нагромадження / В. П. Антонюк // Управління економікою: теорія та практика. Четверті Чумаченківські читання : зб. наук. праць. – Київ : Ін-т економіки промисловості НАН України, 2015. – С. 3–14.
3. Кісь С. Я. Інтелектуалізація управління як основа забезпечення соціально відповідальної та партнерської поведінки суб'єктів господарювання // Трансформаційні процеси економічної системи в умовах сучасних викликів : монографія / С. Я. Кісь ; за заг. ред. д. е. н., проф. В. І. Гринчуцького. – Тернопіль : Тернопільський національний економічний університет, 2014. – С. 112–114.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

*Д. С. Оспанова, слушатель программы DBA «Международный бизнес», Бизнес-школа Европейского университета
Казахский университет экономики, финансов и международной торговли*

Республика Казахстан обладает всеми возможностями для успешного ведения гостиничного бизнеса. Наличие богатейшей истории республики, редкостных исторических памятников, самобытной культуры, политическая стабильность, относительная открытость и готовность к сотрудничеству – все это располагает к интенсивному формированию как туристической, так и гостиничной сферы.

В связи с повышением инвестиционной привлекательности Республики Казахстан в 1990-е гг., волна деловых поездок из дальнего и ближнего зарубежья стала отправной точкой повышения привлекательности гостиничных хозяйств. Также история страны позитивно влияет на эффективность дальнейшей эволюции гостиничных хозяйств. Среди них более 20 тысяч памятников истории, из них наиболее популярны: Великий Шелковый путь, древний город Туркестан, мавзолей Ходжа Ахмета Яссауи, «Золотой человек», живописная природа, многообразность и бескрайность земель, самобытная культура, традиции, экономическая и социальная открытость политики страны и т. д. [1].

В последние 10 лет в Казахстане наблюдается процесс появление новых международных привлекательных гостиничных брендов, которые используют контракты на управление и франшизу. К таким брендам можно отнести Риксос, Мариот, Хаят и другие. Активное развитие международных гостиничных сетей приводит к тому, что наблюдается два направления. С одной стороны, входят на рынок шикарные всемирно известные бренды и подписывают контракты на управление или заключают франчайзинговые договоры, с другой стороны, возникает потребность и в классических отелях с приемлемыми ценами, но наработанным имиджем и опытом. Оценка структуры гостиничного рынка Казахстана показывает, что на рынок вошли не только высококласные отели, но и появились организации индустрии гостеприимства с брендами, которые не отличаются

изысканностью, но являются незаменимыми для деловых туристов, среди них такие, как Холлидей, Интерконтти [2].

Таблица 1 – Основные показатели развития гостиничного бизнеса в Казахстане по состоянию на 1 января 2019 года

	Всего	в том числе						гостиниц без категорий	прочих мест размещения
		5*	4*	3*	2*	1*			
Количество мест размещения, единиц	3 345	22	78	120	23	14	1 706	1 382	
Количество номеров, единиц	71 280	3 620	5 559	6 065	826	596	31 126	23 488	
из них									
апартаментов	1 334	274	457	×	–	×	135	–	
класса «люкс»	9 769	1 025	963	756	210	61	4 820	1 934	
стандартных номеров	46 829	2 268	4 010	4 727	580	468	22 954	11 822	
без удобств	12 289	–	×	×	25	64	2 913	9 224	
Единовременная вместимость, койко-мест	167 106	5 670	8 542	9 394	1 422	1 011	59 296	81 771	
Заполняемость койко-мест, %	22,9	33,3	27,2	28,0	18,3	16,5	20,4	–	
Заполняемость номеров, %	26,5	42,8	32,6	33,0	17,4	17,4	22,1	–	
Количество сданных номеров, единиц	3 924 705	424 315	472 764	535 026	37 688	28 117	1 609 820	816 975	
Средняя стоимость койко-суток, тенге	7 122	33 718	19 338	13 109	9 072	6 111	7 434	4 863	
<i>Примечание составлено автором по данным источника [3]</i>									

Согласно данным таблицы 1, количество мест размещения в Казахстане по состоянию на 1 января 2019 года составляет –

3 345 мест, количество номеров – 71 280, средняя гостиница в Казахстане имеет 3 звезды, средняя стоимость койко-суток достигает 13 109 тенге (34\$).

Следует отметить, что основной причиной посещения гостиниц и отелей для граждан Казахстана являются личные причины, иностранцы в основном посещают Казахстан по профессиональным и деловым целям.

Одной из главных проблем гостиничного бизнеса в Казахстане называют завышенные цены, которые превышают цены аналогичных предложений в главных туристических городах мира, а также несоответствие качества, сервиса предъявляемым ценам. Из-за ограниченного сервиса и высокой цены Казахстан, таким образом, теряет привлекательность в глазах посетителей как туристическое направление.

Список использованных информационных источников

1. Рахимбекова Ж. С. Современные направления развития гостиничного хозяйства в Республике Казахстан // Экономика и статистика. – Алматы. – 2004. – № 4. – С. 88–94.
2. Современные мировые тренды гостиничного бизнеса и возможности их применения в Казахстане [Текст] / Л. М. Муталиева, М. Р. Смыкова // Социум и власть. – 2014. – № 5. – С. 70–73. – Библиогр. в сносках. – ISSN 1996-0522
3. Официальный сайт Комитета по статистике МНЭ РК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stat.gov.kz/>. – Название с экрана.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БИЗНЕСЕ

С. С. Пенязьков, аспирант, специальность Экономика и управление народным хозяйством

Высшее учебное заведение БТЭУ ПК «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Запуская IT-технологии в бизнес-процессах, руководитель предприятия ставит перед собой решение наиболее актуального на сегодняшний день вопроса, как недостаток оперативной и достоверной информации о состоянии производства тогда, как многие комплексы Информационных технологий позволяют следить не только за координацией информационных потоков,

но и за реализацией вертикальной интеграции, которая способствует созданию благоприятных условий для оптимизации рабочих процессов на предприятии [5]. Более того, любое предприятие, проходя через интеграционную реформу, чаще всего реагирует на эти изменения созданием барьеров против них. Мы можем встретить огромное количество барьеров к использованию основных информационных процессов и на обеспечение доступа к накопленным и приобретенным в организации знаниям, опыту и информации. Оправдания здесь самые разные: секретность или коммерческая тайна, отсутствие времени, средств и специалистов необходимого уровня квалификации, и просто хакеры [5]. В СНГ существует стойкое предубеждение, против внедрения новейших ИТ технологий. Когда возникает вопрос о приобретении инструмента, который способен решить их проблему, они утверждают, что бизнес который они ведут не нуждается в инновациях. Как известно в СНГ мало рынков, на которых существует жесткая конкуренция. На тех рынках, где эта конкуренция имеется, например, на рынке сотовых телефонов, вопроса о необходимости новых технологий не возникает [3]. Как это не удивительно, но проекты, которые экономят деньги, проходят тяжелее, чем те, что находятся в тренде. Когда приходишь с решением и говоришь, что это поможет сэкономить деньги, сократить количество рабочих и соответственно расходы на их заработную плату, приводишь примеры европейских компаний, внедривших эту технологию и добившихся определенного эффекта, ответ всегда – это слишком дорого. Но неужели, если ты вкладываешь 2 млн долларов, а сэкономишь 5 млн – это дорого? Конечно, с другой стороны сегодня подавляющее большинство проектов, не реализуются вовсе, или не приносят компании желаемого результата. В этом случае специализация и сфера желаний компании не играет значимой роли.

Рассмотрим пример успешного внедрения ИТ-проекта в бизнес, на примере компании ОАО «Инвест». Компания ОАО «Инвест» решает увеличить эффективность управления проектами и за этим обращается в компанию АЛАН. Специалисты компании предложили начать использовать Microsoft Project Online [3]. С помощью новых облачных сервисов, компания смогла решить важные задачи, такие как: повышение прозрачности проектов,

упрощение процедуры контроля всех стадий проектов в разных городах для руководителя головного предприятия, снижение уровня затрат на ресурсы, обеспечение доступа с любых устройств.

Компания «Инвест» заявила о необходимости в управлении проектами и выполнении повседневных задач по упрощенной схеме. Необходимо сэкономить на оборудовании и снизить расходы. Ей требовалось быстро получать данные о ходе проекта и распределении ресурсов, простота в работе с отчетами по проектам, а так же быстрая поправка сценариев по проекту.

Задачи, которые необходимо было решить:

- Повысить прозрачность контроля над проектами;
- Выстроить коммуникации;
- Обеспечить руководство информацией об отклонениях от планов;
- Оптимизировать потоки информации о проектах;
- Обеспечить хранение всех документов в одном месте;
- Снизить расходы; Обеспечить доступ к сервисам с любых устройств;
- Эффективно планировать задачи и управлять ими Online;
- Облегчить процедуру написания отчетов о проделанной работе.

Microsoft Project Online – это онлайн-решение для управления проектами и выполнения повседневных задач. Microsoft Project Online помогает в разработке планов, распределении ресурсов, отслеживании прогресса и анализе объемов работ. Microsoft Project Online входит в Microsoft Office 365 и тем самым позволяет компании определять приоритеты инвестиций в портфель проектов и анализировать состояние бизнеса отовсюду при работе практически на любом устройстве.

Таким образом, решение о внедрении Microsoft Project Online это:

- Структура компании в облаке;
- Постановка, контроль и ведение проектов; Учет времени;
- Взаимодействие между сотрудниками, клиентами и партнерами;
- Автоматизация процессов.

Microsoft Project Online позволил создать четкую структуру компании, где каждый сотрудник находится на своем месте и

выполняет конкретные задачи. Автоматизированная система управления проектами свела в одно целое все бизнес-процессы и сделала их понятными как для руководителей проектов, так и для других сотрудников.

Преимущества внедрения данного решения в ОАО «Инвест»:

- Повышение производительности работы с проектами;
- Гибкое управление портфелями проектов; Ведение работы через веб браузер (доступ отовсюду);
- Улучшение повседневной совместной работы в компании;
- Возможность быстрого общения между участниками проектов;
- Упрощение IT-обслуживания;
- Экономия материальных ресурсов из-за отсутствия необходимости покупки оборудования и ПО в собственность;
- Простой интерфейс;
- Планирование и контроль работы руководством, постановка задач онлайн;
- Отслеживание фактического состояния проектов;
- Обеспечение безопасности и надежности (SLA).

Как мы видим, внедрение новой ИС помогла компании справиться со множеством проблем и оптимизировать работу. В эпоху информационных технологий и жесткой конкуренции на рынке даже небольшое преимущество может сыграть решающую роль. В настоящее время использование ИТ становится необходимым условием повышения гибкости и эффективности системы корпоративного управления. Требования, предъявляемые к корпоративным ИТ, а также обеспечивающему их программному обеспечению, достигли такого уровня, когда уже нельзя просто игнорировать ключевые моменты процессов их разработки и внедрения. То же можно сказать и об уровне затрат на работы данного направления, значительность которых невольно заставляет задуматься о необходимости разработки стратегии управления этим процессом и оценки каждого этапа внедрения ИТ.

Список использованных информационных источников

1. Андерсон К. Наиболее эффективные методы внедрения систем управления [Электронный ресурс] / К. Андерсон // Режим доступа: <https://www.cfin.ru/vernikov/kias/>. – Название с экрана.

2. Информационные технологии [Электронный ресурс]. – Wikipedia URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8. – Название с экрана.
3. Компания ОАО «Инвест» повышает производительность, благодаря Microsoft Project Online [Электронный ресурс] // ИТ-КОНТЕНТ. – URL: <https://products.office.com/ru-ru/project/project-online-premium>. – Название с экрана.
4. Крылович А. В. Информационные технологии в управлении предприятием [Электронный ресурс] / А. В. Крылович // Материалы сайта ИТ-КОНТЕНТ. – URL: <https://www.cfin.ru/itm/kis/>. – Название с экрана.
5. 13 правил внедрения IT-систем [Электронный ресурс]. – Forbes. – URL: <http://www.forbes.ru/column/49040-13-fakt%20ov-o-vnedrenii-it-tehnologii-kotorye-nuzhno-znat-vladeltsu-biznesa>. – Название с экрана.

ИЗУЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ПУТЕЙ ВНЕДРЕНИЯ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС

А. Э. Абишев, магистрант информатики

*М. Г. Тастанов, к. ф.-м. н., профессор – научный руководитель
Костанайский государственный университет
имени А. Байтурсынова, город Костанай, Республика
Казахстан*

Аннотация: Облачные технологии – это способ обработки данных, хранение, обеспечение удаленного доступа к документам. Одна из современных информационных технологий. Идея облачной технологии выглядит следующим образом. Нет необходимости устанавливать на компьютере никакие специальные программы. Необходимо иметь только доступ к интернету. Все операции обработки, загрузки и хранения проводятся через интернет. Облачные технологии – это целая отрасль компьютерной техники.

Ключевые слова: облако, cloud computing, новая технология, ИТ-направление, дистанционное обучение.

За последние 20 лет компьютерные технологии сделали большой рывок в своем развитии. Но мало персональных компьютеров и простых пользователей сети Интернет теперь знают, что есть облачные технологии, которые могут сделать нашу жизнь более легкой и помогут забыть о некоторых проблемах.

Сегодня «облачные» технологии активно используются во всех развитых странах, обеспечивая принципиально новые, экономически эффективные возможности для бизнеса, управления, образования и научных исследований.

В этой связи вопросы изучения облачных технологий в настоящее время имеют особое значение.

Преимущества и недостатки облачных технологий и их отличие от традиционных технологий, имеет свои преимущества и недостатки как в любой технологии, так и в облачной технологии. К основным преимуществам можно отнести:

– Доступность – облака доступны всем и везде, где есть Интернет, и с любого устройства с браузером.

- низкая стоимость – снижение затрат на обслуживание виртуальной инфраструктуры, оплата только за фактическое использование ресурсов;
- гибкость – ограниченность вычислительных ресурсов (память, процессор, диски), виртуализация;
- надежность – специально оборудованные ЦОД дополнительные источники питания, охрана, профессиональный персонал, постоянное резервирование данных, высокая пропускная способность интернет-канала, высокая устойчивость к DDOS атакам;
- безопасность – на «облачных» сервисах существует очень высокая безопасность при ее надлежащем обеспечении;
- большие расчетные мощности – можно использовать все его вычислительные способности, которые оплачиваются только за фактическое время.

Несмотря на все свои преимущества облачные технологии имеют ряд недостатков:

- постоянная связь с сетью – для доступа к услугам «облака» необходима постоянная связь с сетью Интернет. Однако в настоящее время это особенно большой недостаток с приходом технологий мобильной связи 3G и 4G;
- программное обеспечение – ПО имеет ограничения, которые можно открыть в «облаках» и предоставить его пользователю;
- конфиденциальность – в настоящее время отсутствует технология, гарантирующая 100 % конфиденциальность хранящихся данных;
- надежность – потеря информации в «облаке» означает невозможность ее восстановления;
- безопасность – само «облако» является достаточно надежной системой, однако при входе в него злоумышленник получает доступ к большому хранилищу данных;
- дорогостоящее оборудование – для создания собственного облака необходимо выделить значительные материальные ресурсы.

Основная особенность «облачного» программного решения заключается в том, что вся информация, на которую вы работаете, хранится не на жестком диске, а на удаленном сервере. Аналогично производимым операциям: они загружают мощ-

ность серверов компании, предоставляющих то или иное приложение, а не персональный компьютер или ноутбук. Вы получаете только результат, который будет отправлен на монитор через Интернет.

Позитивная особенность «облачной» модели программных платформ – не нужно внимательно изучить системные требования, приобрести и многоступенчатую установку более дорогостоящих комплектующих программ: только открыть браузер, сделать учетную запись с соблюдением правил доступа к определенному сайту и обслуживания. После того, как вы делаете это, профиль можно использовать с любого устройства (персональный компьютер, ноутбук, КПК, планшет или смартфон), не беспокоиться о смене информации с одного носителя на другой: он хранится на сервере, для доступа к нему достаточно интернет-подключения, логина и пароля.

Сложные проекты государственного уровня как «электронные услуги» и «Сайлау» переводятся на облако. Облачные технологии стремительно развиваются и охватывают больше сфер деятельности.

Интенсивное распространение облачных технологий ставит перед нами задачу объединить облачные сервисы в систему образовательного учреждения. Облачные вычисления имеют широкую перспективу в области образования, научных исследованиях и прикладных разработках, а также для дистанционного обучения.

Таким образом, на этапе перехода к новым образовательным стандартам облачные технологии помогут сформировать новую информационную культуру учителя и ученика и позволят объединить проектную методику и информационно-коммуникационные технологии.

Список использованных информационных источников

1. Клементьев И. П. Введение в облачные вычисления / И. П. Клементьев, В. А. Устинов. – УГУ, 2009.
2. Нил Склейтеер. Облачные вычисления в образовании: Аналитическая записка / Нил Склейтеер ; пер. с англ. ; Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании. – Москва, 2010.
3. Широкова Е. А. Облачные технологии / Е. А. Широкова. – Уфа : Лето, 2011.

4. Облачные вычисления [Электронный ресурс] : статья. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>. – Название с экрана.
5. ИТ «в облаке: 100 лучших вендоров [Электронный ресурс] : статья. – Режим доступа: <http://www.crn.ru>. – Название с экрана.
6. Заоблачные вычисления: Cloud Computing на пальцах [Электронный ресурс] : статья. – Режим доступа: <http://www.hacker.ru>. – Название с экрана.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ»

Е. В. Алова, преподаватель программирования 2 категории
УО «Гомельский торгово-экономический колледж»
Белкоопсоюза

Основной текст. С появлением компьютеров в учебных заведениях начал меняться стиль преподавания, все больше стала использоваться проектная форма учебной деятельности.

Компьютер со специальным пакетом программ помогает студенту провести опыты, обработать результаты, реально увидеть происходящие физические процессы с их графическим отображением, во время проведения эксперимента, приобрести навык чтения графической информации.

Выполнение лабораторных работ, решение экспериментальных задач, наблюдение за физическими явлениями вне лаборатории – все эти модели исследовательской поисковой деятельности будут актуальными в дальнейшей жизни студента вне зависимости от выбранной профессии.

Особенностью компьютерного (программированного) обучения является пошаговость самостоятельной деятельности учащихся, способствующая активизации учебного процесса, а также наличие оперативной обратной связи, на основе которой возможна индивидуализация и дифференциация обучения.

**«Тебе скажут – ты забудешь,
Тебе покажут – ты запомнишь,
Ты сделаешь – ты поймешь»**

Использование в обучении информационных и коммуникационных технологий позволяет:

- развивать у учащихся навыки исследовательской деятельности, творческие способности;

- усилить мотивацию учения;
- сформировать у школьников умение работать с информацией, развить коммуникативные способности;
- активно вовлекать учащихся в учебный процесс;
- качественно изменить контроль за деятельностью учащихся;
- приобщение школьника к достижениям информационного общества.

Информационные технологии обучения дают возможность преподавателю применять:

- интеллектуальную систему обучения, которая имеет такие особенности, как адаптация к знаниям и особенностям студента, гибкость процесса обучения, выбор оптимального учебного воздействия, определение причин ошибок студентами;

- инструментальные авторские системы, которые опираются на последние достижения в области искусственного интеллекта и являются, безусловно, передовыми для разработки прикладных компьютерных программ, нацеленных на проблемно-ориентированный подход к обучению;

- специализированные компьютерные учебные программы для контроля знаний, педагогического тестирования и организации лекционного сопровождения;

- автоматизированные средства обучения в процессе подготовки специалистов.

Эффективность использования средств новейших информационных технологий в учебном процессе во многом зависит от успешного решения задач методического характера, связанных с информационным содержанием и способом использования автоматизированных обучающих систем в учебном процессе.

Сопровождение лекционного материала по дисциплине «Технология разработки программного обеспечения» динамическим изображением, качественными графиками, текстами с разнообразными стилями, звуком осуществляется с помощью авторских информационных систем, помогает преподавателю в объяснении данного материала.

Поскольку конечной целью процесса обучения является контроль и тестирование, которые определяют и научно измеряют степень усвоения учебного материала и овладения необходимыми знаниями, умениями и навыками, то специализированные авторские информационные системы должны поддерживать следующие функциональные возможности:

- широкий набор способов предъявления заданий;
- полный набор способов анализа и вводов ответов;
- гибкость в способах выставления оценки, уровня учебных достижений студента;
- сбор и обработку индивидуальной и групповой статистической информации о результатах контроля;
- возможность работы в локальной вычислительной сети с целью автоматического сбора информации о ходе контроля и его результатах со всех компьютеров одновременно.

Роль преподавателя на уроке с использованием ПК – организатор всего урока и консультант. Компьютер не заменяет учителя или учебник, но коренным образом изменит характер педагогической деятельности. Введение ПК в учебный процесс расширяет возможности преподавателя, обеспечивает его такими средствами, которые позволяют решать не решавшие ранее проблемы, например:

- совершенствование организации преподавания, повышение индивидуализации обучения (максимум работы с каждым учащимся);
- компьютеры могут помочь там, где преподаватель «не может разорваться» (ликвидация пробелов, возникших из-за пропуска уроков);
- повышение продуктивности самоподготовки после уроков;
- средство индивидуализации работы самого преподавателя;
- ускоряет тиражирование и доступ ко всему тому, что накоплено в педагогической практике;
- возможность собрать данные по индивидуальной и коллективной динамике процесса обучения. Информация будет полной, регулируемой и объективной.

Экономия времени дает возможность многосторонней и комплексной проверки знаний учащихся.

Таким образом информационные технологии, в совокупности с правильно подобранными технологиями обучения, создают необходимый уровень качества, вариативности, дифференциации и индивидуализации обучения.

Список использованных информационных источников

1. Гвоздева, В. А. Информатика, автоматизированные информационные технологии и системы : учебник / В. А. Гвоздева. – Москва : ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 544 с.

2. Гохберг, Г. С. Информационные технологии : учебник для студ. учрежд. сред. проф. образования / Г. С. Гохберг, А. В. Зафиевский, А. А. Короткин. – Москва : ИЦ Академия, 2013. – 208 с.

ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ДО ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІН «ОБЧИСЛЮВАЛЬНА ТЕХНІКА ТА ПРОГРАМУВАННЯ» ТА «СТАТИКА СПОРУД»

В. І. Біленко, спеціаліст вищої категорії

А. С. Гончарова, викладач-спеціаліст

В. О. Корнієнко, спеціаліст вищої категорії

Харківський державний автомобільно-дорожній коледж

З метою покращення ефективності фундаментальної підготовки та оволодіння загальнонауковими компетенціями, необхідними у подальшому засвоєнні дисциплін була розроблена структурно-логічна схема спеціальності «Експлуатація та ремонт підйомно-транспортних, будівельних і дорожніх машин і обладнання», в якій були визначені місце і роль кожної дисципліни, їх взаємозв'язок і інтеграція. В нашій роботі розглянуто інтеграцію дисциплін «Обчислювальна техніка та програмування» та «Статика споруд».

Запропоновано підхід до викладання двох дисциплін, який передбачає їх взаємодію. Цей підхід був нами обрано, тому що на даний час фундаментальна статика споруд потребує сучасних підходів до навчального процесу. Розрахунки формул, побудова балок та епюр, набір теоретичного матеріалу, презентація практичних робіт – все це можна спростити за допомогою сучасних технологій. Обчислювальна техніка та програмування – це саме та дисципліна, що повністю задовольняє усім потребам поставлених задач.

На етапі оформлення практичної роботи виникає потреба у застосуванні програмного забезпечення. Для того, щоб створити звіт у електронному вигляді використовується найпоширеніший текстовий редактор Microsoft Office Word. У цьому редакторі створюється документ «Титульний лист», який містить всю основну інформацію (назва навчального закладу, назва дисципліни, варіант, прізвище студента та прізвище викладача, що пе-

ревіряє роботу). Далі план та звіт набирається студентом в текстовому редакторі.

Курс статистики споруд передбачає також побудову складних малюнків у вигляді балок з опорними реакціями та епюрами. Це завдання вирішується за допомогою текстового редактора Microsoft Office Word. В безлічі різноманітних функцій програми є також такий вид графічних об'єктів як автофігури. За допомогою саме цього інструменту пропонується побудувати необхідні малюнки. Такий метод паралельно зацікавить студента неординарністю підходу креслення та сприяє засвоєнню ним навиків малювання в електронному вигляді.

Наступним кроком необхідно записати формули в електронному вигляді. У цьому допоможе редактор формул Microsoft Equation. Він містить всі необхідні функції для оформлення формул: вставка різних символів, застосування надсимвольних елементів, утворення верхніх та нижніх індексів, знаки логічних операцій, тощо. А безпосередній розрахунок складних формул пропонується провести в табличному процесорі Microsoft Office Excel, в якому всі розрахунки виконуються просто та швидко. Так студенти ознайомляться з новими функціями табличного процесора та зможуть виконати розрахунки за формулами, що пропонуються в практичній роботі з статистики споруд.

По закінченню курсу практичних робіт з статистики споруд, студенти могли б презентувати свої роботи викладачу на мультимедійних екранах за допомогою програми для створення презентацій Microsoft PowerPoint. Ця програма дозволяє розмістити слайди, що містять тексти, графічні зображення, формули – саме те, що необхідно зобразити в презентації до практичних робіт.

Для нашого часу характерна інтеграція наук, прагнення отримати як можливо більш точне уявлення про загальну картину світу. Ці ідеї знаходять відображення в концепції сучасної освіти. Але розв'язати таку проблему неможливо в рамках однієї дисципліни. Тому стає необхідність в їх інтеграції, де найбільш можливо досягнути міжпредметних узагальнень.

Інтеграція як засіб навчання повинна дати студентам знання, які відображають взаємозв'язки окремих частин світу як системи, навчити студента сприймати всесвіт як єдине ціле, в якому всі елементи взаємопов'язані.

Впровадження інтегрованих занять перебудовує сприйняття студентів одного предмету як щось відокремлене від інших, поєднує їх деякі елементи в єдине ціле, показує, що всі галузі сучасної науки тісно зв'язані між собою, тому й навчальні предмети не можуть бути ізольованими один від одного.

Цілеспрямовані та змістовні інтегровані заняття встановлюють міцні зв'язки між навчальними дисциплінами, вносять новизну в традиційну систему навчання, допомагають студентам зрозуміти важливість вивчення основ наук як єдиної системи знань.

Інтегроване заняття – заняття, що полягає в об'єднанні зусиль викладачів різних предметів у його підготовці і проведенні, а також в інтеграції знань про певний об'єкт вивчення, що здобувається засобами різних навчальних дисциплін.

Специфіка таких занять полягає в тому, що вони проводяться спільно викладачами двох або декількох суміжних предметів.

Інтегроване заняття може проводити як один викладач, так і декілька, використовуючи тісні міжпредметні зв'язки.

Особливо важливо продумати методику проведення такого заняття. Заздалегідь визначається обсяг і глибина розкриття матеріалу, послідовність його вивчення. Частка участі кожного викладача залежить від змісту матеріалу, але приблизно повинна бути рівною. Один із них обирається ведучим. Один з предметів – провідним.

Дисципліна «Статика споруд» є однією з найважливіших загально технічних дисциплін для підготовки молодших спеціалістів здатних успішно розв'язувати вище зазначені завдання за допомогою новітніх технологій та програмних засобів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Іванчук М. Г. Інтегроване навчання: сутність та виховний потенціал / М. Г. Іванчук. – Чернівці : Рута, 2004. – 359 с.
2. Лошкарьова Н. А. Міжпредметні зв'язки, як засіб удосконалення учбово-виховного процесу / Н. А. Лошкарьова. – Чернівці : «РУТА», 2014.
3. Жемочкін Б. Н. Статика споруд / Б. Н. Жемочкін, Д. П. Пашевський, 2011.
4. Стяглик П. І. Нетрадиційні форми навчання та їх вплив на якість навчального процесу: автореферат дисертації / П. І. Стяглик. – Харків, 2004.

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВИКЛАДАННІ ДИСЦИПЛІНИ «СТАТИКА СПОРУД»

В. І. Біленко, викладач вищої категорії

В. О. Корнієнко, викладач вищої категорії

Харківський державний автомобільно-дорожній коледж

У ХХІ сторіччі процес освіти неможливо уявити без використання комп'ютерних навчальних технологій, що формують нові методи й способи навчання. Мультимедійні засоби навчання є одним з провідних напрямів розробки нових інформаційних технологій, що використовуються в навчальному процесі.

У даній розробці пропонується комплексний підхід до викладання дисципліни «Статика споруд» з використанням інформаційно-комунікаційних технологій. Програмне забезпечення, розроблене у комплекті з електронними навчальними ресурсами, допомагає студентам самостійно освоювати теоретичний та практичний матеріал і є актуальним для розвитку системи дистанційного навчання, системи контролю знань.

Для вирішення поставленої задачі розроблено мультимедійний навчально-методичний комплекс з курсу «Статика споруд». Даний комплекс включає в себе наступні складові: опорний конспект лекцій; приклади розв'язання задач з використанням програм Microsoft Word, Microsoft Excel і Microsoft Power Point.

Комп'ютерні навчальні програми створюються не для того, щоб замінити собою традиційні навчальні матеріали, які призначені для викладання студентам, а для того, щоб доповнити їх, використовуючи при цьому можливості сучасних інформаційних технологій. Найчастіше вони включають в себе теоретичний матеріал, ілюстрований розбір вирішення типових задач і пояснюють приклади, графічні та анімаційні матеріали.

Розробка надає можливість студенту за короткий проміжок часу, ознайомитися з необхідним обсягом навчального ілюстративного матеріалу, більш продуктивно засвоїти теоретичний матеріал

Список використаних інформаційних джерел

1. Стяглик П. І. Нетрадиційні форми навчання та їх вплив на якість навчального процесу: автореферат дисертації / П. І. Стяглик. – Харків, 2004.

2. Іванчук М. Г. Інтегроване навчання: сутність та виховний потенціал / М. Г. Іванчук. – Чернівці : Рута, 2004. – 359 с.

ПРОГРАМОВАНІ ЛОГІЧНІ ІНТЕГРАЛЬНІ СХЕМИ В КОМП'ЮТЕРНІЙ СХЕМОТЕХНІЦІ

Б. А. Бохонко, к. т. н., завідувач навчальної лабораторії

О. І. Лабаз, викладач

Н. І. Заліська, викладач

Відокремлений структурний підрозділ – Коледж телекомунікацій та комп'ютерних технологій Національного університету «Львівська політехніка»

На ринку напівпровідникових інтегральних схем щораз більшої популярності набувають програмовані логічні інтегральні схеми, ПЛІС (англ. programmable logic device, PLD), зокрема, ПЛІС, що виготовлені за технологією FPGA [1].

Абревіатура FPGA (Field Programmable Gate Array) означає – програмована вентильна матриця. Популярність FPGA пристроїв зумовлена їх високою функціональністю, гнучкістю застосування, можливостями внесення змін як на етапі проектування так і в процесі експлуатації завдяки підтримці внутрішньосистемного перепрограмування, малими затратами часу на створення готового до застосування продукту.

Фаворитом на ринку ПЛІС, що реалізуються за технологією FPGA, можна вважати фірму Intel, яка в 2015 р. увібрала до свого складу фірму Altera, що спеціалізувалася на розробці і виробництві ПЛІС, проте не мала власних виробничих потужностей. Злиття цих двох фірм дало потужний поштовх розвитку пристроїв FPGA завдяки використанню надсучасних технологій з мінімальним розміром елементів 10 нм, якими володіє фірма Intel та їх напрацюванням в області комп'ютерної схемотехніки. Сучасні FPGA пристрої фірми Intel окрім вентильних матриць, залежно від орієнтованої області їх застосування, включають універсальні мікропроцесори, приймально-передавальні пристрої введення/виведення з швидкодією 28 Гбіт/с і більше, оперативні запам'ятовуючі пристрої, цифрові сигнальні процесори та ін. [2].

Наявність додаткових вбудованих пристроїв – мікропроцесора, цифрового сигнального процесора та інших вузлів суттєво розширює області застосування ПЛІС в найрізноманітніших галузях, наприклад, телекомунікаціях, автомобілебудуванні, медицині, комп'ютерній техніці та ін.

Зважаючи на вищесказане, актуальним є вивчення ПЛІС та принципів їх програмування в технічних навчальних закладах, що спеціалізуються на підготовці студентів за спеціальностями «Телекомунікації та радіотехніка», «Комп'ютерна інженерія» і ін.

У відокремленому структурному підрозділі – Коледжі телекомунікацій та комп'ютерних технологій Національного університету «Львівська політехніка» вивчення ПЛІС включено в навчальну дисципліну «Комп'ютерна схемотехніка» для спеціальності «Комп'ютерна інженерія» і в навчальну дисципліну «Обчислювальна техніка та мікропроцесори» для спеціальності «Телекомунікації та радіотехніка». Вивченню ПЛІС в коледжі сприяє наявність в лабораторії «Мікропроцесорної техніки» лабораторних стендів, що містять в своєму складі ПЛІС EP1K10TC100 сімейства ACEX1K фірми Altera ємкістю 10 тис. вентилів, програмування якої підтримується вільнодоступними версіями програмного забезпечення САПР MaxPlusII Biseline та Quartus цієї ж фірми. Стенди були розроблені і виготовлені за участі викладачів і студентів коледжу [3].

На даному етапі в коледжі використовується САПР MaxPlusII Biseline, яка підтримує інтерактивний режим процесу розробки і забезпечує реалізацію проекту традиційним схемним методом або програмним шляхом з використанням спеціальних мов опису апаратури, таких як VHDL та AHDL, забезпечує верифікацію проекту шляхом моделювання роботи пристрою з використанням програмного симулятора, а також підтримує внутрішньо-системне програмування ПЛІС.

Використовуючи можливості вищевказаної САПР, студенти під час лабораторних занять вчаться створювати проекти цифрових пристроїв, таких як: цифрові мультіплексори, дешифратори, суматори, компаратори, двонапярвлені шини передавання цифрових сигналів, цифрові регістри, лічильники та ін. Засоби САПР дозволяють моделювати роботу проєктованих пристроїв з урахуванням фізичних параметрів компонентів ПЛІС. Симулятор, що входить до складу САПР, дозволяє змоделювати роботу проєктованого пристрою та отримати часові діаграми, що відо-

бражають роботу схеми. Наявність стендів, які сполучені з комп'ютерами через програмувальні кабелі, дозволяє завантажити у мікросхему ПЛІС стенду конфігураційний файл, що формується при створенні проекту. ПЛІС у стенді має два виходи, які через додаткові буферні елементи сполучені з роз'ємами для підключення двоканального осцилографа, наприклад, USB-осцилографа типу ISDS205A [4]. Це дозволяє на фізичному рівні досліджувати спроектовані пристрої. Таким чином робочі місця лабораторії «Мікропроцесорної техніки», що оснащені комп'ютерами, стендами і двоканальними осцилографами, дозволяють студентам в інтерактивному режимі здобувати практичних навчальних робіт з ПЛІС.

Список використаних інформаційних джерел

1. FPGA vs ASIC – What is the Difference? <http://hardware-bee.com>.
2. Intel FPGAs and Programmable Devices. [//www.intel.com](http://www.intel.com)
3. Бохонко Б. А. Реалізація методики проектування цифрових пристроїв на програмованих логічних інтегральних схемах (ПЛІС) / Ю. Л. Дещинський, Б. А. Бохонко, В. Ю. Горбатюк // Телекомунікаційні та інформаційні технології. – 2016. – № 1. – С. 62–70.
4. ISDS205 User Guide. <http://instrustar.com>

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМ КОМП'ЮТЕРНОГО ЗОРУ ДЛЯ ОБЛІКУ КЛІЄНТІВ НА ОБ'ЄКТАХ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

О. А. Єрмоленко, магістрант, спеціальність 123 Комп'ютерна інженерія, освітня програма «Інтелектуальні інформаційні технології»

Б. Т. Ситнік, к. т. н., доцент, доцент кафедри інформаційних технологій – науковий керівник

Український державний університет залізничного транспорту,

В умовах структурних реформ на залізничному транспорті, спираючись на досвід європейських залізниць, Укрзалізниця планує наприкінці 2020 – на початку 2021 року почати передавати окремі об'єкти транспортної інфраструктури в концесію або створювати проекти державно-приватного партнерства. Найбільш привабливими активами для залучення приватного

капіталу є залізничні вокзали. Передача вокзалів у концесію дозволить залучити додаткові інвестиції в інфраструктуру вокзалів та залізницю загалом. Крім цього, так Укрзалізниця зможе отримати партнерів, які допоможуть ефективніше керувати залізничною інфраструктурою [1].

Для приватного капіталу важливим є ефективне використання даного майна, що знаходиться в концесії, а так як основною задачею вокзалів є обслуговування пасажирів, то виникає невіршена проблема обліку клієнтів і пасажирів і проблема конверсії клієнтів у пасажирів.

Якщо кількість пасажирів можна підрахувати по кількості проданих квитків, то провести підрахунок клієнтів, що перебувають на залізничному вокзалі в певний період часу, неможливо.

На даний час на залізничних вокзалах і станціях України підрахунок пасажирів ведеться на основі проданих білетів і систему турнікетів.

Крім того підрахунок клієнтів можна здійснювати на основі різних технологій, таких як: лазерний датчик, відеокамера зі спеціальним програмним забезпеченням або навіть стереокамери. Рішень багато, всі вони дають певні дані, однак, якщо керівнику потрібні точні дані з мінімальною похибкою, необхідно уважніше вивчати всі рішення.

Найбільш значних результатів, у плані контролю клієнтопотоків, можна отримати за рахунок використання систем комп'ютерного зору, які ефективно використовуються у багатьох галузях економіки, а останнім часом знайшли особливе застосування в ритейлі.

Комп'ютерний зір допомагає контролювати рух клієнтів і пасажирів, може оцінити, скільки людей стоїть у черзі і крім того в сукупності з системами відеоспостереження запобігти крадіжкам. За допомогою нього можна зрозуміти, як клієнти рухаються територією вокзалу. Ця інформація допомагає ефективно організувати простір, здавати майно в оренду і розміщати рекламну інформацію, і тим самим продовжити перебування клієнтів на вокзалі і збільшити число проданих супутніх послуг.

Крім того найважливішими аспектами використання систем комп'ютерного зору є контроль і безпека. За допомогою розпізнавання дій людей у відеопотоці можна швидко виявити будь-які надзвичайні ситуації, що відбулися на вокзалі, починаючи від бійки і закінчуючи захопленням заручників.

На даний момент найбільш точним рішенням є 3D камера зі спеціальним програмним забезпеченням, яка не просто записує зображення, а й будує об'ємну карту глибини. Таким чином, стає можливим виключення з підрахунку дітей, підрахунку в темряві, підрахунку в дуже яскравих вхідних групах, а також точний підрахунок натовпу.

Точний підрахунок гарантує отримання точних даних про конверсії з клієнта в пасажира.

У сучасних умовах розвитку мікропроцесорів апаратно це можливо реалізувати за допомогою мікрокомп'ютера Raspberry Pi 3 Model B+ та камери Raspberry Pi - Raspі CAM v2. В умовах, якщо апаратних можливостей Raspberry Pi 3 Model B+ буде не достатньо, можна Nvidia Jetson Nan. У таких умовах програмна реалізація даних моделей виконана за допомогою OpenCV бібліотеки комп'ютерного зору мовою програмування Python 3.

Список використаних інформаційних джерел

1. АТ «Укрзалізниця» має намір розпочати передачу вокзалів у концесію наприкінці 2020-го – на початку 2021 року. 27 серп. 2019 р. [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2767687-ukrzaliznica-planue-peredati-persivokzali-v-koncesiu-naprikinci-2020-roku.html>. – Назва з екрана.

КОМПЬЮТЕРНОЕ АДАПТИВНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ (КАТ)

О. Л. Иткина, преподаватель высшей квалификационной категории

Учреждение образования «Гомельский торгово-экономический колледж» Белкоопсоюза

Введение. Актуальность автоматизации образовательного процесса обуславливается необходимостью уменьшения затрат на проведение обучения, увеличением количества студентов, повышением качества обучения за счет применения современных информационных технологий. В настоящее время проблемы создания единой образовательной среды являются приоритетными для многих высших и средних учебных заведений [1]. Одним из наиболее трудоемких этапов образовательного процесса является контроль достигнутого уровня знаний. Системы автоматизированного тестирования решают проблему сокраще-

ния временных и трудовых затрат, однако узость решаемых ими задач, определяемая во многом ограниченностью используемого формально-математического аппарата, отсутствием индивидуального подхода к тестируемым и учета их личностных характеристик, существенно снижают ожидаемый эффект.

Методика адаптивного тестирования позволяет учесть индивидуальные особенности студента, построить гибкую процедуру оценивания знаний, максимально приближенную к устному опросу, лишенную субъективного фактора, решить проблему максимальной информативности результатов тестирования. Таким образом, проблема разработки и реализации системы, позволяющей проводить эффективную систему оценивания знаний студентов, анализировать полученные результаты и формировать рекомендации по составлению тестовых заданий является актуальной и требует решения [2].

Основная часть. Отличительные особенности КАТ по сравнению с другими формами тестирования:

- каждый испытуемый получает свой собственный набор заданий, поэтому и содержание, и длина теста могут отличаться для разных испытуемых;
- каждый испытуемый оценивается индивидуально (на своем уровне) с минимальной ошибкой измерения.

Основные преимущества КАТ по сравнению с другими формами тестирования:

- эффективность: требуется существенно меньше заданий для оценивания уровня подготовленности испытуемого;
- точность: возможность оценить уровень подготовленности каждого испытуемого на его уровне с минимальной ошибкой измерения;
- испытуемые не тратят время и силы на задания, не соответствующие их уровню подготовки (слишком легкие для них или слишком трудные), поэтому уменьшается влияние на результаты дополнительных факторов (утомление, беспокойство, неаккуратность);
- участники тестирования более мотивированы и спокойны (т. к. им не предлагается заданий, слишком для них трудных).

Классическая теория тестирования не подходит для адаптивного тестирования: само понятие первичного балла при использовании технологий КАТ не имеет смысла, так как количество заданий, предлагаемых различным испытуемым, различно. Та-

ким образом, вся теория КАТ базируется на современной теории конструирования тестов Item Response Theory (IRT). Необходимым условием проведения КАТ является наличие достаточно большого банка качественных заданий, создание которого возможно только в рамках IRT.

Процесс тестирования в КАТ выглядит следующим образом. Испытуемому предлагается какое-то задание. Если он ответил на него правильно, следующим ему предлагается более трудное задание. В случае неправильного ответа на первое задание, предлагается более легкое задание. После каждого ответа уровень подготовленности испытуемого переоценивается, и выбирается следующее задание, наиболее подходящее к его уровню. Процесс завершается, когда достигнута требуемая точность оценивания уровня подготовленности (но могут использоваться другие правила окончания тестирования).

Основные проблемы, требующие решения при разработке алгоритма КАТ, следующие:

- как начать тестирование, то есть, как выбрать первое задание для данного испытуемого;
- как продолжить тестирование, то есть, как после каждого ответа выбрать следующее задание;
- как закончить тестирование, то есть, когда процесс тестирования можно считать завершенным.

Различные технологии компьютерного адаптивного тестирования различаются подходами к решению поставленных проблем, то есть они различаются по процедурам выбора заданий, методам оценивания испытуемых, правилам окончания тестирования и т. д.

Моделирование теста. В тех случаях, когда есть банк калиброванных заданий, тест можно моделировать с помощью информационных функций, построенных на том участке оси θ , где по предварительным данным (экспресс-диагностика или опыт предварительного контроля учащихся) будут в основном расположены оценки подготовленности испытуемых. За счет специального подбора заданий на основе графика целевой информационной функции теста появляется возможность оптимизировать подбор трудности теста и минимизировать стандартную ошибку измерения на нужном интервале оси θ .

В целом процесс моделирования теста, представленный, на рисунке 1, включает следующие этапы:

- построение целевой информационной кривой теста, обеспечивающей заданную стандартную ошибку измерения в нужном интервале оси θ ;
- выбор заданий из банка с информационными кривыми, удовлетворительно заполняющими пространство под целевой информационной кривой теста;
- сложение ординат информационных кривых тестовых заданий в каждой точке оси латентной переменной θ и пошаговое построение информационной кривой получаемого теста;
- продолжение процесса выбора заданий до тех пор, пока площадь под целевой кривой не будет заполнена с заданной степенью точности;
- проверка абсолютного значения разности между максимальной суммой ординат информационных кривых заданий и планируемым максимумом на целевой кривой в разных точках оси θ .

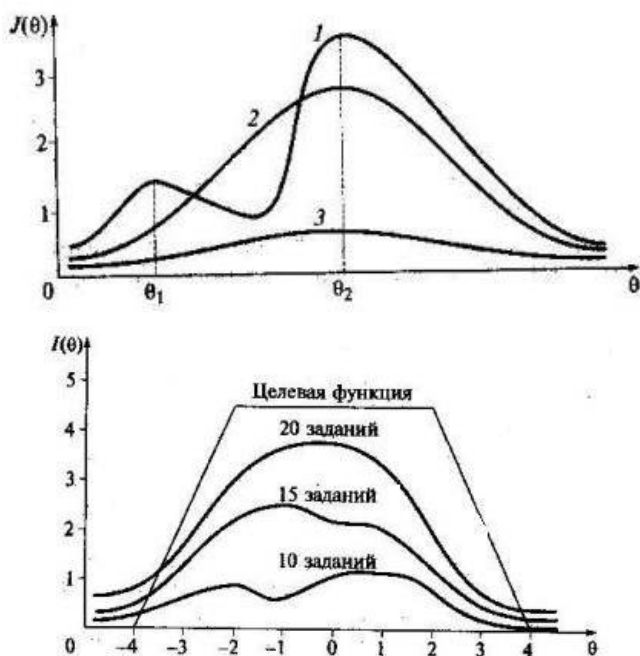


Рисунок 1 – Информационные кривые трех тестов

Алгоритм формирования оценки знаний учащегося (студента) представлен на рисунке 2.

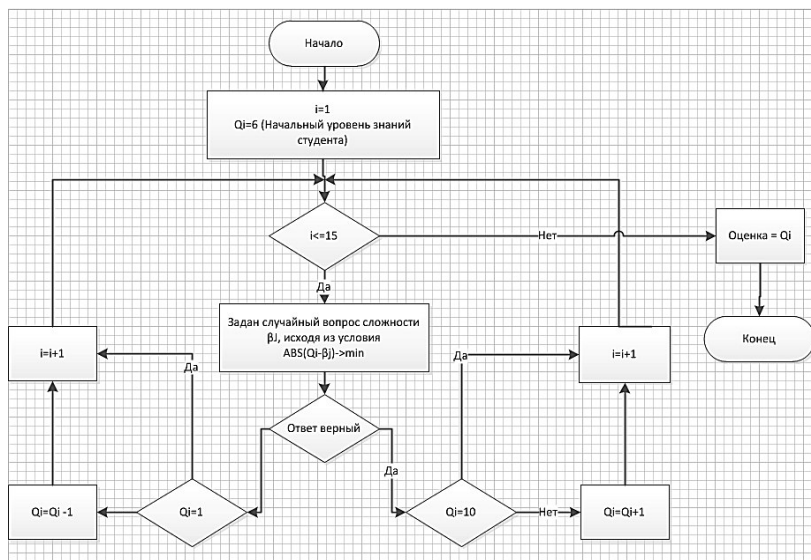


Рисунок 2 – Алгоритм формирования оценки знаний учащегося (студента)

Список использованных информационных источников

1. Маслов, С. И. Информатизация образования: направления, средства, технологии : пособие для системы повышения квалификации / под общ. ред. С. И. Маслова. – Москва : Издательство МЭИ, 2016. – 868 с.
2. Wim J. van der Linden • Cees A. W. Glas (Eds.) Elements of Adaptive Testing Springer, 2015.

РАЗРАБОТКА И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ ПО СПЕЦИАЛЬНЫМ ДИСЦИПЛИНАМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА В ОБУЧАЮЩЕМ ПРОЦЕССЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ «ГОМЕЛЬСКИЙ ТОРГОВО- ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» БЕЛКООПСОЮЗА

*О. Л. Иткина, преподаватель высшей квалификационной категории
Учреждение образования «Гомельский торгово-экономический колледж» Белкоопсоюза*

Введение. Инновационные изменения образовательного процесса, его информатизация рассматриваются как одно из направлений модернизации образования. Эффективное использование информационных технологий является сегодня одним из приоритетов государственной политики Республики Беларусь. Поэтому подготовка современных электронных изданий и их использование в учебном процессе является неотъемлемой частью информатизации сферы образования.

Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) – программный продукт, который представляет собой совокупность учебно-методических, программно-технических и организационных средств, которые обеспечивают непрерывность и полноту дидактического цикла процесса обучения и являются необходимым условием, позволяющим повысить качество и эффективность подготовки специалистов по специальности 2-40 01 01 «Программное обеспечение информационных технологий» УО «Гомельский торгово-экономический колледж» Белкоопсоюза.

Основная часть. Создание ЭУМК по специальным дисциплинам профессионального компонента (по программированию), а затем и по другим дисциплинам специальности позволяет сформировать единую информационную систему всех учебно-методических материалов и авторских наработок преподавателей. При этом процесс обучения перестает жестко зависеть от расположения учащегося в пространстве и во времени. Другими словами, разработанные авторами электронные учебные ресурсы могут использоваться для поддержки учебного процесса с использованием дистанционных образовательных технологий.

Программный продукт «Электронный учебно-методический комплекс по программированию» представляет собой электрон-

ный учебно-методический комплекс, предназначенный для учащихся, преподавателей специальности 2-40 01 01 «Программное обеспечение информационных технологий», а также для любого человека, который захочет освоить программирование самостоятельно (Приложение А). ЭУМК по программированию представлен как единый комплексный набор документов, информации и технологических возможностей для проведения обучения и изучения курса и проверки знаний и навыков по специальным дисциплинам профессионального компонента специальности 2-40 01 01 «Программное обеспечение информационных технологий». Следует отметить, что все материалы комплекса соответствуют Типовому учебному плану, Типовым учебным программам по соответствующим дисциплинам, утвержденным Министерством образования Республики Беларусь.

Проведенные в УО «Гомельский торгово-экономический колледж» Белкоопсоюза статистические исследования использования учащимися и преподавателями ЭУМК по программированию по специальным дисциплинам (в рамках учебного процесса) показывают, что применение ЭУМК по программированию позволяет повысить не только интерес к выбранной специальности, но и успеваемость по специальным дисциплинам. Большинство учащихся воспринимают лучше информацию зрительно, тем более, если она качественно оформлена.

Заключение. Разработанный и внедренный в учебный процесс УО «Гомельский торгово-экономический колледж» Белкоопсоюза ЭУМК по программированию дает возможность каждому учащемуся независимо от уровня подготовки активно участвовать в процессе образования, индивидуализировать свой процесс обучения, осуществлять самоконтроль. Быть не пассивным наблюдателем, а активно получать знания и оценивать свои возможности. Было замечено, что учащиеся начинают получать удовольствие от самого процесса учения, независимо от внешних мотивационных факторов.

Список использованных информационных источников

1. Методические рекомендации разработчикам электронных учебно-методических комплексов по дисциплинам для высших учебных заведений Республики Беларусь [Электронный ресурс] : утв. Мин-вом образов. Респ. Беларусь, 29 дек. 2008 г. – Режим доступа: http://edubelarus.info/uploads/base/Metod_rek_EUMK.pdf (дата доступа: 20.01.2019). – Название с экрана.

2. Положение об электронном учебно-методическом комплексе по дисциплине для высших учебных заведений Респ. Беларусь [Электронный ресурс] : утв. Мин-вом образов. Респ. Беларусь, 29 дек. 2008 г. – Режим доступа: http://edubelarus.info/uploads/base/Pologenie_EUMK.pdf (дата доступа: 10.02.2019). – Название с экрана.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК

Т. В. Кондакова, студентка группы Сс-41

М. А. Грибовская, к. ф.-м. н., доцент, доцент кафедры информационно-вычислительных систем – научный руководитель

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Грузоперевозки – одна из необходимых услуг в повседневной жизни. Перевозка грузов является важной частью бизнеса для многих небольших и средних компаний. При этом далеко не все предприниматели могут позволить себе иметь собственный автопарк, а значит – должны прибегать к услугам грузоперевозчиков. Спрос на грузовые перевозки во многом определяется двумя факторами: динамикой и структурой изменения объемов производства в стране, а также платежеспособностью предприятий и организаций всех отраслей экономики. Грузовые перевозки – это один из наиболее «рыночных» секторов экономики.

В представленной работе был рассмотрен процесс деятельности индивидуального предпринимателя, который имеет малый бизнес в сфере грузоперевозок с 2011 года, руководствуется в своей деятельности законодательством Республики Беларусь. Предприниматель использует упрощённую систему налогообложения, а также имеет свою печать с полным наименованием и необходимые штампы.

В частной собственности имеет грузовую машину. Основным направлением деятельности является перевозка грузов по Республике Беларусь и за её пределами.

Осуществляется транспортировка следующих видов груза: кирпич, металл, блок, шифер, цемент, утеплитель, стекловата и другое.

Рассмотрим этапы процесса грузоперевозок:

1. Поиск груза. Поиск груза осуществляется на платных площадках таких, как Lardi-Trans, Della, Transinfo. Посетителям предоставляется информация об осуществляемой деятельности. Среди оказываемых услуг, в частности, можно выделить поиск перевозчиков и заказов на перевозки грузов. Присутствует каталог перевозчиков, экспедиторов, логистических центров и других компаний. Имеется информация о тарифных ставках. Присутствует онлайн-расчёт расстояний.

2. Связь с заказчиком. При нахождении подходящего груза осуществляется связь с заказчиком и предлагаются свои услуги, либо заказчик связывается с желаемым перевозчиком и обговариваются условия о необходимой дате, сроках доставки, пункте загрузки и выгрузки, а так же о размере фрахта.

3. Документальное оформление заказа. Заказчик отправляет договор и заявку, а перевозчик предоставляет данные по машине, реквизиты, счёт-фактуру. Так же оформляется протокол согласования договорной цены и в дальнейшем – акт выполненных работ.

4. Путь автомобиля по заданному маршруту.

Все данные о клиентах, маршруте, грузе проводятся вручную, поэтому цель создания информационной системы состоит в том, что бы автоматизировать систему заявок клиентов. Избавиться от большого количества рукописных документов и экономии времени.

Система учета заявок, истории клиентов проводится вручную, что подразумевает возможные негативные явления: увеличение совершения ошибок, трата большого количества времени.

Преимущества АИС: позволяет хранить данные о грузе и клиенте в единой базе; хранение данных в АИС надежнее, нежели в бумажном виде; облегчает учет информации.

Главной целью работы является проектирование автоматизированной информационной системы учета данных, что позволяет устранить недостатки неавтоматизированной системы.

Можно выделить следующие цели автоматизированного варианта решения задачи:

- сокращение времени обработки данных о клиенте и перевозимом товаре;
- автоматизированная подготовка документов;
- повышение защиты информации.

Программа должна выполнять следующие функции:

1. Ввод, редактирование, просмотр информации о клиентах, грузах;
2. Поиск информации:
 - По «Наименованию клиента»;
 - По «Дате заказа»;
 - По «Маршруту».

Система при функционировании должна отвечать следующим требованиям:

- удобный интерфейс программы;
- простота в сопровождении;
- конфиденциальность данных о клиенте и его заказах.

Такое представление повышает удобство использование базы данных. В данном случае ввод информации сведется к выбору необходимых сведений из списка, где это возможно, что, безусловно, повысит скорость ввода информации и поможет избежать неверного ввода параметров.

При разработке концептуальной модели информационной системы использовалась методология IDEF0. При разработке модели базы данных использовалась компьютерная система проектирования Computer Associates AllFusion Data Modeler (ERwin). Результат проектирования приведен на рисунке 1.

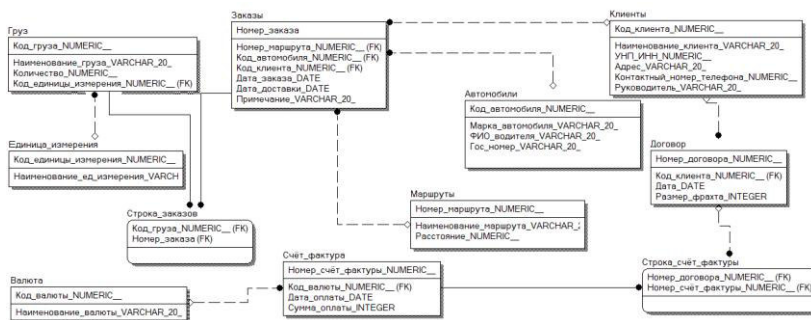


Рисунок 1 – Схема базы данных системы

Индивидуальный предприниматель планирует в течение нескольких лет расширить малый бизнес и приобрести дополнительные грузовые автомобили. В связи с этим увеличится количество персонала, объем работы и поступление новых данных, что еще раз подтверждает необходимость автоматизации.

ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Д. С. Мануйлов, студент группы G-21, специальность
Экономика электронного бизнеса*

*А. Н. Семенюта, д. т. н., профессор, заведующий кафедрой
информационно-вычислительных систем – научный
руководитель*

*Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»*

Первым человеком, упомянувшим об Интернете вещей, стал Никола Тесла. Он предсказывал радиоволнам роль нейронов, которые будут управлять всеми предметами. Это было просто предсказание, которое в силу многих причин не могло получить практическое применение в то время.

Первым реальным шагом к построению Интернета вещей стало подключение тостера к компьютеру, произошедшее в 1990 году посредством доработки его конструкции специальным чипом.

На сегодня Интернетом вещей называют компьютерную сеть, обладающими следующими свойствами:

- состоящую из большого количества окружающих нас предметов;
- самоконфигурируемую беспроводную сеть между объектами различного типа, как правило, бытовых приборов.

Интернет вещей считается примером очередного технологического прорыва, что на бытовом уровне подтверждается появлением большого количества «умных» приборов, выполняющих свою функцию без участия человека. К ним, например, можно отнести:

- сенсоры и водные счетчики, используемые для снижения расходов воды и нагрузок на водоканалы крупных городов;
- геолокационные и биометрические чипы, используемые для контроля популяций животных, а также – для контроля преступников, заключенных под домашний арест;
- высокотехнологичные мусорные баки, оборудованные солнечными батареями, функцией мусорного пресса и системой

подачи сигнала работникам коммунальных служб при необходимости освобождения пространства.

Перечень «умных» приборов растет день ото дня, их разработкой занимаются десятки компаний по всему миру.

У Интернета вещей прекрасные перспективы. Доступный отовсюду интернет и беспроводные сети приведут к повсеместным сенсорным сетям. Данные превратятся в своего рода новую валюту. Изменяются целые индустрии, причем границы между некоторыми индустриями исчезнут. На смену многим старым рутинным профессиям придут совершенно новые.

Использование интернета вещей в повседневной жизни сулит много выгод, например:

- снизить аварийность и сырьевые потери на транспорте и в производстве.
- эффективно распределять электричество в сфере энергетики.
- заменить человека при управлении оборудованием в промышленности.
- контролировать безопасность на улице.

Практическое внедрение элементов интернета вещей в Республике Беларусь начато республиканским унитарным предприятием «Белтелеком» в рамках внедрения услуги «Умный дом».

Предполагается, что абонент выбирает несколько отдельных датчиков, которые специалисты соединяют в единую систему. При срабатывании какого-либо датчика система информирует абонента в мобильном приложении, а также отправляет SMS-сообщение либо письмо на указанные номера телефонов или адреса электронной почты.

Услуга «Умный дом» представляет собой простое и экономичное решение, с помощью которого абонент всегда сможет иметь информацию о состоянии отдельных объектов в контролируемых помещениях, повысить комфорт и экономить дорогие ресурсы.

Список использованных информационных источников

1. Умный дом от Белтелеком [Электронный ресурс]. – URL: <https://home.beltelecom.by> (дата обращения: 24.11.2019). – Название с экрана.

МЕТОДИКА ПРОГРАМНОГО МОДЕЛЮВАННЯ КАБЕЛЬНИХ МЕРЕЖ ЗАСОБАМИ ПРОГРАМИ PLANET 1.4

М.-В. Я. Полець, викладач

І. М. Ковтик, викладач

О. В. Бліндер, викладач

Відокремлений структурний підрозділ – Коледж

телекомунікацій та комп'ютерних технологій

Національного університету «Львівська політехніка»

Вибір ефективної конфігурації і повний розрахунок сучасної кабельної мережі – це дуже трудомістка справа, що потребує значних інтелектуальних, фінансових та часових витрат. Саме тому питання автоматизації й застосування новітніх комп'ютерних технологій програмного моделювання у процесі проектування на сьогоднішній день є дуже актуальним. До програмного забезпечення для розрахунку й проектування кабельних мереж можна відноситися: Antenna Network Design (фірми CDS), CableTools, ProAnt, CATV CAD, PlaNet й інші. Дані програми універсальні за своїми функціональними можливостями і мають хороший графічний інтерфейс. Однією з найефективніших доступних програм моделювання кабельних мереж вважається програма PlaNet.

Планувальник кабельних мереж PlaNet – це програма, призначена для допомоги при проектуванні кабельних мереж. Вона допомагає у виборі схеми побудови розподільної мережі, визначенні номенклатури устаткування й кабелів, розрахунку вартості мережі, оформленні документації.

Склад програмного пакета: планувальник кабельних мереж PlaNet; редактор баз даних елементів PlaNetDB.exe; бази елементів кабельних мереж; файли довідки для PlaNet.exe; файли довідки для PlaNetDB.exe; приклади схем будинкових мереж.

У даній програмі є можливість створювати бази даних на основі власних елементів. Для цього до складу програмного пакета уведений редактор баз даних елементів PlaNetDB. При створенні нового елемента його марка й параметри беруться з робочої бази елементів.

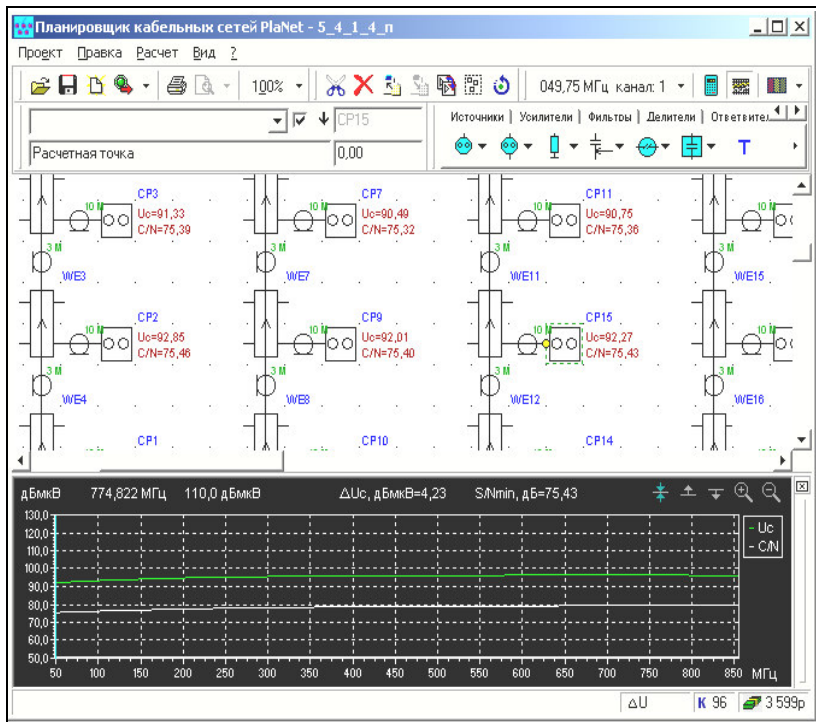


Рисунок 1 – Интерфейс рабочего вікна програми PlaNet

До баз даних елементів PlaNetDB входять: джерела сигналу, розгалужувачі, підсилювачі, еквалайзери та атенюатори, магістральні розгалужувачі з прохідним живленням, сплітери, кінцеві, вимірювальні та точки навантаження.

Програма дозволяє для кожної контрольної точки визначити при розрахунках наступні параметри: рівні сигналів у дБмкВ для кожного каналу; відношення сигнал/шум у дБ для кожного каналу; мінімальне відношення сигнал/шум; АЧХ тракту від джерела сигналу до даної точки; максимальну нерівномірність рівнів по каналах, дБ; максимальну нерівномірність розподілу рівнів по абонентах; контроль перевантаження підсилювачів [2].

Крім цього програма робить нумерацію всіх елементів схеми й надає можливість внесення тексту. Інтерактивна підказка мі-

стить оперативну інформацію про стан кожного елемента схеми. Для всіх елементів є база даних, причому її можна редагувати, додавати і описувати нові вироби. Особливо слід зазначити можливість розрахунку від декількох джерел сигналу: антени ефірна й супутникова, головна станція та інших.

При перевищенні на вході підсилювача певного значення рівня сигналу (залежить від його параметра «Максимальний вихідний рівень» і кількості каналів) він перевантажується, працює поза робочим режимом і вносить завади в мережу [1]. Тому важливо в процесі розрахунку контролювати факт появи перевантаження підсилювачів і коректувати схему, наприклад, по іншому перерозподіляти сигнал на ділянці мережі до підсилювача. Рівень, при якому настає перевантаження визначається максимальним рівнем підсилювача й кількістю каналів, які транслює в цей момент кабельна мережа. Для того, щоб оцінити рівень, при якому підсилювач почне перевантажуватися в умовах дії певної кількості сигналів, потрібно вказати цю кількість, через панель інструментів (вкладка Розрахунок). Для того, щоб перевантаження підсилювача контролювалося правильно, необхідно в параметрах відповідного підсилювача за допомогою редактора бази елементів вказувати згідно технічної документації максимальний допустимий вихідний рівень.

Отже, розглянувши функціональні можливості програми PlaNet можна зробити висновок, що концепція програми полягає у створенні алгоритму, який дозволяє вводити будь-яку кількість параметрів елементів кабельних мереж і робити їх обчислення. При проектуванні необхідно орієнтуватися на встановлені норми і обмеження до параметрів кабельної розподільної мережі [2].

Список використаних інформаційних джерел

1. Телекомунікаційні технології мереж широкосмугового доступу : монографія / Балашов В. О., Барба І. Б., Лашко А. Г., Ляховецький Л. М., Орешков В. І., Педяш В. В., Яневич О. К. – Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2018. – 276 с.
2. Царьов Р. Ю. Структуровані кабельні системи : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / Царьов Р. Ю., Нікітюк Л. А., Резніченко П. І. – Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2013. – 260 с.: іл.

ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ МЕРЕЖІ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ МЕРЕЖЕВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДОСТУПУ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

М.-В. Я. Полець, викладач

П. С. Максимович, викладач

О. В. Бліндер, викладач

Відокремлений структурний підрозділ – Коледж телекомунікацій та комп'ютерних технологій

Національного університету «Львівська політехніка»

Для якісної підготовки фахівців ІТ-галузі необхідно мати відповідну матеріальну технічну базу, яка дозволить ефективно на практиці дослідити та відпрацювати зміст профільних навчальних програм. З цією метою доцільно в навчальних закладах ІТ-спрямування організувати навчальні інформаційні мережі, що дозволять студентам відпрацювати навички організації і обслуговування як апаратної так і програмної складової інформаційної мережі.

Вся інтелектуальна робота в інформаційній мережі виконується на кінцевих системах мережі, а телекомунікаційна мережа, хоч і займає центральне положення, є лише з'єднувальним компонентом, що виконує функції транспортувальної системи (рис. 1).

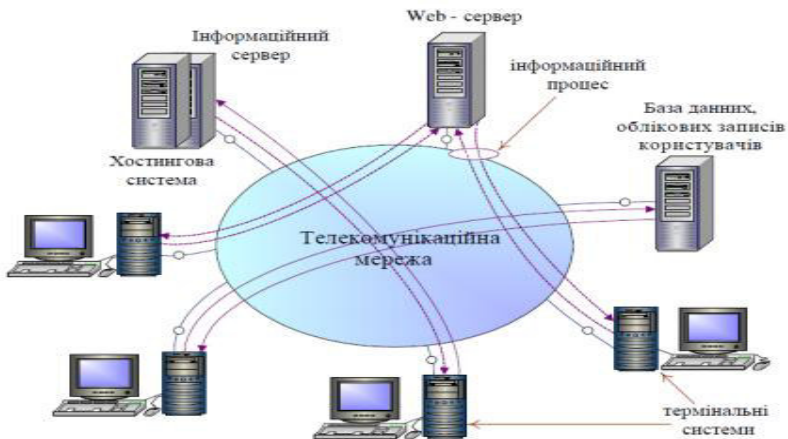


Рисунок 1 – Інформаційна мережа

Поняття «інформаційна мережа» на відміну від поняття «телекомунікаційна мережа», є більш містким та узагальненим й відображає різноманіття інформаційних процесів, які виникають у результаті взаємодії кінцевих систем, під'єднаних до телекомунікаційної мережі [1].

Для ефективного вивчення профільних навчальних дисциплін спеціальності 172 «Телекомунікації та радіотехніка» у Відокремленому структурному підрозділі – Коледж телекомунікацій та комп'ютерних технологій Національного університету «Львівська політехніка» створено інформаційну мережу телекомунікаційного центру коледжу, яка включає в себе телекомунікаційну мережу (проводові та безпроводову) та комп'ютерні мережі п'яти лабораторій обладнаних персональними комп'ютерами і сучасним програмним забезпеченням.

Дана мережа забезпечує всіх своїх користувачів доступом до мережі Internet як за допомогою проводових технологій Ethernet, ADSL, FTTB, PLC так і за допомогою безпроводової технології WI-FI. Також, крім цих технологій, студенти мають можливість вивчати мережне обладнання, обладнання цифрових систем комутації та способи його підключення і налаштування за допомогою відповідного програмного забезпечення.

Зокрема, в лабораторіях студенти теоретично і на практиці опановують основні технології створення інформаційних мереж для передачі даних та доступу до мережі Internet (Ethernet, ADSL, DOCSIS, Wi-Fi, WIMAX, PLC, FTTx, GSM, 3G, 4G), а також підключення та налаштування відповідного мережевого обладнання (адаптери, модеми, комутатори, маршрутизатори, точки доступу, мультиплексори). Студенти набувають практичного досвіду з налаштування обладнання IP-телефонії (IP-телефони, програмні IP-АТС), обладнання телевізійних мереж DVB-C, DVB-S, DVB-T2, IPTV (тюнери, PCI DVB-S/SO-карти, антени), а також мереж відеонагляду та відеоконференцзв'язку (IP-камери, мережеві медіаплеєри).

Також організація інформаційної мережі дозволяє теоретично й на практиці опановувати основні технології адміністрування та захисту інформації, набувати практичного досвіду роботи з операційними системами Windows, Debian, Ubuntu (клієнтськими та серверними).

Телекомунікаційна мережа телекомунікаційного центру коледжу включає в себе: цифрові та аналогові системи комутації, а саме п'ять автоматичних телефонних станцій (АТС) з них три цифрових станції, такі як дві ЦСК ЄС-11 та Квант-Е, та дві аналогових з цифровим керуванням, такі як та квазіелектронна станція Квант-КЕ. ЦСК Квант-Е сполучається з кросом комутації та через мультиплексор доступу цифрових абонентських ліній DSLAM із засобами комутації, маршрутизації і обліку, що утворюють мережу доступу ТКЦ. В телекомунікаційній мережі основою виступає ЦСК Квант-Е, яка являється опорною (центровою) станцією. Вузловою станцією виступає ЄС-11, а кінцевими станціями являються Донець, квазіелектронна станція Квант-КЕ та ЄС-11. Між цифровими станціями створений цифровий канал Е1, який дозволяє забезпечити двомегабітний потік. Цифрові системи комутації ЄС-11 з'єднані між собою за допомогою одного виділеного сигнального каналу (1ВСК), а з системою комутації Квант-Е за допомогою двох виділених сигнальних каналів (2ВСК). Телекомунікаційна мережа дозволяє студентам набути практичних навиків роботи з програмно-апаратним забезпеченням телефонних мереж загального користування та xDSL-мереж. Дана інформаційна мережа є діючою і гнучкою в розширенні, а також дозволяє забезпечити якісне проведення лабораторних та практичних робіт, згідно навчальних програм профільних дисциплін.

Отже, організація інформаційних мереж дозволяє здійснювати якісне вивчення взаємодії мережевих технологій доступу та інформаційних процесів, що є важливою складовою підготовки майбутнього фахівця ІТ-сфери.

Список використаних інформаційних джерел

1. Телекомунікаційні та інформаційні мережі : підручник [для вищих навчальних закладів] / П. П. Воробієнко, Л. А. Нікітюк, П. І. Резніченко. – Київ : САММІТ-Книга, 2010. – 708 с.: іл. (Гриф МОН України від 19.12.08, № 14/18-п 2757).
2. Телекомунікаційні технології мереж широкопasmового доступу : монографія / Балашов В. О., Барба І. Б., Лашко А. Г., Ляховецький Л. М., Орешков В. І., Педяш В. В., Яневич О. К. – Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2018. – 276 с.

КЕРІВНИЦТВО ТА ЛІДЕРСТВО

УПРАВЛІНСЬКІ ДІЇ ФОРМУВАННЯ АКМЕОЛОГІЧНОЇ ПОЗИЦІЇ ПЕДАГОГІВ

3. 3. Герасимова, спеціаліст вищої категорії
Харківський державний автомобільно-дорожній коледж

Суттєвими ознаками поняття «акмеологічна позиція особистості» є визначення значимості розвитку сутнісних сил, активність, цілеспрямованість, свобода вибору, відповідальність, розуміння іншої людини, її неповторності, а також здатність до саморозвитку. Акмеологічність майбутнього педагога – це здатність до розвитку процесів досягнення акме у фаховій підготовці. Акмеологічні якості майбутнього педагога – це сформовані мотиви досягненні акме, інтегровані знання й уміння із психології, педагогіки, педагогічної акмеології, фахових дисциплін, а також стійка акмеологічна позиція щодо постійного самовдосконалення, самореалізації, саморозвитку та досягненні акме в професії педагога.

Адміністрація закладу освіти мусить створити необхідні умови задля формуванні акмеологічної позиції педагогів, розвитку їхніх здібностей, підвищення їхньої методичної, рефлексивної культури. З'ясуємо основні дії керівника закладу освіти з формування акмеологічної позиції педагога:

- визначення мети і конкретних завдань діяльності адміністрації закладу щодо виявлення, формування та розвитку акмеологічної позиції;
- системне та систематичне управління цим процесом на діагностичній основі;
- управління на демократичних засадах із залученням педагогів до всіх етапів роботи планування, організації, контролю, коригування, аналізу і т. д.;
- розвиток зовнішньої мотивації педагогів – створення такого насиченого професійного середовища, яке збуджує педагога до розкриття його дійсних професійних можливостей; наявність у цьому середовищі подій, що зможуть підштовхнути до кульмінацій у професійному розвитку, яке виявляється у створенні системи моральних і матеріальних заохочень, наявності системи

підвищення кваліфікації та педагогічної майстерності педагогів, спеціально організованих методичних заходів із проблем професійної освіти педагогів, урахуванні їхніх психологічних особливостей у процесі складання професіограм, оптимізації діяльності психологічних служб закладів освіти;

- розвиток внутрішньої мотивації педагогів – мотивації досягнення високого рівня акмеологічної позиції; підвищення активності педагога; професійне цілепокладання та побудова свого професійного зростання за висхідним вектором; прагнення людини досягти максимального рівня на всіх стадіях розвитку; мотивація самореалізації; здібність сконцентруватися на цілі, самовідновлюватися за умов морального та психологічного виснаження, прагнення до збереження й примноження своїх досягнень;

- стимулювання цілеспрямованого розвитку в педагогів інтрагенної активності, завдяки якій педагог активно працює, прагне прийняття рішень та їх здійснення.

Головне в організації роботи закладу освіти з формування акмеологічної позиції – робота на діагностичній основі.

До основних етапів управління формуванням акмеологічної позиції педагогів відносимо такі: 1) попередня підготовка – моральна, психологічна;

2) визначення і постановка цілей і завдань на основі аналізу існуючої практики та її зіставлення з накресленим для впровадження; 3) планування роботи з формування акмеологічної позиції педагогів, визначення програми дій, відповідальних, прогнозування майбутніх результатів; 4) впровадження програми дій та її регулювання; 5) аналіз результатів роботи: поточний аналіз (відвідування занять, бесіда з учителями і т. ін.), що регулює реальну практику, і підсумковий аналіз, коли наслідки зіставляють із цілями й визначають перспективи подальшої роботи в обраному напрямі.

Управлінський цикл на цьому закінчується. Новий цикл – повторне впровадження на вищому рівні.

Отже, під управлінням формуванням акмеологічної позиції педагога ми розуміємо колегіальну роботу з питань визначення мети й завдань такої діяльності, як планування, прогнозування, контроль і координацію для надання дієвої допомоги педагогам з формування акмеологічної позиції, самоосвіти, саморозвитку

Список використаних інформаційних джерел

1. Гречаник О. Є. Формування акмеологічної компетентності вчителя в системі післядипломної педагогічної освіти : дис. канд. педагог, наук : 13.00.04 / Гречаник Олена Євгенівна. – Харків : [б.в.], 2012. – 246 с.
2. Рибалко Л. С. Методолого-теоретичні засади професійно-педагогічної самореалізації майбутнього вчителя (акмеологічний аспект) : монографія / Л. С. Рибалко. – Запоріжжя : ЗДМУ, 2008. – 443 с.

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ СТАТУСУ ЖІНКИ-ЛІДЕРА

***О. А. Ничипорук, викладач кафедри інформаційних та комп'ютерних технологій
Дубенська філія Вищого навчального закладу «Відкритий
міжнародний університет розвитку людини «Україна»***

Місце та роль жінки в суспільстві – одне з одвічних питань. Історично склалося, що жінки мають значно менше можливостей, ніж чоловіки, для прояву своїх здібностей. Причиною цього є ставлення соціуму до жінок. Жінка може реалізуватись як особистість лише у материнстві та сімейному житті, а що стосується професійного росту та громадсько-політичної діяльності – вважається вторинним. Таке ставлення до жінок є порушенням їх прав. Чоловіки і жінки в ході соціалізації розвиваються, орієнтуючись на статеву приналежність. Сексуальна ідентифікація починається з раннього дитинства і підкріплюється протягом усього життя.

У суспільстві дуже поширені стереотипи, за якими успішна професійна діяльність не пов'язується з образом жінки. Імідж ділової жінки, яка досягла значних успіхів, залишається в суспільній свідомості «чоловікоподібним». В основі цих поглядів лежать стереотипи, за якими жінки не мають таких якостей, як компетентність, незалежність, змагальність, здатність логічно мислити тощо. І ці стереотипи дуже живучі, хоча й не мають раціональної мотивації [9, с. 87].

За останній час питання гендерної рівності стало пріоритетним у всьому сучасному світі, виникла гостра потреба в формуванні нових взаємовідносин між жінками та чоловіками, що мають бути засновані на рівнопартнерських засадах, наданні обом статям рівного доступу до благ розвитку цивілізації [5, с. 117].

Жінка-лідер в політиці завжди привертала увагу соціологів, політологів, публіцистів, мистців та деяких політиків. У середині ХХ ст. проблема жіночого лідерства з'явилася у праці П. Сорокіна «Шляхи і влада любові. Американська сексуальна революція» [8, с. 78], окремі місця у творах К. Юнга, В. Райха, Е. Фромма та інші так само присвячені їй. Під тиском демократичних вимог суспільство погодилось на рівноправність жінок і чоловіків перед законом, жінок допущено до участі в політичних процесах, але погодитися на входження їх до інституту лідерства, побачити жінку як верховного суб'єкта влади у державі донедавна відважувалося небагато пересічних громадян.

З часу проголошення України незалежною державою проблеми участі жінок у політиці, жіночого політичного лідерства в Україні стали темою численних наукових дискусій, семінарів, конференцій, окремих соціологічних досліджень. Розробленням цієї проблематики займались, зокрема, політологи Л. Кормич, Г. Сасенко, Л. Лисенко, Г. Ткаченко; соціологи М. Линовичка, І. Жеребкіна, О. Івашенко, Л. Морозко, Е. Плісовська [7, с. 337]. Окремі аспекти цієї проблеми стали об'єктом наукових пошуків таких зарубіжних дослідників політичного лідерства, як Т. Адорно, М. Вебер, Б. Дізраелі, М. Еделман, Г. Лассуелл, Г. Літл, З. Лоренцен, Г. Маркузе та ін.

Усі ці роботи допомогли з'ясувати актуальність і необхідність дослідження феномена жіночого політичного лідерства в Україні, але це і дотепер не знайшло відповідного наукового відображення в сучасній літературі та потребує подальшого проведення комплексного дослідження щодо впливу гендерних стереотипів на статус жінки-лідера у сучасному українському суспільстві.

Під рівністю жіночої і чоловічої статей розуміється рівність їхнього соціального статусу та загальна участь у всіх сферах суспільного, державного та приватного життя на основі самоусвідомлення особистісних потреб та інтересів, долання елемента ієрархичності, за якої історично чоловіки розглядалися як істоти вищі, а їхня діяльність та її результати більш суспільно значущими, ніж досягнення жінок. Таке розуміння рівності жіночої і чоловічої статей за міжнародними документами передбачає: рівність у правах і свободах, в обов'язках, у відповідальності, можливостях, шансах, досягненні результатів [3, с. 70].

На національному рівні гендерна рівність гарантована, передусім, Конституцією України, Кодексом законів про працю України, а також окремим Законом України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» (2005 р.) [10] та іншими законодавчими актами. Але не дивлячись на законодавче регулювання, доступ жінок до «великої» політики залишається незадовільним. Така несправедливість потребує застосування фахових механізмів надання доступу жінок до вищих щаблів влади, серед яких найбільш ефективними у світі загалом та в країнах ЄС зокрема вважаються гендерні квоти.

Гендерні квоти виконують досить важливу соціальну функцію. Завдяки їх запровадженню та дії протягом певного часу долаються гендерні стереотипи свідомості. Раніше дискримінована стать уключалася в ті сфери життя суспільства, із яких довгий час була виключена, і своєю практичною діяльністю доводить спроможність, бажання та корисність у тих сферах професійної діяльності, які мали статево забарвлення, та на тих рівнях посад, які прийнято було вважати нежіночими або нечоловічими. Нині ж партійні квоти застосовуються в 61-й державі, електоральні – у 33-х, а резервування місць у парламенті – у 12, і, як демонструє практика, гендерне квотування в політиці не минає дарма [1, с. 163]. Проте навіть той факт, що цей метод забезпечення гендерної рівності досить поширений, застосування гендерних квот як одного з механізмів подолання гендерних стереотипів, незважаючи на можливість швидкого досягнення високих результатів, залишається дискусивним.

Залученість жінок на рівні з чоловіками у сферу політики – одна з важливих ознак забезпечення гендерної рівності. Не даремно на міжнародному рівні в різноманітних звітах питання доступу жінок до ресурсів та влади є важливим критерієм рівних можливостей та економічного добробуту суспільства.

Незважаючи на те, що жінки в Україні формально отримали рівний із чоловіками статус, де-факто вони продовжують піддаватися дискримінації і в політичній сфері. Експерти вбачають в цьому кілька причин: низький соціальний статус жінок, економічна залежність від чоловіків, нерівноцінний розподіл сімейних обов'язків, відсутність центрів з політичної освіти населення, відсутність підтримки жінок-політиків з боку чоловіків та нерозуміння останніми важливості проблеми представлення жінок у владі, вплив стереотипу «політика – чоловіча справа» [2, с. 11].

Для зміни ситуації в суспільстві на користь гендерної рівності необхідно готувати жінок до активної участі у політичній діяльності, проводити роботу із формування політичної культури суспільства, політичної свідомості. Демократія розвивається знизу і можлива тільки за рівноправної участі чоловіків і жінок у процесах розвитку суспільства. Необхідно поступово створювати і зміцнювати позитивний імідж жінки-політика.

Сучасна українська політика потребує формування нового типу політичного лідера – жінки, що поєднує позитивні як «жіночі», так і «чоловічі» управлінські якості. Такий лідер – досвідчена, далекоглядна, смілива та відповідальна особистість, здатна до аналізу й прогнозування, яка є авторитетом для соціального оточення, яка володіє природними й інтелектуальними можливостями впливу на нього, вміє об'єднати маси задля реалізації ідеї, якій присвятила себе. Саме жінки-лідери схильні до компромісів, мирних форм діяльності, комплексного бачення проблем, врахування перспективи під час прийняття будь-якого рішення, за спільних дій із політиками-чоловіками дають змогу об'єднати зусилля в досягненні важливих соціальних і політичних цілей країни. Жінки-лідери, маючи від природи схильність до політичної діяльності, спілкування з людьми, здібності промовців, маючи велику волю та впевненість, організаторські здібності, твердість та рішучість, відданість ідеалам своєї Вітчизни, за сприятливих обставин, уперто борючись, зуміли сягнути високих державних посад, стали суб'єктами верховної влади. Усе разом узяте свідчить, що жінка-лідер з часом зможе перейти з категорії рідкісного феномена до більш звичного факту в політичному житті європейського суспільства. Звичайно, сьогодні ще рано говорити про якусь тенденцію появи жінок-лідерів демократичного походження, однак у міру зростання вільного часу в жінок, їх освіченості та збільшення питомої ваги участі держави у вихованні дітей збільшуватимуться можливості для приходу жінок у політичне життя, а отже, зростатиме ймовірність появи жінок-лідерів.

Присутність жінок у політиці змінює її характер, її спрямованість на користь соціально-орієнтованих програм, ідеалів гуманізму і ненасильства. Найдалекоглядніші політики визнають, що прихід жінок у політику робить життя суспільства справедливішим, повнішим, гармонійнішим, демократичнішим. Найвідоміші жінки-політики підкреслюють пріоритетність таких про-

блем, як безпека в суспільстві, боротьба з корупцією, криміналом, соціальне забезпечення, розвиток мережі дошкільних установ, освіти, охорони здоров'я, зайнятість і просування жінок по службі. І все це – загальна база для об'єднання усіх жінок, незалежно від їх політичної та ідеологічної належності. Звичайно, не усі жінки (утім, як і чоловіки) політично грамотні й можуть вплинути на зміну існуючого порядку речей. Але не можна не брати до уваги жіночу інтуїцію, цілеспрямованість, наполегливість.

Жінки разом з чоловіками мають навчатися політики: теорії партійного будівництва, партійної діяльності, входження в систему влади. Таке навчання в сучасних умовах передбачає не лише засвоєння політичного чоловічого досвіду партійної діяльності, набутого за попередні десятиліття й століття, а привнесення до нього нових гендерних особливостей, тобто модифікації та модернізації такого досвіду й вироблення нових форм і методів політичних дій, відповідного політичного вирішення державних і суспільних проблем. Саме жінки в ситуації переважно чоловічої партійної діяльності стають тією активною силою, яка міццю логіки розуму, політичною активністю та діяльністю має впровадити гендерні підходи в політичну сферу; віднайти, сформувати гендерно чутливих, гендерно свідомих політиків-чоловіків, спроможних сприяти проведенню гендерної політики.

Аби покращити доступ жінок до політики, в Україні протягом останніх років здійснюється низка проектів.

«Жінки – це 50 % успіху України» – це соціальний проект (ініціатором якого є Національний демократичний інститут), спрямований на активізацію та підтримку жінок у громадському та політичному житті, врівноваження представництва жінок та чоловіків на ключових позиціях заради пришвидшення створення справді європейської моделі суспільства. Проект стартував у вересні 2014р.

Проект «Жінки у політиці» адмініструється Всеукраїнською громадською організацією «Жіночий консорціум України». Цей сайт започатковано як платформу, на якій у 2012 р. висвітлювалась участь жінок у виборчому процесі, а також результати гендерного моніторингу парламентських виборів, який проводила Мережа Громадського контролю за гендерною рівністю на виборах 2012 р. На сьогодні – це майданчик для висвітлення інфор-

мації про участь жінок в ухваленні рішень на міжнародному, національному і місцевому рівнях, а також їх позиції стосовно суспільно-значимих подій.

1 липня 2016 р. в Києві стартував Перший всеукраїнський Форум Політичного українського лобі (ПУЛ) жінок «Жінка в сучасній українській політиці – стратегії участі та перспективи». Проект «Побудова жіночого політичного лобі в Україні» впроваджується Всеукраїнською організацією «Жіночий консорціум України» за підтримки Фонду Демократії ООН. Завдання Проекту – створити громадянську платформу, яка допоможе збільшити представництво жінок в Україні на всіх рівнях прийняття рішень.

Окрім того, з ініціативи Міжфракційного депутатського об'єднання «Рівні можливості» за підтримки Національного Демократичного Інституту на установчих зборах 24 березня 2016 р. було сформовано постійно діючий координаційний орган – Громадську раду з гендерних питань. Метою є об'єднання та ефективна координація зусиль народних депутатів, громадських активістів та міжнародних організацій, які працюють у сфері просування гендерної рівності в Україні.

Не зважаючи на те, що активність жінок в політичному житті України останнім часом зростає, їх роль та участь у законодавчому процесі та державному управлінні ще дуже незначна. Однією з основних перешкод розвитку політичної участі жінок в органах влади залишається стійкий стереотип, який характерний як для чоловіків, так і для жінок, що політика і державне управління – це сфера чоловічої діяльності. Продовжують існувати стереотипи масової свідомості, згідно з якими жінка розглядається як слабка порівняно з чоловіками істота і як така, що є другорядною в суспільному, політичному та економічному житті [6, с. 17]. Не дивлячись на це, жінки наполегливо намагаються увійти у велику політику і закріпитися на різних політичних рівнях.

Як вважає експерт з гендерних питань Всеукраїнської громадської організації «Інститут демократії і соціальних процесів» К. Везелева, а дані чисельних опитувань це підтверджують, у нашому суспільстві досі не існує єдиного розуміння поняття «гендер», воно тлумачиться нашими співвітчизниками по-різному, а іноді дуже далеко від його наукової інтерпретації: дехто уявляє радикальну боротьбу за свої «права» на зразок активісток

руху FEMEN, інші говорять про рівність чоловіків і жінок, або боротьбу між ними. Деякі схильні бачити в питанні про гендерну рівність штучну тенденцію, нав'язану Заходом. Багато хто асоціює гендер з фемінізмом і емансипацією, а є і такі, хто, за висловленням експерта, досі вважає гендер помилкою в слові тендер. Там, де є люди – виникають гендерні питання. Термін «гендер» використовують для визначення характерних рис і вчинків, очікуємих від чоловіків і жінок в тому чи іншому суспільстві [4, с. 7].

Проголосивши принципи демократії та правової держави, Україна разом взяла зобов'язання дотримуватися вимог міжнародного співтовариства щодо рівності громадян (у тому числі й за статевою ознакою), чим визнала об'єктивну необхідність у проведенні гендерних змін на державному рівні, а також інтеграції гендерної політики в усіх програмах розвитку українського суспільства на принципах рівності, справедливості та толерантності.

Ця проблема і сьогодні залишається доволі актуальною і потребує подальших досліджень у цьому напрямку, а саме: з'ясувати визначення ролі суспільного устрою у формуванні жінки як політичного лідера; розкриття сутності жіночого лідерства як стилю політичної діяльності, а також узагальнення історичного досвіду жіночого політичного лідерства в Україні.

Для позитивних зрушень сучасному українському суспільству потрібне формування образу політичного лідера, що поєднав би в собі найкращі якості керівника країни. І зовсім неважливо, хто це буде – лідер-жінка чи лідер-чоловік, головне те, щоб однаково враховувалися потреби як однієї, так і іншої статі в усіх сферах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вілкова О. Сучасні моделі гендерної політики: сутність та особливості впровадження / О. Вілкова // Політичний менеджмент. – 2008. – № 6.
2. Галустян Ю. М. Функціонування національного механізму реалізації гендерної політики. – Аналітичний звіт за результатами проведення інтерв'ю з експертами у галузі гендерної політики (за підтримки Фонду народонаселення ООН в Україні), 2014, с. 11.

3. Мельник Т. М. Творення суспільства гендерної рівності: міжнародний досвід. Закони зарубіжних країн з гендерної рівності / Т. М. Мельник. – 2-ге допов. вид. – Київ, 2010. – 440 с.
4. Везелева Е. В. Україне женщины не голосуют за женщин [Электронный ресурс] / Е. В. Везелева. – Режим доступа: <http://facenews.ua/19577/kinder-kche-kirche-kvoti.html>. – Название с экрана.
5. Харченко С. Я. Гендерна освіта і виховання студентської молоді в процесі соціалізації: теорія та практика : монографія / С. Я. Харченко. – Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. – С. 258.
6. Резнік Г. О. Становище жінки в Українському суспільстві // Право. – 2001. – № 8. – С. 16–19.
7. Трофименко Л. С. Жіноче питання: ілюзії та реальність / Л. С. Трофименко // Актуальні проблеми політики. Збірник наукових праць, 2001. – Вип. 10–11. – С. 336–341.
8. Трофименко Л. С. Роль суспільного устрою у політичній соціалізації жінки / Л. С. Трофименко // Юридичний вісник. – О. : Юридична література, 2001, № 1. – 83 с.
9. Лавриненко Н. В. Женщина: самореализация в семье и обществе (гендерный аспект). – Киев : ВИПОЛ, 1999. – 172 с.
10. Ст. 1 Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 8 вересня 2005 р.

ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО РОЛЬ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

*І. О. Гамарник, студентка групи МО-31д, спеціальність
Менеджмент*

*Г. О. Пчелянська, к. е. н., доцент, доцент кафедри
маркетингу – науковий керівник*

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТУЕ

Успіх підприємства залежить від його здібностей реалізувати готову продукцію та від відповідності пропозиції до потреб споживачів. В умовах сучасної ринкової економіки, де кожне підприємство функціонує в умовах жорсткої конкуренції, а також постійно зростаючі потреби споживачів, вимагають від управлінців заходів щодо покращення бізнес-процесів, впровадження інноваційних технологій, вживання дієвих заходів задля пошуку та утримання клієнтів. З огляду на стрімкий розвиток інформаційних технологій та їх швидке залучення у бізнес, а також зменшення чутливості споживачів до традиційних медіа каналів, дозволяє інтернет маркетингу стати невід'ємною частиною підприємства. Інструменти інтернет-маркетингу мають свої особливості, які дають йому змогу суттєво відрізнятись від інструментів медіа-маркетингу.

Застосування мережі Інтернет у маркетинговій діяльності, та соціального медіа-маркетингу зокрема, досліджувалося багатьма теоретиками та практиками. Було проаналізовано наукові результати Г. Шмітта, Л. Вундерман, М. Супе, Дж. Бергофа, Т. Дейнекіна, Т. Гнатюка, В. Пилипчука та інших науковців [1.]

SMM з'явився пізніше за розкрутку сайтів у пошукових системах. Точну дату появи соціального маркетингу сказати неможливо, але її можна пов'язати із появою різних соціальних мереж. SMM став ефективним інструментом після створення великих соціальних мереж, подібних Facebook або Твіттер.

Соціальний медіа-маркетинг або маркетинг соціальних мереж – це комплекс дій щодо використання соціальних медіа в якості каналів просування, розкручування і рекламування брендів, товарів чи послуг, а також вирішенні певних бізнес завдань. Коротше кажучи, соціальний маркетинг – це такий комплекс засобів, які використовують соціальні мережі, як засіб просування

підприємством своєї продукції через інтернет та соціальні мережі, що дозволяє охопити більшу кількість споживачів та зацікавленої аудиторії.

Практично всі компанії, на сьогоднішній день, мають представництво в інтернеті: блоги, сайти, сторінки в різних соціальних мережах, тощо. Однак просто створивши сайт та заповнивши його інформацією про ваше підприємство та продукцію, яку виготовляєте, ви не забезпечите автоматичне підвищення продажів і зростання популярності вашої продукції. Необхідна постійна, ретельна робота з розкруткою, просуванням сайту.

Комплексний інтернет-маркетинг застосовує всі можливі канали реклами і просування ресурсів в інтернеті для збільшення відвідуваності сайту і зростання продажів.

Ефективний маркетинг в Інтернеті (e-marketing) складається з наступних компонентів:

- **Продукт (товар).** Обов'язкова умова: те, що реалізується через мережеві ресурси, повинне відрізнятися якістю або якимись унікальними властивостями, щоб конкурувати з іншими сайтами і звичайними магазинами.

- **Ціна.** Вважається, що в інтернеті ціни дещо нижчі, ніж в «реалі».

- **Просування** – багаторівнева розкрутка як самого сайту, так і окремих товарів. Цей елемент включає цілий арсенал інструментів SEO, контекстну, інтерактивну і банерну рекламу, роботу з громадами в соцмережах і блогами.

- **Точка продажу** – власне сайт. Функціональний ресурс повинен мати оригінальний дизайн, якісну навігацію вищого рівня [2].

Особливістю інтернет маркетингу є те ще, що він дозволяє підприємствам налагоджувати взаємодію зі споживачами безпосередньо без нав'язування традиційних та вже і застарілих маркетингових технологій. Відгуки в соціальних мережах, незалежно від того позитивні вони чи негативні, можуть стати поштовхом для споживачів, які формуватимуть своє рішення в залежності від реклами. У свою чергу підприємство має змогу відстежувати все в реальному часі та оперативно внести певні корективи у діяльність свого виробництва.

Також до переваги соціального маркетингу можна віднести мінімальні фінансові затрати у його розвиток.

Також великою перевагою є те, що за допомогою відслідко-

ування дій споживачів у мережі, маркетологи можуть аналізувати та розуміти потреби ринку, а також виокремлювати потенційних споживачів. Наразі є велика кількість критеріїв для пошуку цільової аудиторії, тому соціальний медіа маркетинг, зокрема соціальні мережі, надають непогані можливості для таргетингу аудиторії користувачів мережі Інтернет та соціальних медіа зокрема [3].

Попри значні переваги інтернет маркетинг також має свої недоліки, які можуть проявитись на початку діяльності в результаті нестачі досвіду працівника. Серед них виділяють втрату прихильності до продукції через некоректні дії у комунікації. Також існує ризик нерезультативного фінансування такої діяльності. Адже, на сьогоднішній день, через постійні проблеми захисту персональних даних, усе складніше стає отримати бажану інформацію. Також слід зауважити, що неправильно обрана цільова аудиторія, також може стати причиною для витрат.

За результатами досліджень компанії «Factum Group Ukraine», що були проведені на замовлення Інтернет Асоціації України, станом на березень 2016 р. кількість українців віком старше 15 років, що користуються Інтернетом один раз на місяць і частіше, становить 62 % або 22,8 млн чоловік [1]. Найбільша частина з них – це вікові категорії 15–29 та 30–44 років, кожна з яких становить 36 % усіх користувачів Інтернету. Саме тому все більше українських компаній виокремлюють у комунікаційному бюджеті активність у соціальних мережах [2].

Необхідність підвищення результативності підприємства напряму залежить від здатності підприємства швидко адаптуватись до умов зовнішнього середовища. Світовий досвід розвитку маркетингу доводить, що соціальний маркетинг є рушійною силою розвитку економіки. За умови правильного використання усіх інструментів інтернет маркетингу, він може дати неймовірну віддачу, яка може залишитись до довготривалий період.

Список використаних інформаційних джерел

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Филип Котлер. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2006. – 464 с.
2. 100 инструментов SMM-продвижения [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cmsmagazine.ru/library/items/internet-marketing/smm-100-instruments-topromote/>. – Назва з екрана.

3. Дослідження інтернет-аудиторії України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.inau.org.ua/analyticsvuuq.phtml>. – Назва з екрана.

ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ КАК КАНАЛ СБЫТА ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

*Н. А. Гаркуша, студент группы Кс-21, специальность
Коммерческая деятельность*

*С. П. Гурская, к. э. н., доцент, доцент кафедры коммерции и
логистики – научный руководитель
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»*

Повышение конкурентоспособности на потребительском рынке требует от промышленных предприятий большой экономической самостоятельности, возможностей проведения ими различных производственных, сбытовых и коммерческих маневров для оперативного реагирования на изменения общественных и индивидуальных потребностей различных слоев населения. Для эффективной работы промышленности большое значение имеет создание сети фирменных магазинов. Организация работы фирменной торговли и ее совершенствование в современных условиях получают дальнейшее исследование и развитие.

В настоящее время регулирование фирменной торговли в Республике Беларусь осуществляется рядом нормативных актов [1–3].

Фирменным магазином считается торговая организация или торговый объект организации, учредителем (ями) которого является субъект хозяйствования любой формы собственности и ведомственной принадлежности, выпускающий товары (продукцию). Он может иметь статус юридического лица или являться структурным подразделением предприятия (объединения) [2, 3].

В соответствии с Типовым положением о фирменном магазине предприятия (объединения) фирменным магазином считается розничный торговый объект:

– имеющий в ассортименте и объеме реализации удельный вес продукции учредителя фирменного магазина, а также других предприятий, вырабатывающих аналогичный ассортимент това-

ров, не менее 75 % – для непродовольственных магазинов и не менее 50 % – для продовольственных магазинов;

– осуществляющий продажу сопутствующих и комплектующих изделий к реализуемым товарам;

– расположенный в специально оборудованном помещении, отвечающем требованиям санитарных норм и правил (СНиП) для розничной торговли, с площадью торгового зала не менее 100 м². [4].

Необходимо отметить, что развитие сети фирменной в Республике Беларусь в последние годы существенно активизировалось, о чем свидетельствуют статические данные, характеризующие состояние фирменной торговли (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели развития фирменной торговли Республики Беларусь за 2010–2018 гг.

Показатель	Год			Изменение (+, –)
	2010	2015	2018	
1	2	3	4	5
Число магазинов фирменной торговли, единиц	667	1 124	1 889	1 222
Торговая площадь магазинов фирменной торговли, тыс. м ²	83,1	164,7	251,0	167,9
Средняя торговая площадь фирменного магазина, м ²	124,6	146,5	133	8,4
Удельный вес магазинов фирменной торговли в общем числе магазинов, %	1,7	2,3	3,2	1,5
Удельный вес торговой площади магазинов фирменной торговли в общей торговой площади магазинов, %	2,2	3,1	4,7	2,5
Удельный вес розничного товарооборота фирменной торговли в розничном товарообороте организаций торговли, %	3,7	3,4	4,1	0,4
Структура розничного товарооборота фирменной торговли, % в том числе:	100	100	100	–
продовольственные товары	60,6	50,0	38,9	–21,7
непродовольственные товары	39,4	50,0	61,1	21,7

1	2	3	4	5
Розничный товарооборот по формам собственности, %	100	100	100	–
государственная форма собственности	22,8	7,0	5,2	–17,6
частная форма собственности	76,8	88,0	83,3	6,5
иностранная форма собственности	0,4	5,0	11,5	11,1

Примечание. Источник: [4, с. 129–130].

Сегодня в странах СНГ и дальнего зарубежья белорусскими промышленными предприятиями открыто более 600 дилерских представительств и сервисных центров, что способствует увеличению внешнеторгового оборота республики.

Важное условие повышения эффективности работы фирменных магазинов – совершенствование торгово-технологического процесса в них. Решение этого вопроса во многом зависит от совершенствования планировки торговых залов и рационального размещения торговой мебели и оборудования. Существенные резервы в повышении эффективности работы фирменных магазинов заключается в применении прогрессивных методов розничной продажи (самообслуживания, продажи по образцам, индивидуального обслуживания) и современных технологий продаж, прежде всего, мерчандайзинга, франчайзинга, а также открытия интернет-магазинов.

Для интенсификации развития сети фирменной торговли следует активизировать открытие фирменных магазинов, причем не только моно, но и мультибрендовых магазинов в составе торговых центров. За счет этого будет получен не только экономический, но и социальный эффект.

Таким образом, с точки зрения маркетинга фирменную торговлю следует рассматривать как способ продвижения на рынок фирменных товаров, включающий элементы и приемы рекламы, сбыта, розничной торговли, прямой продажи и других средств (выставки, фирменный стиль, упаковка).

Список использованных информационных источников

1. О государственном регулировании торговли и общественно-го питания в Республике Беларусь : Закон Республики Беларусь от 08.01.2014 г. № 128-3 // Консультант Плюс: Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ Беларусь. – Минск, 2018.
2. О развитии фирменной торговли : Указ Президента Респ. Беларусь от 20.03.1996 г. № 113 // КонсультантПлюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ Беларусь. – Минск, 2018.
3. Типовое положение о фирменном магазине предприятия (объединении) : Приказ Министерства торговли Республики Беларусь от 27.10.1998 № 138 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ Беларусь. – Минск, 2018.
4. Розничная, оптовая торговля и общественное питание в Республике Беларусь : стат. сборник. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2019. – 509 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВИЗУАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМЫ

О. В. Герасимчук, студентка группы Г-21,
специальность *Логистика*

О. А. Бурцева, ст. преподаватель кафедры маркетинга –
научный руководитель

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Несмотря на развитие цифровых технологий, их внедрения в рекламу, цвет, свет и форма по-прежнему играют ключевую роль в маркетинге, так как они первые «бросаются в глаза». Сначала человек видит картинку, а уже потом эффекты. Поэтому для создания эффективной рекламы даже в век цифровых технологий не стоит недооценивать и не брать во внимание особенности их восприятия.

В процессе развития человек открывает для себя различные принципы организации мира – ритм, симметрию, контраст, пропорции и т. п. Это порождает в его сознании устойчивые образы, сопровождаемые определенными эмоциями. Причем по

большей части этот процесс не является осознанным. И в этом ряду цвет – наиболее эффективный и экономичный способ привлечения внимания. Он может привлекать или отталкивать. Еще до того, как человек прочтет текст, цвет уже отложит информацию на уровне подсознания. Доказано, что правильное использование геометрии форм, цвета и света в рекламе делает ее наиболее убедительной и действенной [1].

Сильное эмоциональное воздействие определенных форм и цветовых сочетаний было замечено и освоено еще в глубокой древности. Цвет и форма целенаправленно использовались в психотерапевтических целях. Восприятие цвета и эмоциональное к нему отношение зависит главным образом от эмоционального состояния человека. Оказалось, что определенным эмоциональным состояниям человека соответствуют его устойчивые отношения к цвету, цветосочетаниям: одному цвету отдается предпочтение, другой не вызывает особых эмоций, третий вовсе отвергается [2].

Кроме того, цветовые приоритеты зависят и от половой принадлежности. Специальными исследованиями установлено, что кривая предпочтений в тонах значительно отличается у мужчин и женщин. Обычно женские предпочтения круто возрастают к устойчивому пику в районе красно-фиолетовых цветов и стремительно снижается в районе жёлто-зелёных оттенков, в то время как мужские предпочтения смещены в сторону сине-зелёных цветов. Другие исследования показали, что мужчины предпочитают глубокие насыщенные цвета, в то время как женщины – менее глубокие и бледные. Поэтому оптимизация цветового представления товара является одной из серьезных проблем, возникающих перед рекламистами при разработке брендов.

Психологи считают, что свет бросает вызов человеку, призывает его к действию. Оттенки освещения вызывают у него различные настроения. Сочетание различных осветительных элементов должно обеспечить такую игру света и тени, чтобы способствовать показу товара в более выгодном свете, и наоборот, ослабить восприятие наименее эффективных его атрибутов.

Занимаясь подготовкой плаката, буклета или другой печатной рекламы, очень важно хорошо продумать дизайн: правильно расположить текст, найти эффектную картинку и выбрать ту цветовую гамму, на фоне которой реклама товара будет восприниматься наилучшим образом.

Несмотря на различия во вкусах и предпочтениях людей, в большинстве случаев существуют определенные цветовые, световые и форменные сочетания, которые вызывают у человека отталкивающий эффект. Именно во избежание подобной реакции у потребителя от рекламы и стоит знать и использовать особенности восприятия цвета, света и форм при ее создании.

Очень любопытны данные относительно влияния цветовых и графических решений на эмоции человека. Принято считать, что вертикальные или горизонтальные прямые линии ассоциируются со спокойствием, ясностью и даже даже солидностью, а изогнутые – с изяществом и непринужденностью. Однако это справедливо только при определенных условиях. Например, чем чаще вертикальные и горизонтальные линии и чем контрастнее цвета, выбранные для их изображения, тем более неприятные ощущения они производят.

Незамысловатые и симметричные формы «прочитываются» гораздо быстрее других. Наиболее сложно воспринимаются фантастические, изощренные формы, лишенные явных ассоциаций. Они привлекают внимание, но способны вызвать непредсказуемое отношение.

Установлено, что символика отражения формы соответствует реальным ощущениям. Например, зигзагообразная линия передает впечатление резкого изменения, концентрации силы, быстрого высвобождения энергии. Так все народы графически изображают молнию. Несбалансированные формы вызывают ощущения дискомфорта, незавершенные формы человек стремится мысленно дорисовать, достроить.

Существует и ряд других особенностей восприятия. Так, при очень больших значениях стимула человек испытывает меньшие изменения в ощущениях, чем при небольших значениях. Иначе говоря, большое количество мелких рекламных объявлений, помещенных на одной странице в газете, окажется менее эффективным.

Таким образом, восприятие рекламы тесным образом связано с цветовым значением различных предметов и их форм, которые часто используются в рекламных материалах. Знание психологических особенностей воздействия и функционирования различных рекламных средств обеспечивает положительное влияние на потребителя. Для создания «грамотного» и запоминающегося образа товара или услуги рекламистам представляется

целесообразным уделить значительную долю внимания таким факторам, как: цвет рекламируемого объекта и его дизайн; фон для его размещения; пространственное расположение и освещенность.

Список использованных информационных источников

1. Байбардина, Т. Н. Психология восприятия цвета в рекламе: текст лекции для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева ; Белкоопсоюз, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации. – Гомель : БТЭУ, 2013. – 72 с.
2. Шуванов, В. И. Психология рекламы : учебное пособие по специальности 350700 «Реклама» / В. И. Шуванов. – Изд. 3-е. – Москва : Российский государственный торгово-экономический университет; Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 314, [1] с. – (Серия «Высшее образование»).
3. Психология цвета: теория и практика / Б. А. Базыма. – Санкт-Петербург : Речь, 2005. – 203, [1] с. – (Психологический практикум).

ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

Д. М. Еренштейн, студентка групи ТП 2-19м, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

В. А. Стеценко, к. е. н., доцент кафедри маркетингу Вищій навчальний заклад «Національний університет харчових технологій»

Конкурентні переваги підприємства – це особливості підприємства, які воно може та повинне показувати споживачу. Підвищити рівень таких конкурентних переваг та продемонструвати їх споживачу підприємство може завдяки різним методам просування своїх товарів чи послуг.

Нині ритейл все більше уваги приділяє не лише розвитку власного підприємства, а й просуванню його через різні соціальні мережі. А деякі торговельні підприємства взагалі відмовляються від, вже не таких актуальних, стаціонарних магазинів та навіть сайтів на користь магазинів-сторінок у соціальних мережах.

Одними з найбільш популярних в Україні соціальних мереж, які використовуються для просування товарів та послуг, є Instagram та Facebook. Обидві соціальні мережі належать одній компанії «Facebook», яка має дуже зручний та актуальний рекламний кабінет, з якого можна просувати товари, послуги та сторінку в цілому. Такий рекламний кабінет має назву «AdsManager».

«AdsManager» може як просувати існуючі пости з товарами та послугами на сторінці, так і створювати окремі рекламні пости, які не можна побачити в стрічці магазину.

Основна перевага «AdsManager», як одного з найкращих рекламних інструментів, в можливості максимально точно налаштувати таргетинг. Це допомагає витратити кошти на рекламу своєї продукції саме на цільову аудиторію з конкретними інтересами, місцем проживання та, наприклад, віком.

Така точна реклама нашоухує на думки, що Facebook «знає» занадто багато про свого клієнта. А отже, його особиста інформація може бути не такою конфіденційною, як йому здається.

Тому в 2018 році в Європейському союзі вступив в силу Генеральний регламент про захист персональних даних кожного громадянина Європейського союзу. Що також вплинуло і на Facebook та його можливості налаштування таргетингу.

На сьогоднішній день до забороненого контенту «AdsManager» належать:

- незаконні(нелегальні) товари та послуги;
- табачні вироби;
- наркотичні речовини та пов'язані з ними продукти;
- небезпечні добавки;
- зброю, боеприпаси та вибухові речовини;
- засоби для спостереження;
- кредити до зарплатні, авансові платежі та заставні операції;
- підроблені документи;
- продаж кузовних деталей.

До обмеженого контенту належать такі товари та послуги:

- алкоголь;
- знайомства;
- азартні ігри на справжні гроші;

- регіональні лотереї;
- Інтернет-аптеки;
- просування безрецептурних ліків;
- фінансові та страхові продукти та послуги;
- об'яви про соціальні проблеми, вибори та політику;
- продукти та послуги криптовалюти;
- лікування наркоманії та алкоголізму;
- продукти та плани для втрати ваги [1].

Причини, чому варто розміщувати рекламу через «AdsManager»:

- велика кількість користувачів соціальних мереж «Facebook» та «Instagram»;
- розміщувати рекламу може кожна людина;
- зручні налаштування;
- адаптація реклами під конкретні цілі;
- прості рішення для реклами: просування публікацій, реклама сторінки, реклама сайту, просування кнопки заклику до дії;
- складні рішення для реклами: генерація лідів, конверсія, впізнаваність бренду;
- раціональні витрати бюджету;
- можливості таргетингу;
- аналітика результатів;
- стрімкий розвиток Facebook [2].

Отже, сучасному споживачу необхідно презентувати товари та послуги найновішими та актуальними засобами, одним з яких є «AdsManager» і таким чином підвищувати рівень конкурентних переваг. Не дивлячись на те, що це не дуже легкий інструмент, навчившись ним користуватись, комерсант може витратити невеликі бюджети на рекламу та отримувати більше клієнтів сидючи за комп'ютером.

Список використаних інформаційних джерел

1. Правила рекламной деятельности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/policies/ads>. – Назва з екрана.
2. Почему стоит размещать рекламу на Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/business/help/205029060038706>. – Назва з екрана.

КОНЦЕПЦІЯ ЗЕЛЕНОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РИНКУ

*Ю. А. Мусянчук, студентка групи МО-31д, спеціальність
Менеджмент*

*Г. О. Пчелянська, к. е. н., доцент, доцент кафедри
маркетингу – науковий керівник*

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

У сучасному світі дедалі частіше постають питання, пов'язані з екологією. Внаслідок загострення глобальних екологічних проблем все більше людей починає усвідомлювати, якої шкоди завдає навколишньому середовищу внаслідок їхньої діяльності. Не минула дана проблема і сферу бізнесу, що викликало появу концепцій екологічного (зеленого) маркетингу.

Уперше даний термін був використаний Американською асоціацією маркетингу (АМА) в 1975 році. Порушення рівноваги навколишнього середовища, підвищення рівня екологічної культури та освіти, наявність потреб в екологічній продукції, розвиток технічних засобів, що сприяють впровадженню екологічно орієнтованого виробництва, – це ті основні чинники, що сприяли виникненню концепції зеленого маркетингу.

Зелений маркетинг – вид маркетингу, що орієнтується на задоволенні екологічно орієнтованих потреб споживачів, стимулюванні попиту на екологічні товари, безпечні у виробництві, споживанні та переробці, розповсюдженні раціонального, обдуманого споживання.

Жаклін Оттман зазначає, що екологічний маркетинг – це вся господарська діяльність підприємства, спрямована на виробництво екологічно орієнтованої продукції, формування попиту на цю продукцію, приведення всіх ресурсів підприємства у відповідність до вимог і можливостей ринку без нанесення шкоди навколишньому середовищу.

Дана концепція є досить новою, але вона стрімко розвивається, адже суспільство стає все більш проінформованим у сфері екологічних проблем, дедалі частіше задумується над майбутнім нашої планети і над тим, яке середовище ми залишимо для життя майбутнього покоління.

Екологічний маркетинг поєднує у собі три важливі аспекти: забезпечення попиту на екологічні товари та послуги, сприяння збереженню довкілля та підтримка прибутковості суб'єктів господарювання.

В умовах сучасної ринкової економіки більш значною є мотивація споживачів до покупки екологічної продукції, а отже особливого значення набуває комунікативна політика в екологічному маркетингу, яка має бути спрямована на: інформування споживачів та суспільства про екологічні властивості продуктів (послуг), їх упаковку, про екологічні пріоритети та рівень екологічності діяльності підприємства та формування на цій основі відповідного іміджу; формування у споживачів системи знань про екологічну безпеку продукції, відповідні системи сертифікації та безпеки, наявність та можливості екологічного маркування, екологізація суспільної свідомості; пропагування споживання екологічно сприятливих та нейтральних товарів та мінімізація споживання екологічно несприятливих, тобто екологізація попиту [1].

Більшого поширення концепція зеленого маркетингу набула у розвинутіших країнах. Так як рівень економіки у таких країнах набагато вищий, як наслідок вищий рівень забезпеченості. Люди більше піклуватися про те, якої саме якості товари вони споживають. Зростає попит на органічні еко-товари, більше уваги приділяється тому як виробляється продукція, яке у неї пакування, чи не несе шкоди даний товару здоров'ю та екології.

Останнім часом, багато світових компаній підтримують екологічну концепцію, відмовляючись від використання пластику, хутра та шкіри тварин, віддають перевагу натуральним матеріалам, використовують альтернативних джерел енергії, зменшують негативні викиди залишків виробництва.

Так, з 2009 року жоден продукт компанія Apple не містить таких токсичних речовин, як полівінілхлориди, бром антипірени, миш'як та ртуть. ZARA до 2020 року зобов'язалася виключити зі своїх виробничих процесів всі токсичні хімікати. Компанія LG Electronics оголосила про наміри виключити використання у виробництві галогенів, що шкідливо впливають на ендокринну систему людини, а також сурми. [2] На ринку з'являється багато нових торгових марок, що пропонують споживачам екопродукцію. До них відносяться такі бреди як оливкова олія Anthropologic, парфумерія L'Occitane, спортивний одяг Patagonia тощо.

Проаналізувавши дану проблему можемо зробити такі висновки: Концепція зеленого маркетингу набуває все більшого розповсюдження, внаслідок більшої проінформованості суспільства щодо екологічних проблем. Все більше компаній і великих

підприємства дбають про захист навколишнього середовища і стають екологічно орієнтованими.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сусід Ю. І. Сутність та необхідність екологічного маркетингу в сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс] / Ю. Сусід // Економіка інноваційної діяльності підприємств. – Режим доступу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/11093/1/NRMSE2018_V3_P301-302.pdf. – Назва з екрана.
2. Дайновський Ю. А. Ефективні прийоми зеленого брендингу / Ю. А. Дайновський, Л. К. Гліненко // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С. З. Гжицького. – 2014. – № 1 (58). – Т. 16. – Ч. 1. – С. 151–156.
3. Тендюк А. О. Методичний підхід до впровадження екологічного маркетингу на мезо- та мікрорівнях [Електронний ресурс] / А. О. Тендюк // Ефективна економіка. – 2013. – № 4. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_4_40. – Назва з екрана.
4. Пчелянська Г. О. «Зелений маркетинг» на ринку органічної продукції в умовах євроінтеграції / Г. О. Пчелянська // Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України : зб. наукових праць VI Міжнародної науково-практичної конференції. – Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. – Ч. 3. – С. 126–155.

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ХАРАКТЕРНЫЙ ПРИЗНАК СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

А. С. Писарева, студент группы ГБ-11, специальность
Бухгалтерский учёт, анализ и аудит (по направлениям)

А. В. Кравченко, м. э. н. – научный руководитель
Учреждение образования «Белорусский государственный университет транспорта»

Неотъемлемой характеристикой современного мира является высокая скорость изменений во всех сферах экономической, политической и социальной жизни общества, связанных с появлением и внедрением новейших технологий.

Еще в 1997 году Европейская комиссия официально зафиксировала наступление эры сетевой экономики (*networked economy*, *e-экономика*), определив ее как среду, «в которой любая ком-

пания или индивид, находящиеся в любой точке экономической системы, могут контактировать легко и с минимальными затратами с любой другой компанией или индивидом по поводу совместной работы, для торговли, для обмена идеями и ноу-хау или просто для удовольствия».

Практика и научные исследования подтверждают, что для поколений, которые находятся в активной потребительской фазе жизненного цикла, интернет-общение стало неотъемлемой частью социальной жизни. Можно с уверенностью констатировать, что нынешний этап – развития веб-технологий и Web 2.0 – дал недоступные ранее возможности пользователям интернета и вывел коммуникации и совместную деятельность в данной среде на новый уровень. Отметим, что термин Web 2.0 обозначает второе поколение сетевых сервисов, которые дают пользователям возможность не только получать информацию из интернета, но и самостоятельно размещать в сети текстовую и медиа-информацию, организовывать сообщества и даже совместно работать. Ранее подобное было доступно только специалистам, владеющим специальными знаниями и инструментами.

Следовательно, учитывать современные реалии «социального интернета» и находить наилучшие возможности построения эффективных коммуникаций в этой среде со своими потребителями, создавать лояльные бренду сообщества – насущная задача маркетологов. Современные стратегии развития и продвижения бренда в интернете в той или иной степени включают инструменты «маркетинга в социальных медиа» (далее SMM).

«SocialMediaMarketing», SMM – коммуникации, «маркетинг в социальных медиа» – используется для привлечения на сайт компании посетителей из среды социальных сетей. Но позиционирование на этих площадках и методы продвижения в них имеют ряд особенностей. Хотя этот рынок уже развивается давно, все же он по-прежнему остается недостаточно изученным. Иногда появляются новые инструменты, которые способны поменять процесс продвижения в соцсетях. Согласимся с мнениями о том, что SMM – маркетинг стал действительно инновационным решением в современных условиях широкого распространения социальных сетей, однако воздержимся от его абсолютизации и революционном отрицании «старого» маркетинга.

В данном случае будем рассматривать SocialMediaMarketing как стратегию и тактику продвижения бренда, товаров, услуг,

идей и управления им в среде интернета с помощью социальных медиа. На наш взгляд, преимуществами SMM – маркетинга перед традиционными инструментами являются:

Возможность индивидуализации коммуникации, ее точечность и адресность, то есть вероятность быть ближе к наиболее адекватной целевой аудитории.

Относительно недорогая стоимость контакта.

Быстрое проникновение в целевую аудиторию.

Глубокий таргетинг. Можно выделить целевую аудиторию, персонализировать пользователей, изучить реальных клиентов, их личные и профессиональные предпочтения и сфокусировать рекламную кампанию на конкретном сегменте.

Интерактив. Возможность оперативно реагировать на вопросы и отклики посетителей, поддерживать необходимый диалог.

Распространение информации по принципу «сарафанного радио». Главная задача при работе с социальными группами в сетях – создать такой контент, который будет распространяться людьми самостоятельно, без дополнительных усилий со стороны инициаторов сообщений.

Не рекламный формат сообщений. Создание атмосферы доверия и объективности благодаря распространению информации через самих потребителей и лидеров мнений. Ведь считается, что информация, переданная от одного пользователя другому в соцсети сравнима с личной рекомендацией человеком своим друзьям, а значит, к такому сообщению будет больше доверия.

Возможность оперативного управления и внесение необходимых корректировок в маркетинговую тактику, минимизации нанесенного ущерба.

SMM – маркетинг позволяет достигать такие традиционные коммуникационные цели, как увеличение узнаваемости бренда, знаний о продуктах и услугах, идеях и повышение уровня вовлеченности аудитории. Также активно используется в реализации PR-стратегии.

С помощью SMM-инструментов можно стимулировать рост продаж, решая трейд-маркетинговые задачи:

- Донести уникальное предложения до нужной целевой аудитории;
- Анонсировать новую продукцию, акции и скидки;
- Поддерживать обратную связь с клиентами и лояльной к бренду аудиторией;

– Проводить маркетинговые мероприятия, направленные на поддержку партнёрских сетей и увеличение сбыта.

Нельзя сказать, что продвижение в интернете будет одинаково эффективно для различных игроков бизнеса и что можно использовать любые инструменты. Поэтому необходим выбор правильной стратегии SMM-компании и оценка ее возможностей и результатов. Стоит выделить отдельные категории, где будет эффективным применение продвижения в соцсетях: крупный бизнес; средний и малый бизнес; интернет-сектор; сектор B2B.

В заключение можно сделать вывод, что SMM – маркетинг является одним из адекватных инструментов комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций при продвижении брендов, товаров, услуг, идей и т. п. в условиях современной сетевой среды.

Список использованных информационных источников

1. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Л. А. Данченко, С. В. Мхитарян, П. Ю. Невоструев и др. ; под общ. ред. Л. А. Данченко. – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 288 с.
2. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2017.

ГРУППЫ И МЕТОДЫ НЕЙРОМАРКЕТИНГА

***В. С. Рогачёва, студентка группы ГЭ-11, специальность
Бухгалтерский учёт, анализ и аудит***

***С. Л. Шатров, к. э. н, доцент, зав. кафедрой «Бухгалтерский
учёт, анализ и аудит» – научный руководитель
Учреждение образования «Белорусский государственный
университет транспорта»***

Растущий интерес к маркетинговым нейросканирующим технологиям при одновременном возникновении подобных проблем и опасений накладывает ряд ограничений в их применении, которые преимущественно являются результатом отсутствия правового поля, регулирующего применение нейросканирующих технологий в коммерческих целях, что является существенным препятствием в реализации концепции нейромаркетинга. Научное и маркетинговое сообщество выражает недоверие к нейромаркетинговым исследованиям. В действитель-

ности, это может быть обусловлено, в первую очередь, тем, что последние достижения в области нейротехнологий выявили дефицит этических принципов: исследования психической деятельности человека являются персонифицированными в сравнении с классическими маркетинговыми исследованиями.

Сегодня профессиональный нейромаркетинговый подход может на физиологическом уровне восприятия и обработки информации упростить и улучшить замечаемость, ассоциативность и запоминаемость стимулов, сделать выше вероятность принятия положительного решения о покупке. Необходимо заметить, что описанные возможности нейромаркетинга приобретают все большую практическую ценность для коммерческих предприятий, особенно в условиях сложившейся жесткой конкурентной борьбы. Учитывая данное обстоятельство, можно предложить концептуальный подход к практическому применению методов нейромаркетинга.

Нейромаркетинг условно можно разделить на две группы.

1. Предпродажный нейромаркетинг, который включает исследования фокус-групп, направленные на определение реакции потенциального потребителя. Eye-tracking применяют для исследований реакции посетителя сайта, читателя журнала, покупателя товаров предварительного выбора и повседневного спроса, для улучшения дизайна торговой площадки или сайта, а также для оценки мерчандайзинга и организации торговых пространств.

2. Продажный нейромаркетинг предусматривает сенсорный подход, который воздействует на потребителя через зрение (цвет и форма), обоняние и звук. Материальные компоненты торгового сервиса включают в себя физический комфорт (температура, музыка, запах и др.), освещение зала и дизайн, уровень профессионального этикета и этики, чистоту помещений, наличие рекламы на месте продажи, методы продажи. Для полного физиологического комфорта потребителя учитывают такие детали, как температура воздуха и вентиляция. Именно нейромаркетинговые технологии в области розничных продаж дают возможность повысить как объем продаваемых товаров, так и время, которое потребитель тратит на посещение магазина.

Использование аромамаркетинга приобрело у ритейлеров особую популярность, т. к. эффективность использования доказаны, а стоимость технической составляющей не слишком высока.

Подобного рода оборудование могут позволить себе не только гипер- и супермаркеты, но и торговые предприятия среднего уровня.

Следует отметить, что практическая реализация единой концепции ритейл-брендинга возможна только при проведении целого ряда мероприятий. Особенность ритейл-брендинга заключается в том, что бренд в ритейле – это образ физического места для совершения покупок. Торговые предприятия становятся продуктом, товаром и составляют огромную конкурентную среду. В связи с этим они вполне могут и должны формироваться как ритейл-бренды. Коммуникации бренда торговых предприятий выражаются как в традиционных носителях графики, так и в самих объектах архитектуры: на фасадах, в торговых залах магазинов, в зонах рекреации, в оформлении офисов продаж, торговых центров. Поэтому процесс ритейл-брендинга требует особой технологии, сочетающей работы из разных областей.

Маркетинг отвечает за изучение места расположения объекта, конкурентного окружения, а также за определение целевой аудитории и разработку позиционирования бренда. Это необходимо для построения концепции объекта ритейла.

Дизайн отвечает за следующий этап ритейл-брендинга – разработку комплекса коммуникаций бренда: название, элементы фирменного стиля. Особенность создания фирменного стиля в ритейле реализуется средствами наружной рекламы на фасадах, в интерьерах, системах навигации. Поэтому в ритейл-брендинге необходимо предусматривать наличие элементов бренда в экстерьере и интерьере объекта ритейла.

Ритейл-брендинг требует не только маркетинговых и графических разработок, но и их технической реализации. Создается общая концепция оформления и основных стилевых решений объекта ритейла, далее разрабатывается дизайн-проект.

Важный этап ритейл-брендинга – разработка брендбука и ритейлбука. Ритейлбук представляет собой сочетание всех элементов и стандартов оформления объекта ритейла, правил работы с ними, инструмент для быстрого и эффективного открытия новых объектов.

Ритейл-брендинг как профессиональный комплексный подход, способствующий созданию бренда в ритейле, требует глубоких знаний в области маркетинга, нейромаркетинга, психологии, социологии, филологии, графического дизайнера, а также в

области дизайна интерьеров, архитектуры, технологий строительства, наружной рекламы.

По мнению современных практиков в области маркетинга, данная концепция предлагает возможность эмоционального обращения к целевой группе, что дает прекрасные взаимовыгодные результаты.

Концепция ритейл-брендинга и методы нейромаркетинга в Беларуси только начинают развиваться. Но развитие нейромаркетинга довольно серьезно тормозится высокой стоимостью услуг компаний, предоставляющих разработки брендов для розничной сети.

Являясь инновационной технологией продаж практически любых групп товаров, эффективного взаимодействия производителя и потребителя, нейромаркетинг имеет серьезные перспективы в торговом сервисе.

Список использованных информационных источников

1. Домарева, Е. В. Становление концепции нейромаркетинга. Перспективы и проблемы развития [Электронный ресурс] / Е. В. Домарева // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XXIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 2(29). – URL: [http://sibac.info/archive/economy/2\(29\).pdf](http://sibac.info/archive/economy/2(29).pdf) (дата доступа: 11.11.2019). – Название с экрана.
2. Розанова, И. Нейромаркетинг: ориентация на покупателя или способ залезть в душу? [Электронный ресурс] / И. Розанова. – Режим доступа: <http://rosinvest.com/page/nejromarketing-orientacija-na-pokupatelja-ili-sposob-zalez-t-v-dushu> (дата доступа: 10.11.2019). – Название с экрана.

ПОТРЕБИТЕЛЬ БУДУЩЕГО

Т. В. Сазоненко, студентка группы ГБ-11, специальность Бухгалтерский учёт, анализ и аудит (по направлениям)

А. В. Кравченко, м. э. н., ст. преподаватель кафедры «Бухгалтерский учёт, анализ и аудит» – научный руководитель

Учреждение образования «Белорусский государственный университет транспорта»

Потребитель – гражданин, имеющий намерения заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или исполь-

зующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Вся мировая экономика построена на том принципе, что конечным звеном в цепочке деньги-товар-деньги, как правило, является именно рядовой потребитель, поскольку именно на его удовлетворение естественных нужд и потребностей работают все отрасли промышленности, индустрии услуг и развлечений всего мира, за исключением разве что военно-промышленного комплекса. Потребитель – это самое главное звено любой отрасли экономики. Любой производитель, лишившийся потребителя, обречен на банкротство. На основании этого, можно считать, что защита законных прав и интересов потребителя является одним из приоритетных направлений деятельности государства, а возможность предугадать его интересы – способствует экономической состоятельности производителя.

Существует четыре основных принципа формирования правильного представления о поведении потребителей:

- потребитель независим;
- мотивация и поведение потребителя постигаются с помощью исследований;
- поведение потребителей поддается воздействию;
- потребительское поведение социально законно.

Независимость будущего потребителя проявится в широте ассортиментного перечня, дающего возможность выбора. Потребитель будущего – это потребитель, требующий не просто выбора товара, а выбора среди высококачественной продукции. Данное условие приводит к высокой конкурентной борьбе производителей по критериям качества и соответствия ГОСТам, СТБ и прочим нормам.

Поведение потребителя будущего на рынке сформировано высокими доходами, заботой о здоровье, желанием развиваться умственно, физически. Психологическое поведение потребителя будущего направлено на достижение цели осуществление желаний.

Вместе с тем свобода потребителя основывается на ряде его прав, которые потребитель-будущего знает достаточно хорошо. Социальная законность прав потребителей служит гарантией всестороннего удовлетворения его потребностей. Обман, низкое качество товаров, отсутствие ответа на законные претензии,

оскорбления и другие действия представляют не что иное, как попрание законных прав и быстро распознаются потребителем будущего, а следовательно, искореняются, что приводит к необходимости изготовителя быть ответственным за поставляемую продукцию.

Поведение будущих потребителей находится под постоянным влиянием факторов социально-экономического, культурного, личного, психологического характера.

Культура определяет потребности и поведение человека. Человеческое поведение – вещь в основном приобретенная. Учитывая развитие общества, рост доли населения с высшим образованием и стремлением к знанию, потребитель будущего интеллигентен, корректен, но требователен.

Социальное положение. Потребитель будущего имеет разное положение, что приводит к необходимости производителя в познании психологии.

Покупатель будущего: хорошо разбирается в технологиях; любит «пощупать и почувствовать» товар, прежде чем его купить; ожидает получить интересные впечатления от посещения торговых центров.

Потребитель будущего при выборе товара изучает отзывы людей, при этом все чаще это происходит непосредственно возле товара в момент принятия решения о его покупке. Уже сейчас люди со смартфонами перед полкой в магазине – они ищут характеристики товаров и отзывы о них, чтобы решиться на покупку. Поэтому торговым объектам необходимо предусмотреть возможность извещения покупателя о мнении потребителей о товаре, например, в секторе расположения товаров установить планшеты, с помощью которых потребители смогут оставлять отзывы, служащие одновременно и для потребителя, и для торговой сети. При этом вторые смогут формировать заказ товаров исходя из отзывов потребителей и корректировать поставщиков и участников торгового процесса.

Потребитель будущего – это занятый потребитель, стремящийся к снижению временных затрат по приобретению повседневных товаров. Следовательно, в будущем будет активизированы интернет-заказы товаров повседневного спроса, предопределена возможность формирования бытовой корзины на установленный срок – день, неделю, выходные.

Таким образом, потребитель будущего:

- придерживается равенства человек-продукт;
- присущ эгоизм вместо коллективизма;
- его ценности «человек «к», а не «от»;
- идущий вперёд к цели;
- ищет лучшее место для себя сейчас (а не вообще);
- его ценности: частная жизнь на максимум своих возможностей;
- «мобильные» потребители ожидают возможность совмещения управления своими финансами с образом жизни;
- прекрасно разбирается в товарах и услугах, умеет выбирать;
- ищет в продуктах и услугах своё;
- предусматривает жизнь в кредит;
- рассматривает товар как средство изменения роли и социального статуса;
- не воспринимает навязывание;
- информационное смешение реальности и виртуальности;
- управление информацией как необходимость и удовольствие.

Список использованных информационных источников

1. Завьялов, П. С. Формула успеха: маркетинг / П. С. Завьялов, Е. В. Демидов. – Москва : Международные отношения, 2010. – 416 с.
2. Кошурникова, Ю. Е. Тенденции развития маркетинга в современной экономике [Электронный ресурс] / Ю. Е. Кошурникова // Вопросы экономики и управления : межвуз. сб. науч. тр. – Иркутск : Иркут. гос. ун-та, 2010. – Режим доступа: http://ellib.library.isu.ru/docs/economic/p2122-01_E16_10566.pdf (дата доступа: 10.11.2019). – Название с экрана.

POP-UP ФОРМАТ КАК НОВЫЙ БИЗНЕС-ТРЕНД

Ю. В. Шунькова, студентка группы ГЭ-11, специальность Бухгалтерский учёт, анализ и аудит (по направлениям)

С. Л. Шатров, к. э. н., доцент, доцент кафедры «Бухгалтерский учёт, анализ и аудит» – научный руководитель Учреждение образования «Белорусский государственный университет транспорта»

Pop-up или pop-up stores является одним из наиболее известных и современных форматов развития временной розничной

торговли. В переводе с английского рор-уп означает «неожиданно возникать» или «всплывающие магазины». Широкое распространение данный формат получил с 2000-х годов в Европе и США. Рор-уп формат подразумевает создание магазинов на довольно короткий срок от нескольких месяцев или недель до дней и даже часов. Развитие и воплощение таких идей принадлежит молодым фешн-дизайнерам, которые хотели продемонстрировать свои работы, но не имели достаточного количества средств на долгосрочную аренду. Впервые появился рор-уп магазин в Лос-Анджелесе в 1999 году и принадлежал он компании Vacant. В скором времени эту идею начали использовать и другие крупные компании, такие как, например, Tesla, Prada, Gucci, Samsung, Chanel и другие.

Рор-уп stores носят единичный характер и, как правило, после окончания срока действия такие магазины либо закрываются навсегда, либо переезжают в другое место. Рор-уп формат имеет свои определённые характерные черты и особенности.

Очень важным элементом является экстерьер. Чем необычнее и неожиданнее, тем лучше. Известным примером может служить созданный рор-уп магазин Adidas, представленный в виде коробки из-под кроссовок. А знаменитый французский дом моды Hermes, который занимается созданием дизайнерских шёлковых платков, открыл такой магазин в Гонконге прямо в ярком оранжевом грузовом контейнере.

Второй неотъемлемой чертой нового бизнес-тренда является неожиданная локация. Место может быть подобрано самым странным образом. Сеть модной одежды H&M, например, открыла свой магазин прямо на побережье Северного моря. А в Миннеаполисе одно креативное агентство Solve Advertising & Branding вынесло копию своего офиса прямо на улицу, где осуществляло работу по набору стажёров на лето.

Уникальная концепция – третья неотъемлемая черта рор-уп формата. В Торонто в 2018 году, к примеру, работал с 9 по 14 февраля необычный магазин Cioccolato's, здание которого и всё, что в нём находилось, включая мебель, посуду и даже пиццу, было из шоколада. Немалое внимание уделяется внутреннему виду и состоянию, т. е. интерьеру. Большой популярностью пользуется дом мод Louis Vuitton, представлявший дизайн гаванской коллекции, где можно было также приобрести всё необходимое для отдыха.

Pop-up формат очень удобен для продажи узкоспециализированных товаров, т. е. представлен оригинальными, уникальными и необычными товарами и услугами.

Неожиданный месседж – ещё одна незаменимая составляющая в новом бизнес-формате. Довольно интересным было появление магазина витаминов Fast Food Aid. Он был очень похож на аптеку, где продавались витамины для восполнения питательных веществ в зависимости от вида съеденного фастфуда.

Ажиотаж, пожалуй, является важным заключающим компонентом pop-up. Ведь на открытие таких магазинов часто приглашают различных звёзд, актёров, блогеров и других известных людей. Главной целью конечно же здесь является привлечение как можно большего числа клиентов и реклама своего товара или услуги.

В Лондоне, например, один известный ресторан pop-up формата The Picture House для рекламы своего заведения разрешил расплатиться посетителям постом в Instagram с хэштегом BirdsEyeInspirations.

Такой бизнес-формат помогает молодым бизнесменам с развитием собственного дела, способствует привлечению клиентов, установлению спроса на продукцию, её дальнейшему продвижению, позволяет создать имидж фирмы, а также сэкономить на аренде. Pop-up stores может также пригодиться уже известным брендам, который помогает быстрее сбыть продукт или распродать старую коллекцию.

Pop-up относительно недавно появился в Беларуси. Широкого применения он пока не нашёл. Но буквально в декабре 2018 года в Минске проходил Pop-up Store SofaClub – проект профессиональных дизайнеров одежды и аксессуаров. А 25 января этого года в Минске появился и исчез первый pop-up ресторан, который представлял собой йогурт-бар с барной стойкой с коктейлями и десятком столиков, сервированных для полноценного, но легкого и быстрого завтрака. «Мода на рестораны одного дня пришла из США, а сейчас такие заведения популярны по всему миру. В стиле pop-up может работать как ресторан домашней кухни, так и брендовый магазин, который буквально всплывает в неожиданном месте: на пляже или на Красной площади. Для такого заведения выбирают всегда необычную концепцию: в меню обычно одно, но очень яркое основное блюдо, вместо шеф-поваров – известные артисты или целое

движение «завтракать легко за регулярные завтраки». И в Беларуси рор-уп скоро станет бизнес-трендом № 1. Даже с учетом того, что в Республике Беларусь данный формат пока не обрёл достаточной популярности, но уже активно начинает развиваться. В нашей стране уже сегодня есть большое количество компаний, которые оказывают услуги по изготовлению рор-уп стендов, их рекламе и проведению выставок. У необычного формата розничной торговли очень хорошие перспективы, причём не только в Минске, но и в областных и других городах страны, ведь в ряде столичных торговых центров такие точки появляются всё чаще. Во-первых, рор-уп формат можно использовать в качестве маркетингового хода – рекламы. Так многие предприятия, уже закрепившиеся на рынке, смогут сбыть свою продукцию. Также привлекателен этот формат для фэшн-бизнеса, так как он предоставляет возможность расширить аудиторию, привлечь большее количество покупателей и сформировать у них определенный имидж бренда.

Список использованных информационных источников

1. Национальная платформа бизнеса Беларуси – 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://allminsk.biz/images/Platforma/2018/NPBB-2018-.pdf> (дата доступа: 29.10.2019). – Название с экрана.
2. Рор-уп формат. 7 слагаемых популярного бизнес-тренда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.1000ideas.ru/article/trendy/pop-up-format-7-slaeae-mykh-populyarnogo-biznes-trenda/> (дата доступа: 29.10.2019). – Название с экрана.
3. В Минске на полдня откроют ресторан в формате рор-уп [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blizko.by/notes/v-minske-na-poldnya-otkroyut-restoran-v-formate-pop-up/> (дата доступа: 29.03.2019). – Название с экрана.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБОСНОВАНИЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

*Д. М. Глушень, студентка группы Б-41, специальность
Бухгалтерский учет, анализ и аудит*

*А. В. Медведев, к. э. н., доцент, доцент кафедры
бухгалтерского учета – научный руководитель
Высшее учебное заведение «Белорусский торгово-
экономический университет потребительской кооперации»*

Разработка управленческих решений является важным связующим элементом в реализации управленческих функций. Решения, принимаемые высшим руководством организации, определяют эффективность ее деятельности и обеспечивают стабильность, устойчивость, поступательный характер развития и выживаемость в конкурентной среде.

Изучение механизма принятия управленческих решений в менеджменте, показывает, что в этой области научного знания существует ряд проблем требующих решения [1].

В современной экономике сложность управления организацией возрастает, так как «современную организацию отличают масштабы деятельности, ее отделение от непосредственного процесса производства или оказания услуг», «возросшая интеллектуализация управленческого труда», что определяет «необходимость высокого профессионального уровня управленца» [3]. Это приводит к тому, что принятие управленческих решений осуществляется руководителями всех уровней управления в кругу состояний повышенной напряженности, которые возникают в ответ на разнообразные экстремальные воздействия – стрессоры. Наиболее специфичными стрессорами являются: информационная перегрузка; фактор ответственности; информационная неопределенность; внутриличностные конфликты; межличностные конфликты; дефицит времени [2].

Так, фактор информационной перегрузки связан с тем, что руководителю сложно выбрать из огромного массива доступной ему информации релевантную информацию. Иногда, полагая, что выбранная им информация важна для принятия решения, руководитель может по различным причинам не учесть той, ко-

торая действительно была нужна для обоснованного принятия решения в конкретной ситуации.

Важнейшим фактором, влияющим на принятие управленческого решения в менеджменте, является фактор ответственности. Не каждый руководитель способен взять на себя ответственность за «непопулярные» управленческие решения.

Не менее важным фактором, влияющим на принятие решения, является информационная неопределенность, связанная с тем, что руководитель часто не обладает достаточным количеством информации для принятия решения или имеет большое количество противоречивой информации.

Внутриличностные конфликты обусловлены тем, что любая организация и ее подразделения – это коллектив различных людей с их личностными особенностями. Любой руководитель в организации «проявляется» в коллективе через принимаемые управленческие решения. И в своей деятельности любой руководитель в организации одновременно является и начальником, и членом коллектива, и подчиненным для вышестоящего руководителя, что побуждает его принимать управленческие решения с учетом этих обстоятельств.

Межличностные конфликты могут возникать как реакция подчиненных на принимаемые решения. Например, руководитель знает, что его подчиненный будет нервно воспринимать решение об изменении графика его работы. Значит, возникает угроза жалобы сотрудника вышестоящему руководству на действия начальника, которого будут ругать его перед коллегами, создавая напряжение в коллективе. Следовательно, в интересах дела нужно осуществить ряд мероприятий с тем, чтобы заставить подчиненного выполнить нужные действия. В менеджменте даже появилось такое направление работы как управление изменениями.

Проблема дефицита времени связана с тем, что руководители зачастую оказываются в ситуации, когда решение нужно было принять «еще вчера». Такая ситуация может возникнуть например тогда, когда старший начальник довел информацию о проблеме в самый последний момент.

Таким образом, можно считать, что эффективность менеджмента связана со многими факторами и, в первую очередь, с принятием необходимых управленческих решений, позволяющих организациям добиваться нужного уровня конкурентоспо-

собности на ринку. При цьому необхідно отметить, що сучасна практика менеджменту показує, що для прийняття ефективного управлінського рішення досвід і знання однієї людини бувають, як правило, недостатніми. Потрібно усвідомити, що тільки людина здатна приймати потрібні управлінські рішення. Внаслідок цього потрібно чітко розуміти всі особливості і проблеми прийняття управлінських рішень в менеджменті, а також враховувати індивідуальні характеристики менеджерів різного рівня управління, щоб забезпечити необхідну ефективність менеджменту в організації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Киселев А. А. Прийняття управлінських рішень: методологія і проблеми : монографія / А. А. Киселев. – Ярославль : Издат. дом ЯГТУ, 2016. – 200 с.
2. Карпов А. В. Психологія менеджменту / А. В. Карпов. – Москва : ГАРДАРИКИ, 2007. – 584 с.
3. Литвак Б. Г. Розробка управлінського рішення: підручник / Б. Г. Литвак. – 5-е изд., испр. і доп. – Москва : Изд-во «Дело», 2004. – 416 с.

КОНЦЕПТУАЛЬНА ОСНОВА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

А. В. Костерна, студентка групи 5МР, спеціальності
Менеджмент, Маркетинг

В. В. Шукліна, к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
маркетингу і туризму – науковий керівник
Херсонський національний технічний університет

В умовах трансформаційних змін кожне сучасне підприємство, стратегічною метою діяльності якого є успіх і розвиток, визнає той факт, що інновації за умови активного та ефективного їх використання є основою підвищення конкурентної здатності. Поява інформаційних і комунікаційних інновацій є результатом дуже складної творчої діяльності багатьох колективів учених, фахівців, організаторів виробництва, що забезпечують розвиток тих чи інших галузей промисловості і є основою підвищення досягнень економіки. Надійним підґрунтям для їх створення є інноваційний потенціал. Розвиваючи складові його структури, підприємство має можливість підвищувати якість ін-

формаційного забезпечення, безперервно удосконалювати і підтримувати життєвий цикл продукції, покращувати фінансовий стан, зміцнювати комунікаційні зв'язки. Тому питання концептуальної основи інформаційно-комунікаційного потенціалу, його особливостей формування і розвитку залишаються актуальними.

В науковій літературі відсутнє однозначне трактування поняття «інформаційно-комунікаційний потенціал» підприємства. І, як наслідок, відсутній єдиний підхід до тлумачення його концептуальної основи та змісту. В цілому, більшість авторів керуються ресурсним підходом, уявляючи його в структурі інноваційного потенціалу як сукупність відповідних ресурсів, виділяючи, серед інших, інформаційну і комунікаційну складові (рис. 1) [1–2]. Так, вчені Б. К. Лісін, В. М. Фрідлянов, О. С. Чмельова і Б. А. Патеєв визначають його як сукупність інформаційних, комунікаційних, техніко-технологічних, інтелектуальних, просторових, фінансових, організаційно-управлінських, правових та підприємницьких ресурсів, що утворюють єдину систему появи і розвитку в ній ідей, що забезпечують конкурентоспроможність кінцевої продукції або послуг відповідно до мети і стратегій підприємства.

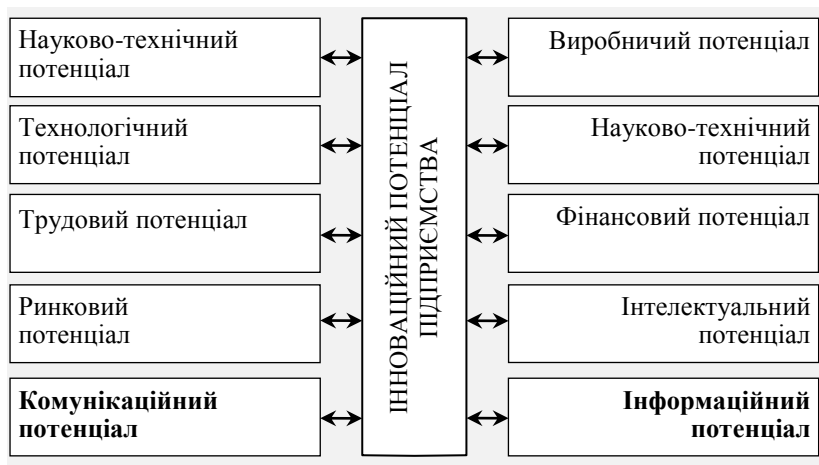


Рисунок 1 – Інформаційний і комунікаційний потенціал підприємства в структурі інноваційного

Інформація в умовах ринкової економіки стала ресурсом, який, крім того, сам по собі володіє цілим комплексом специфічних властивостей:

- не витрачається в процесі споживання,
- не обмежена споживанням.

Разом з тим ступінь налагодженості механізму в інформаційному просторі окремої фірми безпосередньо впливає на її виробничий і управлінський процеси. Крім цього, швидкість реакції на зовнішню інформацію і здатність ефективно і своєчасно її обробляти в короткий час дозволяють не тільки вижити, але і значно зміцнити свої позиції відносно конкурентів [3]. Тому інформаційний потенціал виражаються в оптимальності використання й швидкості проходження інформаційних потоків на підприємстві. За іншим підходом, інформаційний потенціал є однією із складових економічного потенціалу економіки підприємства, який займає особливе місце в розвитку та її інтеграції у бізнес-середовище. Відповідно, сутність інформаційного потенціалу визначається в наявних обсягах інформаційних ресурсів, інформаційної техніки і технологій та інших засобів і можливостей створювати, збирати, накопичувати, обробляти й використовувати різноманітні форми інформації для задоволення інформаційних потреб підприємства [3]. Інформаційний потенціал підприємства, на нашу думку, визначає сукупність якостей системи можливостей інформаційних ресурсів, які на основі систематичного аналізу зовнішнього середовища і процесів управління інформаційними потоками забезпечують обсяги інформації про поточний стан і передбачувані зміни та її цілеспрямований рух.

В управлінській ситуації останніх десятиріч відчувається величезний попит на інформацію і на комунікації, що зумовлюється діловими зв'язками, обмінами, глобалізацією конкуренції тощо [4–5]. Цей попит викликаний і підтримуваний значними змінами в самих інформаційних і комунікаційних потоках, в основі яких лежать основні сили: розширене використання комп'ютерної техніки, зниження ціни на передачу інформації, поєднання комп'ютерної техніки і телекомунікаційного обладнання. Отже концептуальною основою інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства слід вважати єдність організаційно-інформаційних можливостей і комунікаційних зв'язків, яка забезпечує прийняття управлінських рішень, впливає на характер виробництва, відображає рівень визначеності та ефективності взаємодії з елементами зовнішнього середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення : монографія / Н. Чухрай. – Львів : ВНУ «Львівська політехніка», 2002. – 316 с.
2. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком : навч. посіб. / С. М. Ілляшенко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми : ВТД «Університетська книга»; Київ : ВД «Княгиня Ольга», 2005. – 324 с.
3. Tokyo Declaration «Asia-Pacific Renaissance through ICT In the 21st Century», APT Asia-Pacific Summit on the Information Society, 31 October–2 November 2000, Tokyo. – URL : <http://www.aptsec.org/infosummit//Summit%20WEB/Declaration-SOMFinal.htm>
4. Социально-экономический потенциал устойчивого развития : учебник / под. ред. Л. Г. Мельника и проф. Л. Хенса. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2007. – 1120 с.
5. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. – Київ : КНЕУ, 2004. – 316 с.

КРЕАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

А. А. Новикова, студентка группы ГБ-11, специальность *Бухгалтерский учёт, анализ и аудит (по направлениям)*

А. В. Кравченко, м. э. н. ст. преподаватель кафедры *«Бухгалтерский учёт, анализ и аудит»* – научный руководитель

Учреждение образования *«Белорусский государственный университет транспорта»*

В современном мире уже сложно удивить потребителя новыми продуктами или услугами, разработать новые идеи или внедрить новую концепцию. Если в недалеком прошлом главным для руководства было четкое следование инструкциям, выполнение поставленного плана, то в современном мире, в условиях развития рыночной экономики, эти принципы не приводят к положительному финансовому результату, их недостаточно для выведения фирмы на новый уровень. На сегодняшний день руководитель, менеджер и другие работники должны не

только четко исполнять поставленные задачи, быть ответственными и организованным, но уметь принимать самостоятельные решения, быть инициативным и творческим.

Применение творческого подхода к управленческой деятельности произошло относительно недавно, но, несмотря на это, процесс его внедрения в деятельность компаний идет достаточно быстрыми темпами. Творчество стало неотъемлемой частью управления и, как результат, появился новый вид менеджмента, отвечающий за управление творческим процессом – так называемый «креативный менеджмент».

Креативный менеджмент – действенное управление структурами, процессами и ресурсами для заслуги данных целей с внедрением необычных (творческих) подходов. Целью креативного менеджмента является генерация новых идей и поиск новых решений для достижения успеха страны, фирмы и организации в различных областях.

Креативный менеджмент направлен на решение многих задач, стоящих перед субъектом:

- усовершенствование инструментов и методов менеджмента в процессе реализации основных функций управления предприятием: планирования, организации, мотивации, контроля;
- активизация и эффективное использование творческого потенциала управленческого персонала;
- разработка, адаптация и внедрение нестандартных, инновационных управленческих решений;
- подготовка рекомендаций по внедрению управленческих новаций в деятельности предприятий;
- комплексная оценка эффективности разрабатываемых и внедряемых креативных управленческих решений.

Особенностями креативной работы является то, что она требует внутренней мотивации человека, знаний и опыта и носит, в основном, командный характер.

В современных условиях инновационные идеи почти невозможно реализовать в одиночку, поэтому при разработке новых продуктов вместе работают специалисты разных областей: маркетологи, дизайнеры, технологи, инженеры, экономисты и даже потребители. На предприятиях из такого рода инноваторов создаются условные творческие группы.

Разработка креативных идей основана на непрерывном творческом процессе. По мнению многих авторов, существует несколько этапов творческого процесса:

1. Определение цели или выделение проблемы.
2. Подготовка к достижению цели, решению проблемы (сбор необходимой информации, ее анализ).
3. Поиск на основании имеющихся данных решения (рассмотрение стандартных решений).
4. Этап озарения, т. е. разработка нетривиального решения.
5. Верификация и оценка возможности применения разработанного решения.
6. Презентация, доведение результата до заинтересованных лиц.

Данные этапы свидетельствуют о том, что творческий процесс требует больших усилий и наличия достаточного времени для разработки инновационного решения. К сожалению, на предприятиях не всегда есть возможность располагать большим количеством времени, зачастую это недочет руководителя или иных лиц, которые не вовремя сообщили о необходимости разработки решения. Однако существуют ситуации, когда решения нужно принимать быстро не из-за чьей-то недобросовестной работы, тогда разработка креативного решения или идеи зависит от таланта и опыта менеджера или руководителя.

Исключительно важную роль в решении инновационных проблем и задач играют методы и технологии креативного мышления и креативного менеджмента для поиска новых идей. В практике креативного менеджмента широко используются общеизвестные эвристические, математические и комбинированные методы. Помимо них креативный менеджмент имеет специфические методы, которые можно объединить в три группы: методы психологической активизации мышления (мозговой штурм, обратная мозговая атака, аналогии, конференция идей); методы систематизированного поиска (списки контрольных вопросов, морфологический анализ, функциональный анализ, метод синтеза оптимальных форм); методы направленного поиска (функционально-стоимостной анализ, функционально-физический метод и т. д.).

Целесообразность применения того или иного метода зависит от сложности решаемой задачи.

Системы креативного менеджмента предприятий, разрабатывая и внедряя управленческие инновации, изменяют организационные структуры управления, бизнес-процессы, происходящие в организации, реализуются в новых алгоритмах и методах принятия и реализации управленческих решений, передаче определенных функций в аутсорсинг, повышении качества обслуживания клиентов, механизмах продвижения производимой продукции на рынок и др. В бесконечных кризисах, дедлайнах и падениях рынка ключевой движущей силой любого предприятия являются люди. С поправкой на действительность – люди с креативным или, иными словами, созидательным мышлением. Поэтому для развития творческого потенциала страны необходимо сосредоточиться на создании и реализации образовательных программ подготовки и переподготовки руководителей и управленческого персонала, развитии креативного мышления еще на стадии детских садов и школ. Развитие научных основ технического творчества, разработка методик активизации творческого процесса, обучение основам творчества стали необходимы на современном этапе развития.

Список использованных информационных источников

1. Горелов Н. А. Человеческие ресурсы в креативной экономике / Н. А. Горелов, О. Н. Литун, О. Н. Мельников // Креативная экономика. – 2007. – № 1. – С. 6–8.
2. Золотарева А. Ф., Степанов А.А., и др. Креативный класс и проблемы развития инновационных систем в экономике / А. Ф. Золотарева, А. А. Степанов, и др. – Москва : ООО «РПЦ Офорт», 2013. – 175 с.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК МЕТОД МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

***Н. Л. Савонік, студентка групи МЛ-19-1м,
спеціальність Менеджмент***

***О. В. Калініченко, к. е. н., доцент, доцент кафедри
менеджменту і адміністрування – науковий керівник
Вищій навчальний заклад «Криворізький національний
університет»***

Головними засобами успішного функціонування компанії є стратегія, структура і культура, направлені на отримання рин-

кових переваг і підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Корпоративна культура у системі управління підприємством має розглядатися як стратегічний інструмент, що дає змогу орієнтувати усі його підрозділи та усіх працівників на загальні цілі, підвищувати ініціативу персоналу, забезпечувати відданість загальній справі, полегшувати спілкування [1, с. 143]. Таким чином, корпоративна культура має велике значення для розвитку персоналу в організації.

Багато авторів присвятили свої розробки вивченню мотивації робітників та її ролі в корпоративній культурі. До таких авторів можна віднести роботи А. Маслоу, К. Безгіна, А. Г. Гончарука, І. М. Жогана, Л. М. Савчука, А. В. Полосіна, Т. А. Лапіної, І. Н. Іванова, В. В. Кирилюка, Н. А. Мула

Корпоративна культура – це система колективно поділених цінностей, переконань, традицій і норм поведінки працівників. Вона виражається в символічних засобах духовного і матеріального оточення людей, що працюють у даній організації [2, с. 49–51].

Основу корпоративної культури складають ті ідеї, погляди, основоположні цінності, які поділяються членами організації. Вони можуть бути абсолютно різними, в тому числі і в залежності від того, що лежить в основі: інтереси організації в цілому або інтереси її окремих членів. З цінностей впливає стиль поведінки, спілкування. Тому, основними перевагами корпоративної культури є лояльні та мотивовані співробітники, здорова обстановка в колективі та згуртована команда.

Основною метою управління персоналом корпорації є формування та мотивація кадрового потенціалу, яка полягає у забезпеченні здатності працівників ефективно розв'язувати складні завдання, пов'язані із швидкою зміною факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Одна з основних задач сучасного керівника – зробити роботу свого підприємства ефективною, а одним із важелів у досягненні такої цілі є створення відповідних умов для ефективної роботи персоналу. Важливо створити такі умови праці, щоб людина хотіла віддати всі свої сили, уміння, таланти задля того, щоб зробити свою компанію більш прогресивною, успішною.

Мотивацію можна визначити як звернення до цінностей особистості з метою їх підвищення, тому вона безпосередньо пов'язана з корпоративною культурою. Мотивація та трудова етика, зокрема ставлення до роботи і відповідальність за неї, якість роботи, оцінка роботи і винагорода, виділяються серед основних характеристик корпоративної культури.

Культура в організації може вивчатись через систему нагород та привілеїв, які переважно прив'язані до певних зразків поведінки, розставляючи для працівників пріоритети та основні акценти організаційних цінностей. Так само працює і система статусних позицій в організації, де розподіл привілеїв вказує на ролі та поведінку, які найбільш цінуються в ній. Принципи побудови системи стимулювання та її основна направленість мають підтримувати саме ту поведінку, те відношення до справи, ті норми та робочі результати, в яких знаходить найповніше вираження змісту корпоративної культури, що культивується та підтримується керівництвом. Непослідовність тут недопустима, оскільки навіть одноразове порушення встановлених принципів стимулювання приводить до стрімкого падіння довіри до корпоративної політики менеджера вищого рівня.

До компетенції вищого керівництва відноситься прийняття стратегічних рішень з розвитку персоналу. Робота по впровадженню цих рішень корпорації полягає в проведенні роз'яснювальної роботи щодо впровадження змін, виділенню на це достатніх ресурсів і часу для стимулювання працівників. Висока корпоративна культура особливо корисна при виникненні конфліктних ситуацій у трудовій сфері, а не тільки за часів мирного розвитку фірми. Саме при таких ситуаціях народжуються конструктивні і справедливі рішення. Тому ключовим фактором успіху при цьому є культура топ-менеджменту.

Мотивуючу роль корпоративна культура виконує тільки тоді, коли вона відображає справжню місію, цінності і цілі компанії, що розділяються співробітниками і підтримувані на всіх рівнях керівництва компанії. Існування невизнаних співробітникам чужих їм цінностей, норм і правил поведінки, що розходяться з реальною практикою життєдіяльності компанії та існуючих тільки на папері, належного стимулюючого ефекту не принесе.

Стимулювання у співробітників відчуття значущості своєї діяльності через соціально-економічну вагомість своєї компанії

може служити потужним імпульсом, що підвищить продуктивність їх праці в компанії.

Отже, сильна корпоративна культура ґрунтується на етичних принципах ведення бізнесу, моральних цінностях і соціальній відповідальності. Це передбачає турботу про персонал, відкритість та дотримання громадянської позиції. Задекларована корпоративна культура впроваджується і розвивається менеджерами вищого рівня за умови підтримки колективу, ефективної взаємодії формальних та неформальних лідерів. Розвиток корпоративної культури є важливим елементом реалізації ефективної корпоративної стратегії, діяльності стратегічних альянсів, організації ефективної командної праці, дотримання етики бізнесу, що має важливе соціально-економічне значення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. / В. О. Василенко. – Київ : Центр учбової л-ри, 2003. – 428 с.
2. Кремень В. Г. Філософія управління : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. Г. Кремень, С. М. Пазиніч, О. С. Пономарьов. – Київ : Знання України, 2007. – 360 с.

КОНФЛИКТ ПОКОЛЕНІЙ В ОРГАНІЗАЦІИ

Т. С. Хохлякова, студентка групи ГЭ-11(ГБ-11), спеціальність Бухгалтерський учёт, анализ и аудит (по направлениям)

С. Л. Шатров, к. э. н., доцент, заведующий кафедрой «Бухгалтерський учёт, анализ и аудит» – научный руководитель

Учреждение образования «Белорусский государственный университет транспорта»

Оптимизация кадрового состава позволяет не только обновить штаты за счёт привлечения новых молодых сотрудников, но и повысить производительность труда при сокращении численности. Однако при этом на предприятиях зачастую возникает конфликт, который может быть рассмотрен как один из аспектов конфликта поколений в организации. Данная проблема особенно актуальна в Беларуси, как в очередной раз подчеркнул

Александр Григорьевич Лукашенко на V Всебелорусском собрании:

«Омоложение кадрового состава управленцев, создание условий для проявления способностей молодого поколения являются важнейшим направлением организационной и идеологической работы Администрации Президента и всей вертикали власти».

Отмечается существование проблемы нехватки молодых кадров и в науке, основу которой составляют как раз люди предпенсионного и пенсионного возрастов. Не последнюю роль в усугублении данной ситуации сыграл стагнационный период 90-ых годов, который отразился и на мотивации молодых специалистов идти в науку. Отсюда и получается, что абсолютному большинству нынешних академиков и профессоров далеко за 50 лет. Данный «пустой период», характеризующийся почти полным отсутствием смены поколения в отрасли, как раз и стал одной из причин нынешней ситуации.

Для большего понимания сложившегося вопроса необходимо обратиться к теории.

Наиболее информативной и содержательной моделью, позволяющей глубже разобраться в рассматриваемом вопросе, является теория поколений, предложенная американскими учёными Уильямом Штраусом и Нилом Хоувом. В соответствии с этой теорией, рассматриваемой в разрезе стран СНГ, выделяются следующие поколения и некоторые присущие им качества:

1. Поколение бэби-бумеров (1943–1963) – оптимизм, карьерный и личностный рост, склонность к коллективизму и преобладание командного духа;

2. Поколение X (1963–1984) – готовность к изменениям, обладание технической грамотностью, индивидуализмом, стремление обучаться на протяжении всей жизни, неформальностью взглядов, прагматизм, вера только в собственные силы;

3. Поколение Y (1984–2000) – гражданский долг и мораль, ответственность, однако в то же время наивность и подчинение, нацеленность на немедленное вознаграждение;

4. Поколение Z (2000–...) – «безответственное поколение», массово стремящееся следовать последним модным тенденциям.

Политика по привлечению молодых кадров проводится как в научной сфере, так и на производстве.

Людей в предпенсионном и пенсионном возрастах стараются своевременно заменить на молодых специалистов. Однако нередко встречаются ситуации, когда молодые люди, в том числе вчерашние студенты, оказываются неуютны работодателям из-за отсутствия опыта работы в определённой сфере. В то же время заслуженные «ветераны труда» и не думают отходить на второй план дабы уступить место подрастающему поколению. Вот оно явное противоречие, конфликт поколений.

Действительно, всё не так просто. Пенсионеры не хотят покидать свои рабочие места и прикладывают значительные усилия для сохранения своих позиций, так как тот уровень жизни, который ожидает их на пенсии, вряд ли является пределом мечтаний. Поэтому, пока опытные специалисты держатся за свои места, молодых амбициозных работников будут весьма неохотно принимать на должности, несмотря на проводимую гласную политику. Таким образом, изложенная выше проблема может быть решена либо на государственном уровне, либо на уровне организации.

На уровне организации можно предложить следующее решение: сотрудники, проработавшие во благо организации длительный срок и не изъявляющие желания покидать свою должность, могут быть переведены на не ключевые роли, на которых они смогут выполнять менее ответственные поручения, а также, как вытекающее, могут быть приставлены менторами к молодым специалистам для передачи опыта и накопленных знаний. Таким образом, это возможность как для самих менторов остаться занятым в организации, так и отличный шанс у молодёжи перенять часть опыта у старших коллег.

Что касается государства, то тут вопрос стоит более открыто. Несомненно, правительство уже предпринимает некоторые меры по решению данного конфликта, например, увеличение пенсионного возраста, но в целом гораздо более эффективным путём было бы увеличение пенсионных пособий, ведь как уже неоднократно было подчёркнуто, пожилые люди не хотят уступать свои рабочие места, так как на те деньги, которые им положены после выхода на пенсию, с трудом можно прожить. Скорее, выжить. Всё это в очередной раз подчёркивает роль политики государства в качестве прямого фактора решения этого актуального вопроса.

Таким образом, именно своевременное и мудрое решение о смене поколений играет важную роль в выживании фирм и предприятий в условиях жёсткой конкуренции.

Список использованных информационных источников

1. Доклад Президента Республики Беларусь на V Всебелорусском народном собрании [Электронный ресурс]: Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. – 2016. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/news_ru/view/uchastie-v-pjatom-vsebelorusskom-narodnom-sobranii-13867/ (дата доступа: 14.11.2019). – Название с экрана.
2. Запесоцкий, А. С. Отцы и дети: проблемы взаимоотношений. Избранные лекции Университета № 4 / А. С. Запесоцкий – Санкт-Петербург : СПбГУП, 2014. – 36 с.
3. Цой, Л. Н. Конфликт поколений: устойчивость и развитие / Л. Н. Цой // Адлеровские чтения. Сборник материалов Республиканской конференции. – Альметьевск, 2006.

БЕЛАРУСЬ И ЕВРОСОЮЗ: СТАНОВЛЕНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ОТНОШЕНИЙ

*О. Диканева, студент группы ГБ-11, специальность
Бухгалтерский учет, анализ и аудит (по направлениям)*

*А. В. Кравченко, м. э. н., ст. преподаватель кафедры
«Бухгалтерский учет, анализ и аудит» – научный
руководитель*

*Учреждение образования «Белорусский государственный
университет транспорта»*

Европейский союз – это экономическое и политическое объединение 28 европейских государств. ЕС – международное образование, сочетающее признаки международной организации и государства.

С помощью стандартизированной системы законов, действующих во всех странах союза, был создан общий рынок, гарантирующий свободное передвижение людей, товаров, капитала и услуг.

С момента учреждения ЕС на территории всех государств-членов был создан единый рынок. На данный момент единую валюту – евро – которую используют большинство государств Союза, образуя еврозону.

Еще в 1962 году в меморандуме Европейского сообщества впервые было сказано о необходимости единой финансовой политики Европы, поэтому, в свою очередь, 1 января 1999 года – была введена единая европейская валюта для безналичных расчетов. И уже, в 2002 году евро вошло в наличное обращение. И до сих пор эту валюту используют 19 стран ЕС, ее упоминают во всех документах и пактах.

6 марта 1995 г. было подписано Соглашение о партнерстве и сотрудничестве между Республикой Беларусь и Европейским Союзом, определившее основные приоритеты взаимоотношений Беларуси и ЕС. Среди них, в частности:

– создание институциональной основы для политического диалога между сторонами, позволяющей развивать политические отношения;

– содействие взаимовыгодной торговле и вложению инвестиций, а также гармоничным экономическим отношениям между сторонами;

– обеспечение прочной основы для законодательного, экономического, социального, финансового, научно-технического и культурного сотрудничества;

– поддержка усилий Республики Беларусь по укреплению демократии и развитию экономики.

На политическом уровне ЕС неоднократно пытался оказать содействие преодолению политического кризиса в Белоруссии. В 1997 г. именно ЕС инициировал создание европейской тройки по Беларуси, а также выступил в качестве организатора внутриполитического диалога в республике.

В конце 2001 г. Европейским Союзом совместно с ОБСЕ и Советом Европы была разработана «Step-by-Step» в отношении Беларуси. Стратегия предусматривала постепенное улучшение отношений между Беларусью и ЕС в ходе встречных шагов. Республика Беларусь должна была обеспечить демократизацию избирательного процесса, создать условия для честных выборов, расширить полномочия парламента, улучшить ситуацию в области средств массовой информации, соблюдать основные права и свободу человека. Но «Stepby-Step» программа не работала.

В последующем был введен режим визовых санкций со стороны ЕС в отношении белорусского руководства вследствие проблем с деятельностью сотрудников Консультативно-наблюдательной миссии ОБСЕ в Минске, велись переговоры о развитии взаимоотношений.

Последующие усилия белорусской стороны по нормализации политического диалога с Европейским союзом позволили переломить негативные тенденции в отношениях с ЕС. В 2008 г. ЕС сняло на кратковременный срок визовые ограничения и сняло ряд запретов. В 2009 г. Президент Республики Беларусь принял участие в саммите инициативы «Восточное партнерство».

Важнейшей сферой сотрудничества между Белоруссией и Европейским Союзом является и торгово-экономическое взаимодействие. В целом внешнеторговые отношения между Республикой Беларусь и ЕС развиваются динамично, однако не отвечают имеющемуся у сторон потенциалу.

В последние годы наметилась положительная тенденция постепенного выравнивания взаимных товарных потоков главным образом за счет наращивания экспортных поставок белорусской продукции. Торговля с ЕС служит одним из основных источников поступлений в Беларусь твердой валюты, высоких технологий и кредитно-инвестиционных ресурсов, необходимых для

развития белорусской экономики. Но, несмотря на определенный прогресс, достигнутый в области торгово-экономического сотрудничества, применяемые Европейским Союзом нетарифные меры в отношении ряда белорусских товаров являются главным сдерживающим фактором для развития экспорта Республики Беларусь в страны-члены ЕС для полной загрузки имеющихся производственных мощностей предприятий Беларуси.

Использовании Белоруссией своего транзитного геополитического положения является одним из ключевых вопросов. Следует не забывать, что Республика Беларусь является транзитным коридором на пути в Европу, поэтому чтобы взаимоотношения между Республикой Беларусь и ЕС протекали активно и бесконфликтно со стороны России, Белоруссии необходимо обеспечить беспрепятственный транзит российских энергоносителей на европейские рынки. Стратегическое партнерство между ЕС и Россией будет развиваться, а Беларусь оказывается «ступенькой» качественно новых российско-европейских отношений. Поэтому успешное строительство взаимоотношений Беларуси с Европейским союзом требует обязательного учета взаимодействия России и ЕС. Беларусь вынуждена адаптироваться к этой стратегии, но при этом должна стремиться максимально отстаивать национальные интересы.

Но, несмотря на то, что в целом, взаимоотношения ЕС и Белоруссии развиваются довольно активно, дальнейшее формирование этих отношений сложно предугадать, однако, понятно сегодня всем, что данное сотрудничество приведет к экономическому подъему страны, ее развитию.

Список использованных информационных источников

1. Белоруссия в контексте ЕС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.history.ru/index.php?option=com_ewriting&Itemid=0&func=chapterinfo&chapter=4527&story=3596 (дата доступа: 12.11.2019). – Название с экрана.
2. Отношения между Европейским Союзом и Республикой Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.beleu.org/index.php?link=rbeu – (дата доступа: 14.11.2019). – Название с экрана.
3. О торгово-экономических отношениях между Республикой Беларусь и Европейским Союзом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.mfa.gov.by/ru/foreign-policy/international-organizations/mo/fd2be694ad14f50f.html (дата доступа: 15.11.2019). – Название с экрана.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*К. С. Афанасьева, студентка группы Бс-11, специальность
Бухгалтерский учет, анализ и аудит*

*И. Н. Новикова, ст. преподаватель кафедры бухгалтерского
учета – научный руководитель*

*Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»*

Одним из важнейших условий формирования конкурентоспособного рынка является развитие и рост малого бизнеса. История развития многих зарубежных стран свидетельствует о том, что данный сегмент бизнеса имеет большое значение в развитии экономики и государства, в решении социальных проблем, в ускорении научно-технического прогресса, в установлении здоровой конкуренции. Этот сектор со своим новаторским потенциалом, создающий новые рабочие места, особенно важен для успешного развития экономики переходного периода, какой является экономика Беларуси. Многие крупные корпорации начинали с деятельности одного человека, который либо сам был предпринимателем, либо на основе его идеи была создана малая фирма.

Малый бизнес является наиболее гибкой и динамичной формой развития предпринимательства. Об этом свидетельствуют многолетний опыт США, Англии, Германии, Японии и других высокоразвитых в экономическом отношении стран с социально ориентированной рыночной экономикой. По оценкам некоторых научных и исследовательских центров поддержки малого предпринимательства, в этих странах в сфере малого бизнеса сосредоточено от 45 до 80 % работающих, малые предприятия составляют более 90 % всех предприятий, они создают до 50 % валового национального продукта [1].

Однако, мировой опыт показывает, что подходы к организации деятельности средних и крупных предприятий неприменимы к субъектам малого бизнеса. Им присущи некоторые характерные черты, которые оказывают существенное влияние на всю

их деятельность, в том числе и на организацию бухгалтерского учета.

Характеризуя субъекты малого бизнеса, можно выделить несколько фактов, которые непосредственно влияют на организацию бухгалтерского дела:

1. Невозможность привлечения высококвалифицированных специалистов в области бухгалтерского учета и других областях (в частности, юриспруденции, маркетинге, менеджменте) в связи с небольшими доходами.

2. Небольшая численность работающих.

3. Необходимость в значительной степени учитывать мнение налоговых и иных контролирующих государственных органов.

4. Недостаточное знание собственником и руководством задач бухгалтерского учета.

Одной из основных особенностей организации бухгалтерского учета у субъектов малого предпринимательства является то, что для него используется упрощённая система налогообложения как в Республике Беларусь, так и за рубежом. Малые предприятия, как правило, самостоятельно выбирают налоговый режим. В Беларуси это могут быть: уплата единого налога, упрощенная система налогообложения с уплатой налога на добавленную стоимость либо без него, а также общая система налогообложения с уплатой подоходного налога [2]. От применяемого режима налогообложения и вида уплачиваемых налогов зависит обязанность субъектов по ведению конкретных учетных документов.

При использовании упрощенной системы налогообложения и уплаты единого налога бухгалтерский учет у субъекта малого предпринимательства сводится к оформлению первичных документов и аккумуляции доходов и расходов в книге учета доходов и расходов без применения типового плана счетов. Намного сложнее учет у субъектов, использующих общую систему налогообложения, т. к. в результате должен быть выведен финансовый результат с учетом принципов признания доходов и расходов. Данные субъекты используют книгу учета доходов и расходов, книгу учета основных средств, книгу суммового учета товаров и другие формы книг.

Предприятия малого бизнеса, как правило, не имеют большого капитала, а также высокой прибыли. Малый бизнес старается

экономить и снизить все свои расходы. Зачастую участки работ, которые выполняют целые команды или даже отделы в крупных компаниях, в малом предпринимательстве выполняет 1–2 человек. Одним из возможных выходов из такого положения, для повышения качества выполняемых работ, является привлечение сторонних высококвалифицированных специалистов для первичной постановки и ведения бухгалтерского дела на условиях аутсорсинга.

В завершение можно отметить, что малый бизнес во многих странах за рубежом и в Республике Беларусь является для экономики в целом важным фактором повышения ее гибкости. По уровню развития малого бизнеса эксперты даже судят о способности стран приспосабливаться к изменчивой экономической обстановке. Поэтому большинство стран стремятся поддерживать малый бизнес, облегчая учетную работу. Поэтому предложенный вариант решения вопроса организации бухгалтерского учета в малом бизнесе может значительно повысить качество информации о результатах деятельности.

Список использованных информационных источников

1. Стойчевски Д. Д. Проблемы в развитии малого предпринимательства [Электронный ресурс] / Д. Д. Стойчевски / Режим доступа: https://library.by/portalus/modules/beleconomics/readme.php?subaction=showfull&id=1328605972&archive=&start_from=&ucat=& (дата доступа: 7.11.2019). – Название с экрана.
2. Филинюк, В. В. Мировой опыт стимулирования развития малого бизнеса [Электронный ресурс] / В. В. Филинюк ; науч. рук. И. Н. Новикова / Режим доступа: <http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle/22092014/3850/%d0%a4%d0%b8%d0%bb%d0%b8%d0%bd%d1%8e%d0%ba%20%d0%92.%d0%92.%20%d0%9c%d0%b8%d1%80%d0%be%d0%b2%d0%be%d0%b9%20%d0%be%d0%bf%d1%8b%d1%82.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата доступа: 19.11.2019). – Название с экрана.
3. Упрощённая система налогообложения [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by/ru/uproshchennaya-sistema-nalogooblozheniya-USN-2019/> (дата доступа: 07.11.2019). – Название с экрана.

ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

А. М. Войтюк, студентка групи А17-1Д, спеціальність
Облік і оподаткування

М. П. Саніна, викладач кваліфікаційної категорії спеціаліст –
науковий керівник
Новокаховський приладобудівний технікум

Однією з найважливіших складових необоротних активів є основні засоби. Відповідно до П(С)БО 7 основними засобами є матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік). Головною ознакою, за якою основні засоби відрізняються від інших матеріальних активів, є термін їх використання – більше одного року [1].

Придбані (створені) основні засоби зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю. Визначення первісної вартості об'єкта основних засобів залежить від способу їх надходження на підприємство. Надходження основних засобів на підприємство здійснюється за такими способами:

- 1) створення за допомогою будівництва (підрядним або господарським способом) і виготовлення власними силами;
- 2) придбання за грошові кошти;
- 3) одержання внесків у статутний капітал: від резидентів, від нерезидентів;
- 4) переведення з оборотних активів (товарів, готової продукції тощо);
- 5) безоплатного отримання;
- 6) одержання в обмін на подібні та неподібні об'єкти;
- 7) оприбуткування раніше не облікованих на балансі;
- 8) переведення неправильно зарахованих раніше до складу малоцінних і швидкозношуваних предметів [2].

Основні засоби можна згрупувати за наступними ознаками:

- галузевою ознакою;
- функціональним призначенням;
- використанням;
- ознакою належності.

За галузевою ознакою основні засоби поділяються на: промислові, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, зв'язку. Наявність тих або інших засобів на конкретному підприємстві пов'язана із напрямком його діяльності, а також із роботою допоміжних і обслуговуючих виробництв.

За функціональним призначенням основні засоби поділяються на виробничі та невиробничі.

За використанням основні засоби поділяються на діючі та недіючі.

За ознакою належності основні засоби поділяються на власні та орендовані [4].

Види оцінювання основних засобів:

1) вартість, яка амортизується, – первісна або переоцінена вартість необоротних активів за вирахуванням їх ліквідаційної вартості;

2) ліквідаційна – сума коштів або вартість інших активів, яку підприємство очікує отримати від реалізації (ліквідації) необоротних активів після закінчення терміну їх корисного використання (експлуатації), за вирахуванням витрат, пов'язаних із продажем (ліквідацією);

3) первісна – історична (фактична) собівартість необоротних активів у сумі коштів або справедливої вартості інших активів, сплачених (переданих), витрачених для придбання (створення) необоротних активів;

4) переоцінена – вартість необоротних активів після їх переоцінювання;

5) балансова (залишкова) – різниця між первісною вартістю та зносом, за якою необоротні активи вносяться до балансу;

6) справедлива – сума, за якою може бути здійснено обмін активу або оплату зобов'язання в результаті операцій між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами [3].

Залежно від характеру та порядку оплати основних засобів розрізняють такі шляхи їх надходження на підприємство:

– придбання з відповідною оплатою або за бартерним обміном;

- будівництво підрядним чи господарським способами;
- безоплатне отримання від інших організацій;
- внески засновників до статутного капіталу підприємства;
- оприбуткування лишків, виявлених при інвентаризації.

Надходження основних засобів шляхом придбання чи будів-

ництва відображається в обліку як капітальні інвестиції. У процесі використання основні засоби зношуються. З метою їх відновлення проводиться нарахування амортизації за активами. Під амортизацією розуміють поступове перенесення вартості необоротних активів на новостворений продукт відповідно до встановлених методів і норм. Відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби», амортизація – це систематичний розподіл вартості, яка амортизується, необоротних активів протягом строку їх корисного використання (експлуатації). В обліку амортизації основних засобів найчастіше використовують такі терміни:

- термін корисного використання;
- норма амортизації;
- вартість, що амортизується;
- ліквідаційна вартість [1].

Об'єкт основних засобів вилучається з активів (списується з балансу) у разі його вибуття, внаслідок безоплатної передачі або невідповідності критеріям визнання активом. Причинами вибуття основних засобів можуть бути:

- продаж;
- обмін на подібний або неподібний актив;
- передача в оренду, ліквідація;
- безоплатна передача тощо.

При вибутті об'єктів основних засобів, які раніше були переоцінені, перевищення сум попередніх дооцінок над сумою попередніх уцінок залишкової вартості цього об'єкта основних засобів вносять до складу нерозподіленого прибутку з одночасним зменшенням капіталу у дооцінках [3].

Список використаних інформаційних джерел

1. Фінансовий облік : підруч. / Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, Н. В. Гудзь [та ін.]. – 4-те вид. [доп. і перероб.]. – Тернопіль : ТНЕУ, 2017. – 22 с.
2. Шара Є. Ю. Фінансовий облік I : навч. посіб. / Є. Ю. Шара, І. Є. Соколовська-Гонтаренко. – Київ : Видавництво «Центр учбової л-ри», 2016. – 147 с.
3. Фінансовий облік : конспект лекцій / укладачі: М. Ю. Абрамчук, Ю. Г. Гуменна, І. В. Тютюнник, П. М. Рубанов. – Суми : Сумський державний університет, 2018. – 9–26 с.
4. Бухгалтерський облік : навч. посіб. / Т. В. Давидюк, О. В. Манойленко, Т. І. Ломаченко, А. В. Резніченко. – Харків : Видавничий дім «Гельветика», 2016. – 181–183 с.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В УСТАНОВАХ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ

*І. Р. Гончарук, студент групи ФК-31д, спеціальність
Облік та оподаткування*

*О. М. Откаленко, к. е. н., доцент – науковий керівник
Вищій навчальний заклад «Вінницький торговельно-
економічний інститут Київського національного
торговельно-економічного університету»*

Рівень розвитку установ державного сектору вимагає налагодженої системи бухгалтерського обліку. Формування облікової політики є надзвичайно важливою справою, оскільки вона є основою ведення бухгалтерського обліку в державному секторі. Важливо знати: для того, щоб формувати облікову політику, слід дотримуватися особливостей діяльності таких установ. Тема дослідження є досить актуальною, тому що саме облікова політика забезпечує достовірне відображення всіх фінансово-господарських операцій, які були проведені, а також дотримання методології ведення бухгалтерського обліку в установі державного сектору.

Згідно зі ст. 1 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовується підприємством для складання та подання фінансової звітності [1]. Тобто для обліку потрібно застосовувати такі принципи та методи, які будуть забезпечувати достовірність інформації про результати виконання кошторису, яка є необхідною для користувачів з метою прийняття ефективних рішень. Ведення бухгалтерського обліку та складання бухгалтерської звітності на основі принципів та методів обліку, зафіксованих в обліковій політиці, є обов'язковим для всіх установ державного сектору. Облікова політика дає можливість:

- 1) систематизувати обліковий процес в установі;
- 2) забезпечити ефективність обліку;
- 3) надати бухгалтерському обліку цілеспрямованості та планованості.

Для кожного звітного періоду облікова політика має застосовуватися однакова. Це використовується для того, щоб користувачі даної інформації змогли порівнювати фінансові звіти суб'єкта господарювання за певні періоди. Такий момент допо-

може визначити тенденції у фінансовому стані, результати діяльності та потоки грошових коштів.

Формування облікової політики у суб'єктів державного сектору передбачене НП(С)БОДС 125 «Зміни облікових оцінок та виправлення помилок» [2] та Методичними рекомендаціями [3].

Облікова політика є елементом системи бухгалтерського обліку установи державного сектору. Тому організація бухгалтерського обліку розпорядником бюджетних коштів полягає у розробленні двох основних документів, таких як:

- 1) Наказ про облікову політику;
- 2) Наказ або Положення про організацію бухгалтерського обліку і фінансової звітності.

Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» суб'єкти державного сектору мають право на:

- 1) визначення власної облікової політики;
- 2) обрання форми обліку;
- 3) дотримання єдиних засад, порядку, способу узагальнення й відображення інформації з урахуванням особливостей діяльності (бюджетного процесу);
- 4) формування системи управлінського обліку;
- 5) затвердження технологій обробки облікових даних (інформації).

Формування методів та принципів обліку є основною метою облікової політики, так як вони зможуть забезпечити достовірне формування звітності, які повністю відповідають вимогам, зазначеним у НП(С)БОДС 101 «Подання фінансової звітності». Для досягнення мети можна виділити основні завдання облікової політики в установах державного сектору:

- 1) фіксування головних принципів, для забезпечення облікового процесу, а також ефективного планування діяльності установи державного сектору;
- 2) запобігання негативних явищ під час здійснення фінансово-господарських операцій;
- 3) контролювання надходжень та витрат фінансових ресурсів загального та спеціального фондів;
- 4) оптимізація витрат та виявлення внутрішніх резервів;
- 5) раціональне використання ресурсів установ державного сектору.

Отже, якщо облікова політика буде раціонально сформована,

то відповідно і ефективною буде система бухгалтерського обліку та безпомилкове формування фінансової звітності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс]: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 19.11.2019). – Назва з екрана.
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 125 «Зміни облікових оцінок та виправлення помилок» [Електронний ресурс]: Наказ Міністерства фінансів України від 24.12.2010 № 1629. – URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0090-11> (дата звернення: 19.11.2019). – Назва з екрана.
3. Методичні рекомендації щодо облікової політики суб'єкта державного сектору [Електронний ресурс]: Наказ Міністерства фінансів України від 23.01.2015 № 11. – URL: <https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/metodrecomendacii-buhobliku-subektiv-derjavnogo-sektoru> (дата звернення: 19.11.2019). – Назва з екрана.

ПРЕИМУЩЕСТВА ЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ ПО УПРАВЛЕНИЮ ДВИЖЕНИЯ ТОВАРАМИ

А. Н. Дивакова, студентка группы Б-41, специальность
Бухгалтерский учет, анализ и аудит

А. Н. Трофимова, к. э. н., доцент, доцент кафедры
бухгалтерского учета – научный руководитель
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»

Товародвижение как самостоятельный вид деятельности стало усложняться, так как большую часть затрат предприятия составляют маркетинговые затраты. Таким образом, предприятия стали искать пути минимизации затрат. В связи с этим, на определённом этапе возникает тесная взаимосвязь маркетинга и логистики, появляется логистический подход к управлению товародвижением, начинают реализовываться логистические концепции, что свидетельствует о переходе к новому этапу управления товарами.

Логистическое управление в деятельности самых различных предприятий и организаций, задействованных в сфере товародвижения, открывают новые перспективы и управления товарами.

Так, по оценкам экспертов, применение логистики позволяет снизить уровень товарных запасов на 30–50 % и сократить время движения товаров на 25–45 %. В свою очередь уменьшение объема запасов способствует снижению издержек обращения, а повышение скорости их доставки экономит время на продвижение товаров от производителя до конечного потребителя. В этом заключается основной экономический эффект от внедрения логистики в практическую деятельность фирм [2 с. 373].

По нашему мнению, логистическая концепция в рыночной среде трансформируется в систему товародвижения. Цель рационализации товародвижения на базе логистики заключается в создании оптимальной системы движения товаров от производителей до потребителей, рациональном размещении товарных запасов в отдельных звеньях торговли, ускорении оборачиваемости товаров, минимизации затрат.

Управление товарными потоками на базе логистики имеет три отличительных особенности.

Во-первых, в сфере товарообращения логистика включает и рассматривает различные стадии и операции товародвижения как единое целое. Составляющие его части связаны друг с другом или взаимосвязаны, взаимообусловлены и требуют системного подхода при управлении и изучении.

Во-вторых, затраты по этим стадиям и операциям осуществляется и учитываются как взаимосвязанные, взаимозависимые. Они рассчитываются в совокупности, анализируются комплексно и требуют скоординированного подхода в системе управления.

В-третьих, комплексный подход в логистике товародвижения осуществляется с целью ритмичного, своевременного и качественного обеспечения покупателей товарами с наименьшими затратами как у покупателей, так и у взаимодействующих с ними других субъектов товародвижения. Логистика товародвижения связана с логистикой запасов. В торговле запасы образуются на всех стадиях движения товаров от производителя до потребителя: в пути, оптовой и розничной торговле, то есть запасы являются формой движения товаров.

Процесс управления товарами осуществляется в системе товародвижения и является ее частью. В свою очередь логистика представляет собой систему управления движением товаров и превращается из управления запасами в управление товарными потоками. Товарный поток – это готовая продукция и товары, рассматриваемые в процессе приложения к ним логистических операций и отнесенные к определенному временному интервалу. По отношению к организациям торговли товарные потоки делятся на входящие и выходящие. Если скорость потока товаров на входе превышает скорость товарного потока на выходе, то размер товарных запасов увеличивается. С учетом этого, регулируя скорость товарных потоков, появляется возможность воздействовать на товары, рассматривая последние в качестве разности скоростей потоков [1, с. 11–14].

Управление товарами – сложная сфера деятельности, зависящая от множества разных факторов и влияет на иные функции организации. Процесс управления ими обеспечивает совместимость операций с запасами внутри организации и вне ее, на всех этапах цепочки создания прибавочной стоимости, в которую включена организация. В политике управления товарами на отдельном предприятии должны быть определены процедуры и показатели такой деятельности. Процедуры управления должны учитывать:

- программные средства обработки информации;
- информационные потребности;
- оперативные цели;
- схемы принятия управленческих решений.

Критерии деятельности по управлению товарами выражаются в следующих количественных показателях:

- доля затрат на содержание запасов;
- продолжительность периода контроля;
- размер заказа;
- точка заказа;
- сервисные нормативы.

Поэтому следует регулярно следить, чтобы система управления товарами отвечала поставленным целям в каждой конкретной ситуации.

Таким образом, для наиболее рационального использования товаров необходимо пользоваться логистическим подходом к управлению товародвижения.

Список использованных информационных источников

1. Толмачев О. В. Логистика товародвижения : учебное электронное текстовое издание / О. В. Толмачев, Н. М. Третьякова. – Екатеринбург : УрФУ. – 2013. – 361 с.
2. Тихинский, А. В. Методы управления товарными запасами для обеспечения эффективной деятельности торговой компании / А. В. Тихинский // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2011. – № 7. – С. 373–374.

ВЛИЯНИЕ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

***Ж. П. Дрозд, студентка группы Бс-11, специальность
Бухгалтерский учет, анализ и аудит***

***И. Н. Новикова, ст. преподаватель кафедры
бухгалтерского учета – руководитель
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»***

В современных условиях организации уделяют большое внимание получению положительного финансового результата в виде чистой прибыли, за счет которого они могут использовать полученные денежные средства для улучшения их материально-технической базы, научно-технического развития. В последнее время большинство организаций сталкиваются с такой проблемой, что амортизация долгосрочных активов занимает большой удельный вес в их расходах. Основные средства в процессе использования постепенно изнашиваются, передавая частями свою стоимость вновь создаваемому продукту. Таким образом, это приводит к необходимости организаций определить степень износа в денежном выражении за период их эксплуатации.

Для повышения эффективности использования основных средств, трудовых ресурсов, получения прибыли организации применяют амортизационную политику. Амортизационная политика организации характеризует умение организации эффективно управлять своими амортизационными отчислениями от эксплуатации основных средств и нематериальных активов с целью получения положительного финансового результата в дальнейшем. Она решает вопросы регулирования себестоимости, прибыли, цены за счет формирования налогооблагаемой ба-

зы по налогу на прибыль. В настоящее время организации имеют достаточную свободу в использовании различных инструментов амортизационной политики, к которым относят: способы начисления, корректировка норм амортизации и сроков полезного использования объектов.

Для регулирования своих затрат законодательство Республики Беларусь предоставляется право выбора организациям следующих способов начисления амортизации:

1. Линейный способ начисления амортизации, заключенный в равномерном распределении стоимости амортизируемого объекта.

2. Нелинейные способы начисления амортизации (прямой и обратный методы суммы чисел лет, метод уменьшаемого остатка), заключенные в ускоренном или замедленном начислении амортизации в первые годы эксплуатации амортизируемого объекта.

3. Производительный способ начисления амортизации, используемый при наличии натуральных показателей объема деятельности организации.

Для регулирования финансовых результатов организациям дается возможность применения поправочных коэффициентов к нормам (суммам) амортизации.

В качестве временной антикризисной меры в 2017 г. в Республике Беларусь организациям было дано право не начислять амортизацию по всем или отдельным объектам основных средств, используемым в предпринимательской деятельности. Данная практика была продолжена и в 2018 и 2019 годах, но с некоторыми ограничениями. Целесообразность применения данного рычага определяется организацией самостоятельно при составлении финансовых планов [3]. Также данная мера должна была помочь многим организациям улучшить свое финансовое положение.

Тем не менее, следует помнить, что амортизация является элементом кругооборота капитала, посредством которого постепенного возвращаются иммобилизованные в амортизируемом имуществе средства. Поэтому неначисление амортизации приводит к искажению информации, содержащейся в бухгалтерской отчетности:

– завывается стоимость амортизируемых активов, что при прочих равных условиях приведет к снижению доли краткосрочных (наиболее мобильных активов) – формируется неверное представление о структуре активов;

– не накапливаются ресурсы для замены устаревших объектов основных средств – продление срока эксплуатации таких основных средств не всегда возможно;

– завышается финансовый результат деятельности, что не позволяет внешним пользователям оценить реальную доходность данного субъекта хозяйствования.

Поэтому в практике рейтинговых и аналитических агентств используют показатель EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) – прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации. EBITDA показывает финансовый результат компании, исключая влияние эффекта структуры капитала (т. е. процентов, уплаченных по заемным средствам), налоговых ставок и амортизационной политики организации.

Таким образом, амортизационная политика оказывает существенное влияние на формирование финансовых результатов деятельности организаций. Ее необходимо учитывать при принятии управленческих решений.

Список использованных информационных источников

1. Способы и методы начисления амортизации: как выбрать оптимальный вариант? [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.gb.by/izdaniya/glavnyi-bukhgalter/tolkun-i-sposoby-i-metody-nachisleniya-a_0000000 (дата доступа: 20.11.2019). – Название с экрана.
2. О неначислении амортизации по основным средствам и нематериальным активам в 2018 и последующих годах [Электронный ресурс]: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 30 окт. 2017 г., № 802 // Режим доступа: https://kodeksy-by.com/norm_akt.htm (дата доступа: 20.11.2019). – Название с экрана.
3. Кикоть, И. И. Организация системы контроля исполнения бюджетов организации / И. И. Кикоть // Дорожная карта мировой экономики : материалы третьей международной научно-практической интернет-конференции, Донецк, 17 ноября 2017 г. / ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», Международная ассоциация устойчивого развития технического университета-Варна [и др.]. – Донецк, 2017. – С. 160–163.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОПТИМИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЗАТРАТ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

*И. А. Ежелева, студент группы Бс-31, специальность
Бухгалтерский учет, анализ и аудит*

*А. Н. Трофимова, к. э. н., доцент, доцент кафедры
бухгалтерского учета – научный руководитель
Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации*

В настоящее время торговля занимает значительное место в структуре общественного производства. Все большее количество организаций, предпринимателей занимаются продажей товаров, как собственного производства, так и приобретенных для перепродажи.

Согласно Закона Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» торговля – «предпринимательская деятельность, направленная на приобретение и продажу товаров с оказанием или без оказания услуг, связанных с продажей товаров» [1].

Обслуживая сферу обращения, торговые организации обеспечивают продвижение товаров от производителей до потребителей. Основными хозяйственными процессами являются приобретение товаров, их хранение и реализация, что определяет специфику формирования оборотных активов, где преобладают товарные запасы при незначительном удельном весе производственных затрат, остатка издержек обращения в части нереализованного товара и расходов будущих периодов.

В организациях потребительской кооперации Республики Беларусь, имеются проблемы с логистикой и нерациональной загрузкой транспорта. Это связано с неполным выполнением заявки из-за отсутствия того или иного товара на складе. Анализ показал, что средний процент выполнения заказов составляет около 80 %.

Мировая практика свидетельствует о том, что применение логистического подхода управления товародвижением существенно снижает затраты на управление материальными ресурсами и обеспечивает высокий уровень обслуживания потребителей. Поэтому сегодня ученые и практики стремятся использовать логистический подход за пределами традиционных логис-

тических задач, связанных со снабжением, сбытом, перемещением материальных ресурсов в процессе их производственной и торговой деятельности.

Розничная торговля в потребительской кооперации является основной деятельностью и значительная часть издержек приходится на логистические затраты, розница является идеальной платформой для внедрения методологии логистики, что сократит расходы на реализацию товаров, тем самым способствует росту доходов от реализации товаров. Более того, в условиях жесткой конкуренции, по мере развития рынка розничной торговли, те операторы, которые будут уделять недостаточное внимание блокам логистики, будут вытеснены с рынка.

Актуальность логистики в существующем состоянии розничного рынка обусловлена следующими факторами:

1) конкуренция среди торговых операторов нарастает, в ряде городов, районных центров уже можно говорить о физическом насыщении рынка крупными магазинами и торговыми центрами;

2) появляются новые форматы розничной торговли – вплоть до попыток создавать надформатные (по отношению к нашему существующему состоянию рынка) структуры, эффективно совмещающие преимущества нескольких форматов розничной торговли (физические магазины, онлайн-магазины с доставкой).

Это приводит к тому, что все розничные операторы независимо от сегмента рынка проявляют все большее внимание к логистике в широком ее понимании, управлению запасами, складированию, транспортировке, вопросам аутсорсинга и т. д.

Говоря, о практическом подходе к расчету и анализу логистических затрат, он должен быть как можно более простым и привязанным к принятым принципам бухгалтерского учета, подсчета затрат и составления балансового отчета.

Теоретически необходима как можно более полная, комплексная трактовка задач, отражающая суть проблемы и дающая возможность получить ее всестороннюю оценку. В рамках применяемой системы бухгалтерского учета, с практической точки зрения, это может оказаться затруднительным или вообще невозможным. В рамках управленческого учета, данная задача реализуется.

Наиболее распространенными методами анализа логистических затрат являются:

- стратегический анализ логистических затрат – это процедура сравнения положения объекта торговли с точки зрения затрат на обслуживание потребителей с аналогичным положением его ближайших конкурентов;
- стоимостный анализ – нормативный метод, основанный на изучении элементов затрат, направленный на их снижение и, соответственно, повышение потребительской ценности товара;
- функционально-стоимостный анализ – это метод, направленный на снижение уровня затрат на обслуживание потребителей. Данный метод основан на тщательном изучении отдельных этапов процесса выполнения заказов потребителей и выяснения возможности их стандартизации для перехода к более дешевым технологиям [2, с. 204–205].

В зарубежном опыте известна стратегия управления логистическими затратами «быстрого реагирования», суть этой системы состоит в следующем. После того как какое-либо количество единиц товара продано магазином, а информация об этом пропущена через сканирующее устройство и поступила в информационную сеть розничной торговли, данные направляются в системы пополнения запасов и переоформления заказов. После этого следует быстрая реакция на возникший спрос на данный товар. Передача такой информации основным поставщикам приводит к последующей интеграции производства и сетей поставки.

Преимуществами для розничной торговли можно выделить: снижение затрат и запасов; ускорение товарных потоков; удовлетворение покупателей; увеличение объемов продаж; усиление конкурентных преимуществ.

Этапы внедрения политики «быстрого реагирования».

1. Внедрение базовых технологий «быстрого реагирования» – использование сканеров для сбора данных по всем единицам складского учета; использование штрихкодов; применение устройств электронного обмена данными.

2. Реорганизация внутренних процессов – применение электронных коммуникаций для пополнения запасов товаров; наличие малых объемов запасов в системе; обработка заказов на небольшие партии товара; программа автоматического пополнения запасов; поставки «точно в срок»; маркировка контейнеров при погрузке; уведомление о предстоящей доставке отгруженных товаров.

3. Управление цепочкой поставок на основе сотрудничества участников – совместное использование данных объемов продаж в режиме реального времени.

В настоящее время использование данной системы стало стандартом у ведущих западных розничных сетей. Основным препятствием внедрения в организациях потребительской кооперации Республики Беларусь систем быстрого реагирования является неготовность менеджмента субъектов торговли пускать контрагентов в процесс совместной унификации.

В результате все более усиливающейся конкуренции розничные торговые сети частной формы собственности значительно расширяют границы своего контроля над всей цепочкой поставок, понимаемой в широком смысле (от производителя до конечного потребителя), а торговые организации потребительской кооперации постепенно теряют лидирующее положение в сфере товарного обращения.

Таким образом, повысив экономическую эффективность своих логистических операций, большинство розничных торговых объектов приходят к необходимости более тесного сотрудничества со своими поставщиками. Внедрение систем управления цепочками поставок и эффективной реакции на потребителя позволяют максимизировать эффективность цепочки поставок товаров как единого целого.

Такая стратегия управления логистическими затратами, при правильном внедрении в систему потребительской кооперации принесет в первую очередь временное конкурентное преимущество, снижение уровня запасов, что ведет к снижению логистических затрат и затрат на хранение, также ускорение движения товарных запасов, удовлетворение потребностей покупателей, увеличение выручки от реализации и товарооборота.

Список использованных информационных источников

1. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 13 июля 2016 г. № 397-З // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
2. Малюкова С. М. Инструменты управления логистическими затратами в цепях поставок / С. М. Малюкова ; Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М. Ф. Решетнева. – Красноярск, 2014. – С. 202–205.

3. Оптимизация транспортных издержек [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.slavsant.com> (дата доступа: 22.11.2019). – Название с экрана.

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ

***В. М. Килимник**, спеціальність Облік і оподаткування
Г. В. Даценко, к. е. н., доцент – науковий керівник
Вінницький торговельно-економічний інститут Київського
національного торговельно-економічного університету*

Сьогодні послуги аудиторів мають досить вагоме значення у діяльності підприємств. Це пов'язано із процесом інтеграції України до Європейського простору та розширенням можливостей розвитку сучасного бізнесу. Цінуються висококваліфіковані спеціалісти, підвищуються вимоги, зростає конкуренція на ринку аудиторських послуг. Тому виникає потреба у підвищенні якості таких послуг та впровадження контролю над ними.

Проблеми контролю якості аудиторських послуг досліджувало чимало вітчизняних науковців. Серед них: Бугай Н., Кашперська А. І., Самострол С. В., Власенко О. О., Марченко С. М. та інші. Проте це питання не втрачає своєї актуальності та провокує безліч досліджень, обговорень та дискусій.

Під сучасною аудиторською діяльністю розуміють підприємницьку діяльність, яка включає в себе організаційне і методичне забезпечення аудиту, практичне виконання аудиторських перевірок та надання інших аудиторських послуг [1]. Сучасний аудит повинен базуватися не лише на національних стандартах, а й міжнародних. Так, як вони дозволяють визначити більшу кількість показників, побачити реальний стан підприємства та, відповідно, уникнути ризиків.

Для якісного контролю діяльності підприємств, аудитори повинні відповідати таким вимогам:

1. Визначення кваліфікаційної придатності на зайняття аудиторськими послугами. Тобто наявність сертифікату Аудиторської палати. Отримання якого визначається, шляхом складання письмового кваліфікаційного іспиту.

2. Міжнародний сертифікат – служить додатковою ознакою професійності. Такими є, наприклад, дипломи CAP/CIPA, які видаються за результатами проходження навчання для підвищення

кваліфікації бухгалтерів, дипломи з управлінського обліку від Інституту бухгалтерів з управлінського обліку (СІМА). Поза конкуренцією знаходяться дипломи Асоціації дипломованих сертифікованих бухгалтерів (АССА), у тому числі дипломи, які підтверджують уміння аудитора формувати звітність за МСФЗ (DiplIfr) [2].

3. Не менш важливий фактор – ділова репутація аудитора, його рейтинг серед інших.

4. Слід враховувати й формальні ознаки, такі як: професіоналізм, відгуки клієнтів, зокрема на веб-сайтах, адекватність, різносторонність, глибина знань та навичок.

Аудиторські послуги мають ряд проблем. За результатами перевірок, було виявлено порушення у зовнішньому та внутрішньому контролі аудиторських послуг. Це зумовлено відсутністю чітко визначеної цілі, мети, завдань і методів контролю їх якості. Існує проблема недостовірності поданої інформації, наданої у фінансових звітах аудиторів, що негативно впливає на діяльність підприємств та економіку в цілому [3].

Працівники не завжди дотримуються принципів незалежності, чесності, об'єктивності, конфіденційності та професійної етики. Для ефективної роботи потрібно раціонально розподіляти обов'язки працівників аудиторських фірм згідно їх статусу та професійних можливостей. Обов'язково слід враховувати наявність сертифікату, стаж роботи, наявність досвіду у проведенні аудиту, стимулювати підвищення кваліфікації, шляхом залучення працівників до наукової діяльності, міжнародної практики тощо. Ще однією проблемою аудитора є невміння формулювати та структурувати текст. Висококваліфікований працівник повинен володіти діловою українською мовою на вищому рівні, вміти правильно і точно формулювати питання, мати широкий кругозір.

Слід враховувати, що за неналежне виконання своїх обов'язків аудитор або аудиторська фірма несе майнову та іншу цивільно-правову відповідальність. В якості покарання можуть бути застосовані стягнення у вигляді попередження або зупинення чинності сертифіката та ліцензії Аудиторською палатою. Припинення чинності сертифікату або ліцензії на аудиторську діяльність здійснюється на підставі рішення Аудиторської палати України у випадках встановлення неодноразових фактів низької якості перевірок та систематичного чи грубого порушення законодавства України, встановлених норм та стандартів [1].

Якість роботи сучасних аудиторських фірм значно покращилась завдяки накопиченим технологіям та знанням, використанню міжнародного досвіду. Але незважаючи на всі досягнення, існує ряд проблем, які потрібно вирішити, так як надана інформація може негативно вплинути на подальшу діяльність підприємств.

Отже, проаналізувавши дане питання, можна сказати, що для покращення аудиторської діяльності та виведення на новий рівень, необхідно, провести заходи, спрямовані на розвиток нормативно-законодавчої бази аудиту, здійснювати контроль над рівнем компетентності, запроваджувати санкції та покарання, як наслідок надання недостовірної інформації та порушень в роботі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність [Електронний ресурс]: Закон України від 21 груд. 2017 р. № 2258-VIII. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19> (дата звернення: 24.11.2019). – Назва з екрана.
2. Бугай Н. Контроль якості праці аудиторів: теоретичний та практичний аспект [Електронний ресурс] // Економіка суб'єктів господарювання. 2018. № 3. – URL: <file:///D:/CompLuxUser/Downloads/168492-371269-1-SM.pdf> (дата звернення: 24.11.2019). – Назва з екрана.
3. Кашперська А. І. Сучасний стан та перспективи розвитку аудиторської діяльності України [Електронний ресурс] // Економіка і суспільство. 2018. № 19. – URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/19_ukr/190.pdf (дата звернення: 24.11.2019). – Назва з екрана.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ДОХОДОВ ПО ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*М. О. Козлова, студентка группы Б-31, специальность
Бухгалтерский учет, анализ и аудит*

*Н. Я. Протасова, ст. преподаватель кафедры
бухгалтерского учета – научный руководитель
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»*

Значение доходов в современной рыночной экономике огромно. Как экономическая категория разница между доходами и

расходами характеризует результат предпринимательской деятельности организации. Правильное отражение доходов и расходов – залог формирования достоверной отчетности.

В организации бухгалтерский учет осуществляется на основании учетной политики, где прописываются основные способы ведения бухгалтерского учета. Обычно в учетной политике раскрываются особенности ведения учета данной организации со ссылками на нормативные документы, в которых законодательством прописаны все основные принципы ведения учета. Бухгалтерский учет доходов по текущей деятельности организации в Республике Беларусь ведется на основании Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 № 102 (в ред. постановления от 22 дек. 2018 г., № 74) (далее – Инструкция № 102).

Доходы – это увеличение в течение отчетного периода экономических выгод в результате прироста активов или уменьшения обязательств, ведущее к увеличению собственного капитала организации, не связанного с вкладами собственника имущества (учредителей, участников). Доходы и расходы в зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации подразделяются на: доходы по текущей деятельности, доходы по инвестиционной и доходы по финансовой деятельности. Текущая деятельность – основная приносящая доход деятельность организации и прочая деятельность, не относящаяся к финансовой и инвестиционной деятельности.

Доходы по текущей деятельности являются основными доходами организации и их учет крайне необходим. Согласно Инструкции № 102, доходами по текущей деятельности являются выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, а также прочие доходы по текущей деятельности. Для учета доходов по текущей деятельности Типовым планом счетов бухгалтерского учета Республики Беларусь предназначен счет 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности». Данный счет предназначен для обобщения информации о доходах и расходах по основным видам текущей деятельности, а также прочих доходов и расходов, сопряженных с текущей деятельностью, и выявления финансового результата – прибыли (убытка) по данному направлению деятельности. С целью получения информации, необходимой для её раскрытия в бухгалтерской отчетности,

организуется раздельный учет доходов и расходов по основной и прочей текущей деятельности. К счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» организацией открываются субсчета для учета доходов по текущей деятельности:

1 «Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг».

7 «Прочие доходы по текущей деятельности».

Субсчет 1 «Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг» предназначен для учета выручки по основным видам экономической деятельности, связанным с реализацией продукции, товаров, работ и услуг. Учет выручки ведется по отпускным ценам с налогом на добавленную стоимость (за вычетом предоставленных покупателям скидок, бонусов).

Субсчет 7 «Прочие доходы по текущей деятельности» предназначен для учета доходов по прочим операциям, сопряженным с видами текущей деятельности. К прочим доходам по текущей деятельности относятся: доходы, связанные с реализацией и прочим выбытием запасов; дооценка запасов; излишки денежных средств, запасов, выявленные по результатам инвентаризации; доходы по операциям с тарой; суммы восстанавливаемых неиспользованных резервов; неустойки (штрафы, пени) за нарушение условий договоров присужденные судом или признанные организацией, причитающиеся к получению; иные доходы по текущей деятельности, которые по классификации нельзя отнести к доходам по инвестиционной, финансовой деятельности или к экстраординарным доходам.

При реализации продукции и товаров через торговые объекты применяется кассовый метод учета выручки (за исключением случаев продажи товаров населению в кредит). В этом случае на сумму поступившей денежной выручки от реализации населению товаров или собственной продукции в торговых объектах дебетуются счета 50 «Касса» или 57 «Денежные средства в пути» и кредитуется счет 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», субсчет 1 «Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг».

При реализации продукции, товаров, работ и услуг покупателям и заказчикам без применения наличных денег (в том числе продажа товаров населению в кредит) выручка от реализации отражается по методу начисления при соблюдении необходимых условий для ее признания. В бухгалтерском учете сумма признанной выручки отражается по дебету счета 62 «Расчеты с

покупателями и заказчиками» и кредиту счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», субсчет 1 «Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг».

В течение отчетного периода систематизируются данные о полученных прочих доходах по текущей деятельности. Получение таких доходов отражают по кредиту счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», субсчет 7 «Прочие доходы по текущей деятельности» и дебету счетов: 10 «Материалы», 41 «Товары», 43 «Готовая продукция», 50 «Касса» и другие счета для учета краткосрочных материальных и денежных активов; 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»; 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами».

Список использованных информационных источников

1. Инструкция по бухгалтерскому счету доходов и расходов : утв. Постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 30 сент. 2011г., № 102 (в ред. постановления от 22 дек. 2018 г., № 74) // Консультант Плюс: Беларусь, Технологии 3000 / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
2. Бухгалтерский учет : учебник / П. Г. Пономаренко [и др.] ; под общ. ред. П. Г. Пономаренко. – Минск : Выш. шк., 2013. – 543 с.

ЛОГИЧЕСКАЯ И СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОТЧЕТА О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

***А. А. Короткевич, студентка группы Б-31, специальность
Бухгалтерский учет, анализ и аудит***

***Н. Я. Протасова, ст. преподаватель кафедры
бухгалтерского учета – научный руководитель
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»***

Главной задачей любой организации является получение и максимизация прибыли. Именно прибыль обеспечивает устойчивое финансовое положение, является основным стимулом деятельности, выступает вознаграждением за результаты работы. За счет прибыли осуществляется финансирование мероприятий по научно-техническому и социально-экономическому развитию организаций, увеличение фонда оплаты труда их работ-

ников. Она является не только источником обеспечения внутрихозяйственных потребностей организации, но приобретает все большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов. Проблема формирования, учета и использования прибыли является наиболее актуальным вопросом бухгалтерского учета.

Отчетность – система стоимостных показателей об активах, обязательствах, о собственном капитале, доходах, расходах организации, а также иная информация, отражающая финансовое положение организации на отчетную дату, финансовые результаты деятельности и изменения финансового положения организации за отчетный период.

Несмотря на то, что в Республике Беларусь основной формой отчетности признан бухгалтерский баланс, по нашему мнению, приоритет при составлении финансовой отчетности должен быть отдан отчету о прибылях и убытках, поскольку основной целью организаций является получение прибыли. Остановимся на логической и содержательной структуре отчета о прибылях и убытках.

Различают два принципа исчисления годового финансового результата:

- принцип реализации;
- принцип разграничения по содержанию и по времени.

Принцип реализации означает, что приобретенные или произведенные товары и услуги должны оцениваться по величине затрат на их приобретение или производство до тех пор, пока они не были реализованы. Поступающие от реализации доходы оказывают положительное влияние на финансовый результат, и сделки считаются реализованными. Если доход от сделки выше, чем относящиеся к ней затраты, то речь идет о положительном, а если ниже – об отрицательном влиянии на финансовый результат.

Принцип разграничения по содержанию дополняет принцип реализации. Он требует, чтобы с реализованными доходами были сопоставлены относящиеся к ним расходы. Расходы могут характеризоваться как средства достижения доходов.

Принцип разграничения по времени определяет периодизацию выплат или поступивших платежей, относящихся к отдельным периодам, как расходы или доходы.

Лассманн составил пять экономических принципов построения отчета о прибылях и убытках:

1) недопущение взаимозачета статей расходов и доходов (принцип расчета финансового результата методом брутто);

2) подразделение первичных расходов и доходов по видам (принцип подразделения);

3) отображение возникновения затрат в областях производства, управления и сбыта (принцип построения отчета по областям возникновения);

4) отражение возникающих в отчетном периоде расходов и доходов в зависимости от отношения к отчетному периоду (принцип периодизации, т. е. расходы относятся к тому периоду, к которому относятся доходы);

5) разделение финансового результата на результат от основной и прочей деятельности (принцип разделения результата) [1, с. 339].

Отчет о прибылях и убытках характеризует финансовые результаты деятельности организации за отчетный период и содержит следующие показатели:

- выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг;
- себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг;

- валовая прибыль;

- управленческие расходы;

- расходы на реализацию;

- прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг;

- прочие доходы и расходы по текущей деятельности;

- прибыль (убыток) от текущей деятельности;

- доходы и расходы по инвестиционной деятельности;

- доходы и расходы по финансовой деятельности;

- прибыль (убыток) от инвестиционной и финансовой деятельности;

- прибыль (убыток) до налогообложения;

- налог на прибыль;

- чистая прибыль (убыток);

- совокупная прибыль (убыток).

Отчет о прибылях и убытках – документ, составляемый согласно принятым учетным правилам. Процесс составления от-

чета о прибылях и убытках можно представить, как своего рода документальную пирамиду. На нижнем уровне располагаются первичные бухгалтерские документы. Их больше всего, они могут быть прямо не связаны между собой, каждый документ отражает конкретные операции. Следующим уровнем будет система бухгалтерских счетов. Здесь первичные данные разделяются на категории исходя из характера отраженных процессов. Происходит сложение сумм однотипных операций, и распределение итоговых цифр по конкретным счетам. На основе счетов формируется итоговый документ, а именно Отчет о прибылях и убытках.

Список использованных информационных источников

1. Бетге Й. Балансоведение / Й. Бетге. – Москва : Бухгалтерский учет, 2000. – 418 с.
2. О бухгалтерском учете и отчетности [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 12 июля 2013 г., № 57-3 (в ред. от 17 июля 2017 г., № 52-3). – 2019. – URL: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p2=2/2055>. – Название с экрана.
3. Принципы бухгалтерского учета : учеб. пособие / Я. В. Соколова [и др.] ; под ред. Я. В. Соколова. – Финансы и статистика, 2000. – 496 с.

ПРОБЛЕМЫ АУДИТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

***Н. Н. Лузько, студентка группы Б-31, специальность
Бухгалтерский учет, анализ и аудит***

***Н. Я. Протасова, ст. преподаватель кафедры
бухгалтерского учета – научный руководитель
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»***

Основные средства всегда были особой заботой бухгалтеров организаций. Это та часть активов, без которой производственная, а часто и торговая деятельность невозможна и которая придает всему бизнесу необходимую солидность в глазах потенциальных инвесторов. Поэтому целью аудита основных средств является проверка соответствия применяемого организацией порядка учета и налогообложения, наличия, движения и использования основных средств требованиям нормативных актов, действовавших в проверяемом периоде с целью выражения мне-

ния о достоверности объекта аудита во всех существенных аспектах.

Типичными ошибками, выявляемыми при оценке сохранности и проверке наличия основных средств, являются:

- неправильно рассчитана первоначальная стоимость;
- отсутствие инвентарных номеров и их фиксация в специальном акте;
- неотражение на забалансовых счетах стоимости арендованного имущества, что приводит к недостоверному формированию информации;
- оприходование некоторых основных средств без наличия свидетельства о регистрации права собственности;
- несоблюдение момента перехода права собственности от продавца к покупателю, что ведет к недостоверному отражению основных средств на счетах учета;
- отсутствие документов, характеризующих техническое состояние основных средств;
- необоснованное списание недостачи основных средств на расходы организации;
- применение некорректных проводок по счетам бухгалтерского учета;
- неправильное заполнение налоговых документов;
- умышленное искажение данных при составлении отчетов.

При необходимости (резких и значительных сдвигах, нехарактерных тенденциях в динамике основных средств, недостаточном раскрытии соответствующих разделов учетной политики и пояснительной записки и т. д.) после оценки общей ситуации с основными средствами аудиторю следует провести пообъектный анализ, выявить сущность и причины вызывающих сомнение событий и их влияние на достоверность отчетности.

В ходе инвентаризации аудиторю необходимо также оценить обеспеченность организаций основными средствами. Иначе ему придется выяснять, достаточно ли у организации таких активов, каковы их техническое состояние и пригодность для выполнения бизнес-плана по выпуску продукции и реализации. Результативность инвентаризации повышается при использовании аналитических процедур пообъектной оценки состояния активов. Для этого проверяется соответствие фактического состояния объектов техническим характеристикам, указанным в паспортах, формулярах и другой технической документации, а также

способность объектов выполнять заданные функции с учетом фактического срока службы.

На основании технической документации и данных инвентарных карточек аудиторю нужно количественно оценить состояние отдельных объектов основных средств (или их групп), используя традиционные коэффициенты износа по времени использования актива и по величине начисленной амортизации, а также показатель среднего возраста основных средств. В результате анализа аудитор может обоснованно охарактеризовать наличие и качество основных средств организации.

Выявленные в процессе аудита основных средств ошибки оказывают влияние на достоверность финансовых результатов и бухгалтерской отчетности, поскольку приводят к искажению суммы начисленной амортизации в бухгалтерском и налоговом учете.

По результатам осуществления процедур детальной проверки операций по движению основных средств аудитор может дать оценку амортизационной политике организации. С помощью выбранной учетной политики организация приобретает возможность оказывать влияние на формирование расходов, прибыли, налоговых баз по налогу на прибыль и налогу на недвижимость через способы начисления амортизации. Выбор способа зависит от целей и стратегии финансово-хозяйственной деятельности организации.

В процессе аудита основных средств проверяющий должен сочетать элементы финансового и управленческого (внутрипроизводственного) анализа. В заключение кропотливой работы аудитор формирует пакет рабочих документов, составляет аудиторский отчет и представляет его руководителю проверки совместно с рабочей документацией.

Главными проблемами, на наш взгляд, является допущение почти любого вида ошибок, связанных с учетом основных средств, так как санкции будут зависеть от величины либо самого актива, либо налогов, а данные величины, связанные с основными средствами, достаточно велики. Поэтому главной задачей организаций является создание грамотной системы учета основных средств, чтобы в будущем не иметь проблем. Надо достаточно часто проверять коэффициенты основных средств, чтобы выявлять проблемные места в учете основных средств. В связи с этим и аудиторам нужно больше всего внимания уделять имен-

но аналітичеським процедурам, хотя, конечно же, не нужно и забывать и о таких, казалось бы, элементарных процедурах, как осмотр объекта, в связи с тем, что затрат на процедуру немного (кроме, конечно, собственных сил аудитора).

Список использованных информационных источников

1. Богатая, И. Н. Аудит / И. Н. Богатая, Н. Н. Хахонова. – Москва : Феникс, 2015. – 608 с.
2. Мерзликина, Е. М. Аудит : моногр. / Е. М. Мерзликина, Ю. П. Никольская. – Москва : ИНФРА-М, 2015. – 368 с.
3. Подольский, В. И. Основы аудита / В. И. Подольский, А. А. Савин, Л. В. Сотникова. – Москва : БИНФА, 2017. – 192 с.
4. Скобара, В. В. Аудит. Методология и организация / В. В. Скобара. – Москва : Дело и сервис, 2016. – 576 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ ПРИ ПЕРЕХОДІ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я У КНП

А. В. Неспудня, студентка групи ФК-31Д,
спеціальність Облік і оподаткування

О. М. Откаленко, к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку
та оподаткування – науковий керівник
Вінницький торговельно-економічний інститут Київського
національного торговельно-економічного університету

Медична реформа, старт якій дав Закон України «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення» [1], передбачає зміну системи фінансування охорони здоров'я. Суть реформи полягає у переході від системи фінансування «за стіни» до персоналізованої оплати «за пацієнта», так званий принцип «гроші ходять за пацієнтом».

Для того, щоб уникнути цих складнощів – потрібно автономізуватися. Під автономізацією мається на увазі зміна організаційно-правової форми на комунальне некомерційне підприємство.

Комунальне некомерційне підприємство (далі – КНП) – це підприємство утворене за рахунок відокремленого майна територіальної громади з метою виконання функцій покладених на нього статутом, без мети отримання прибутку. Некомерційність підприємства полягає в тому, що грошові кошти спрямовані від його діяльності спрямовуються виключно на виконання завдань покладеного статутом [2].

Суть же підприємства полягає в більш широких можливостях керівника по управлінню підприємством. Закон передбачає можливість керівнику самостійно затверджувати штатний розклад, відкривати рахунки в банківських установах, приймати рішення, в межах повноважень визначених статутом, щодо поточної діяльності підприємства.

Переваги перетворення закладу охорони здоров'я (далі – ЗОЗ) із бюджетної установи у комунальне некомерційне підприємство:

1) керівник ЗОЗ, що діє у статусі підприємства, отримує значно більшу свободу у розпорядженні активами, фінансами та формуванні кадрової політики ЗОЗ, визначенні внутрішньої організаційної структури закладу;

2) КНП має можливість самостійно встановлювати будь-які форми оплати праці працівників, що допускаються законодавством;

3) фінансування закладу охорони здоров'я зі статусом підприємства здійснюється не за постатейним кошторисом витрат, а на основі власного фінансового плану, що дозволяє такому ЗОЗ бути більш гнучким та самостійним у прийнятті рішень порівняно із суб'єктами, що мають статус бюджетної установи [3].

Організація бухгалтерського обліку в закладі охорони здоров'я у статусі КНП здійснюється на загальних засадах. Такі заклади охорони здоров'я повинні перейти з Плану рахунків бухгалтерського обліку у державному секторі на застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій.

Ще одним обліковим нововведенням для реорганізованих закладів охорони здоров'я є форми фінансової звітності, які вони нині подають або подаватимуть. Вони визначаються за категоріями підприємств:

1) Форми фінансової звітності, встановлені П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»: форма № 1-м «Баланс»; форма № 2-м «Звіт про фінансові результати»;

2) Форми фінансової звітності, встановлені НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: форма № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)»; форма № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»; форма № 3 «Звіт про рух грошових коштів»; форма № 4 «Звіт про власний капітал»; форма № 5 «Примітки до річної фінансової звітності».

Тому перш ніж визначитися, які форми звітності слід подавати КНП, потрібно визначити категорію підприємств, до якої його можна віднести: мікропідприємство, мале підприємство, середнє підприємство, велике підприємство.

Таким чином, маємо підстави зробити висновок, що питання реорганізації закладів охорони здоров'я досить непрості. Кардинальні зміни торкнулися системи бухгалтерського обліку цих закладів. Нові підходи до організації обліку у КНП вимагають від бухгалтерів уважної роботи з новою нормативною базою, яка регулює бухгалтерський облік на підприємствах. На особливу увагу заслуговує новий підхід до обліку руху необоротних активів у КНП, оскільки він принципово відрізняється від їх обліку в бюджетній установі й у цілому формування і облік статутного капіталу у КНП відрізняється від внесеного капіталу бюджетної установи.

Важливим об'єктом бухгалтерського обліку на підприємстві є витрати, облік яких у КНП може здійснюватися декількома варіантами. Підприємство мусить самостійно вибрати той варіант, який найкраще буде відповідати інформаційним запитам КНП стосовно витрат.

Особливу увагу також слід приділити формуванню інформації у регістрах бухгалтерського обліку. Фінальною точкою облікового процесу є складання фінансової звітності, і КНП слід визначитися з категорією підприємств, до якої воно відноситься, щоб зрозуміти, які форми фінансової звітності йому доведеться скласти й яким стандартом при цьому керуватися. Розуміння всіх зазначених елементів облікової системи КНП дасть змогу уникнути помилок під час здійснення обліку і допоможе практикуючим фахівцям у сфері бухобліку швидше адаптуватися до нових для них облікових вимог.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення [Електронний ресурс]: Закон України від 19.10.2017 № 2168-VIII. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2168-19> (дата звернення: 22.11.2019). – Назва з екрана.
2. Перетворення медичної БУ в КНП: організаційні нюанси [Електронний ресурс]. – URL: <https://uteka.ua/ua/knp/archive> (дата звернення: 22.11.2019). – Назва з екрана.

3. Особливості ведення бухгалтерського обліку у КНП [Електронний ресурс]. – URL: <http://healthreform.in.ua/vedennya-buhgalterskogo-obliku-knp/> (дата звернення: 22.11.2019). – Назва з екрана.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

***Т. В. Пономарьова**, к. е. н., доцент кафедри статистики, обліку та аудиту*

***В. М. Карабут**, студентка групи ЕА-41, спеціальність Облік та оподаткування*

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Двадцять перше століття – ера технологічних проривів. Інформаційні технології швидкими темпами заповнюють собою всі ланки сфери існування людського життя. З розвитком ринкових відносин спеціалісти мали за мету досягти налагодженої роботи всіх процесів, які сприяли б економічному розвитку. Бухгалтерський облік як джерело інформації про фінансово-господарські операції також потребував технологій, що могли поліпшити обробку даних.

У наш час інформаційні технології поступово замінюють звичну систему управління підприємством. Розвиток комп'ютерної техніки та поява економічних програм дають змогу швидко опрацьовувати значні обсяги даних та оперативно реагувати на зміни певних показників. Також суттєво зростає якість обробки облікової та аналітичної інформації. Тому в сучасних реаліях дуже важливо для кваліфікованого бухгалтера мати досвід та певні навички в системних процесах, що стосуються обліку, аби не виникали проблеми та питання в провадженні інформаційних технологій на підприємстві.

Кожне підприємство має свій рід діяльності, розмір та форму організації, від чого саме і залежить побудова та зміст інформаційних систем, які становлять основу діяльності з управління будь-якого суб'єкта господарювання. Автоматизовані системи обліку на підприємстві мають досить розгалужену специфіку, розглянути яку можна за допомогою таблиці, наведеної нижче.

Таблиця 1 – Класифікація автоматизованих системи обліку на підприємстві

Міні-бухгалтерія	Призначена головним чином для здійснення бухгалтерського обліку на малих підприємствах. Цей програмний засіб дає можливість здійснити синтетичний, а також нескладний аналітичний облік.
Інтегровані системи бухгалтерського обліку	Призначений в основному для невеликих підприємств, однак, на відміну від програмних засобів «міні-бухгалтерія», вони характеризуються більшою глибиною аналітичного обліку та розвинутою реалізацією функцій натурально-вартісного і інвентарного обліку.
Програмні інструментальні системи	Дають змогу користувачеві самостійно конструювати систему оброблення облікових даних, описувати потрібні розрахункові алгоритми, макетувати введення і висновок первинної та вихідної інформації спеціалізованою формальною мовою.
Виготовлені на замовлення системи	Комплекс програмних засобів, які охоплюють комплекси АРМБ та інструментальні засоби, створені відповідно до вимог та умов конкретного замовника.
Локальні АРМБ	Використовують для розв'язання окремих завдань обліку, вони не пов'язані між собою й виконують окремі функції, потрібні підприємству.
Корпоративні інформаційні системи	Забезпечують комплексну автоматизацію завдань обліку, контролю, аналізу та аудиту з використанням інших систем управління, що діють на підприємствах.

Джерело: побудовано автором на основі даних [3].

Сьогодні підприємства задля налагодження роботи потребують автоматизованої інформаційної системи обліку на базі сучасних засобів обчислювальної техніки, яка дає змогу:

- у повній мірі та своєчасно надавати користувачам доступ до інформаційних ресурсів;
- виконувати контрольні й аудиторські завдання з метою одержання потрібної інформації про наявні відхилення;

- проводити аналіз і розраховувати прогнози щодо господарсько-фінансової діяльності підприємства;
- одержувати на основі автоматизації ефективні управлінські рішення [1].

При запровадженні автоматизованої системи обліку на підприємстві перш за все необхідно оцінити ризик відставання від конкурентів у результаті неминучого старіння комп'ютерної програми, тому що програмні продукти, як і інші види матеріальних активів, мають надзвичайно високу швидкість новими видами або версіями.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гаркуша, С. А. Автоматизація облікових процесів: впровадження та переваги роботи системи / С. А. Гаркуша // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2012. – Вип. 4 (52). – С. 60–65.
2. Левицька, С. О. Автоматизація бухгалтерського обліку як визначальний фактор ефективності облікової системи вітчизняних підприємств / С. О. Левицька, А. В. Романюк // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2010. – № 2. – С. 156–163.
3. Сусіденко В. Т. Інформаційні системи і технології обліку : навч. посіб. / Сусіденко В. Т. – Київ : Центр учбової л-ри, 2016. – 224 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ НЕФІНАНСОВИХ АКТИВІВ У НАЦІОНАЛЬНИХ ТЕАТРАХ

Т. А. Пушкар, студент групи ОБО-31д,
спеціальність Облік та оподаткування

О. М. Откаленко, к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку
та оподаткування – науковий керівник
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Особлива увага до державного майна не випадкова, адже саме через нього держава забезпечує реалізацію пріоритетів розвитку та гарантує фінансову безпеку країни. Сьогодні можна говорити про реалізацію державної політики економічного зростання, єдиною кінцевою метою якої є нарощування дедалі більшого багатства в ринкових умовах. Цей процес болісний для

невиробничої сфери: науки, освіти, культури, охорони здоров'я тощо. Існування в цих галузях підприємств є парадоксальним явищем, адже майже всі вони планово збиткові та значною мірою залежать від бюджетного фінансування. Характерним прикладом подібних підприємств є національні театри.

До нефінансових активів національних театрів належать основні засоби та інші необоротні матеріальні активи.

Облік основних засобів у бюджетних установах, до яких і належать національні театри, відмінний від обліку в підприємствах недержавного сектору, оскільки регулюється іншими законодавчими документами. Так, національні театри обліковують основні засоби за НП(С)БОДС 121 «Основні засоби» і метод рекомендаціями по його застосуванню.

Основні засоби – матеріальні активи, які утримуються для використання їх у виробництві/діяльності або при постачанні товарів, виконанні робіт і наданні послуг для досягнення поставленої мети та/або задоволення потреб суб'єкта державного сектору або здавання в оренду іншим особам і використовуються, за очікуванням, більше одного року [1].

Суб'єкти державного сектору зараховують до малоцінних необоротних матеріальних активів предмети вартістю (без ПДВ), що не перевищує 6 000 грн і строк використання яких перевищує один рік. До основних засобів належать матеріальні активи, вартість яких більше, ніж 6 000 грн.

Облік основних засобів у національних театрах ведеться на рахунку 10 «Основні засоби». На субрахунку 109 «Інші основні засоби» обліковуються основні засоби, які не включені до інших субрахунків рахунку 10 «Основні засоби». До них належать сценічно-постановочні засоби (декорації, меблі та реквізит, бутафорія, театральні й національні костюми, головні убори, білизна, взуття, перуки тощо); навчальні кінофільми, магнітні диски та стрічки, касети й інші основні засоби [2].

Таким чином, сценічно-постановочні засоби (декорації, меблі і реквізит, бутафорія, театральні та національні костюми, головні убори, білизна, взуття, перуки тощо) мають обліковуватися на субрахунку 109 «Інші основні засоби». Уточнення щодо вартості таких активів у Плані рахунків відсутні, проте щодо малоцінних необоротних матеріальних активів зазначено, що на рахунку 11 «Інші необоротні матеріальні активи» обліковуються

інші малоцінні необоротні предмети, термін експлуатації яких більше одного року, а вартість за одиницю не перевищує 6 000 грн включно (без ПДВ). Першими у переліку таких необоротних предметів стоять сценічно-постановочні засоби, що дозволяє стверджувати, що національні та театральні костюми вартістю менше 6 000 грн зараховують до складу МНМА. До складу основних засобів варто віднести національні костюми, вартість яких перевищує 6 000 грн, тому для узагальнення інформації щодо їх надходження та руху слід використовувати субрахунок 109 «Інші основні засоби».

Стосовно застосування кодів економічної класифікації видатків (КЕКВ) при придбанні сценічно-постановочних засобів слід звернутися до норм Інструкції щодо застосування економічної класифікації видатків бюджету [3].

Зокрема, здійснення видатків конкретно на придбання сценічно-постановочних засобів передбачено використання тільки КЕКВ 3110 «Придбання обладнання і предметів довгострокового користування». Водночас слід мати на увазі, що за категорією 3110 «Придбання основного капіталу» передбачаються видатки на придбання або створення власними силами активів віднесених згідно із законодавством до основних засобів та окремих інших необоротних матеріальних активів.

Придбання національних чи театральних костюмів, які коштують 6 000 грн за одиницю або менше, фактично є операцією із купівлі малоцінних предметів. У свою чергу, придбання таких предметів слід планувати і проводити за КЕКВ2210 «Предмети, матеріали, обладнання та інвентар» [2].

Національні театри відображають кошти, призначені для придбання не фінансових активів (основних засобів та інших необоротних матеріальних активів), як цільове фінансування. У разі надходження коштів для такого придбання за загальним фондом складається кореспонденція рахунків Дт 2313 «Реєстраційні рахунки» Кт 5411 «Цільове фінансування». Якщо ж для придбання використовують кошти спеціального фонду, то потрібно вилучити суму витрат на придбання з доходу: Дт 7111, 7211, 7311 Кт 5411. І навіть, якщо минулорічні кошти спецфонду були віднесені на фінансовий результат, а в поточному році вирішено їх використати для придбання нефінансових ак-

тивів, то їх також потрібно віднести до цільового фінансування, вилучивши з фінансових результатів (Дт 5511, 5512 Кт 5411).

Під час отримання нефінансових активів через внутрішньо-відомче передання відображати вартість активу як цільове фінансування не потрібно. У цьому випадку одразу збільшують внесений капітал: Дт 10, 11 Кт 5111. Аналогічно, без використання субрахунку 5411, відображають і безоплатне надходження нефінансових активів (Дт 7511 Кт 5111).

У випадках відображення цільового фінансування після введення об'єктів основних засобів та інших необоротних матеріальних активів в експлуатацію потрібно відобразити збільшення внесеного капіталу на первісну вартість відповідних активів: Дт 5411 Кт 5111.

Отже, важливою умовою функціонування національних театрів є наявність нефінансових активів. Це вимагає постійного контролю за ефективністю використання основних засобів та інших необоротних матеріальних активів для потреб управління діяльністю таких установ. Одним із основних завдань обліку основних засобів є надання повної, правдивої та неупередженої інформації щодо них

Список використаних інформаційних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 12.10.2012 № 1202. Дата оновлення: 29.12.2017. – URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1017-10> (дата звернення: 21.11.2019). – Назва з екрана.
2. План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.2013 № 1203. Дата оновлення: 10.05.2019. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0161-14> (дата звернення: 21.11.2019). – Назва з екрана.
3. Інструкція щодо застосування кодів економічної класифікації видатків бюджету [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 12.03.2012 № 333. Дата оновлення: 03.12.2018. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0456-12> (дата звернення: 21.12.2019). – Назва з екрана.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ В ЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

*А. Н. Трофимова, к. э. н., доцент, доцент кафедры
бухгалтерского учета
Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации*

Издержки обращения относятся к категории затрат, оказывающих прямое влияние на величину прибыли и капитала организации и косвенно – на сумму платежей в бюджет налога на прибыль. В связи с этим возникает потребность в детальном изучении данной экономической категории.

Заготовительная деятельность может быть успешной лишь при условии рационального расходования средств на её осуществление. Чтобы принимать верные решения, обеспечивающие максимальное повышение прибыли, рентабельности, устойчивости организации на рынке, необходима полная и достоверная информация о расходах, отражаемая в бухгалтерском учёте и отчётности. Такими расходами являются издержки обращения, которые в настоящее время принято называть «расходы на реализацию».

Зачастую в отечественной экономической литературе термины «затраты», «расходы» и «издержки» воспринимаются как синонимы. Однако их экономическое содержание имеет как много общего, так и много отличий. Например, в Большом экономическом словаре под ред. А. Н. Азрилияна понятие расходы определяется, во-первых, как «затраты и издержки», во-вторых, как «уменьшение средств предприятия или увеличение его обязательств, которые возникают в процессе хозяйственной деятельности в целях получения прибыли и приводят к уменьшению величины собственного капитала. И, в-третьих, как просто «расход, т. е. потребление, затрата для определенной цели» [8, с. 809]. Что же касается издержек обращения, в этом же источнике дано такое определение: «Издержки обращения – расходы, связанные со сбытом и приобретением товаров» [8, с. 285].

С точки зрения зарубежной терминологии, между рассматриваемыми понятиями существует определённое различие. Так, понятие «затраты» Ч. Т. Хорнгрен рассматривает как «потреблённые ресурсы или деньги, которые нужно заплатить за товар и услуги» [7, с. 20].

Р. Антони определяет издержки как «уменьшение суммы средств или увеличение суммы обязательств как результат приобретения товаров или оплаты за услуги. Не следует путать их с расходами, отражающими факт использования товаров или услуг. Расходы могут иметь место после издержек» [2, с. 11].

Инструкцией по бухгалтерскому учёту доходов и расходов организации, утверждённой постановлением Министерства финансов Республики Беларусь 30 сентября 2011 г. № 102, дано следующее определение «расходы – уменьшение экономических выгод в течение отчетного периода путем уменьшения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению собственного капитала организации, не связанному с его передачей собственнику имущества, распределением между учредителями (участниками)», для целей бухгалтерского учёта понятия «расходы» и «затраты» перестали быть синонимами и тракуются следующим образом:

– «затраты – стоимостная оценка ресурсов, потреблённых организацией в процессе производства и реализации товаров, продукции, выполнения работ, оказания услуг. Затраты, приводящие к получению в будущем экономических выгод, считаются активами организации и признаются расходами в период получения от них экономической выгоды. Затраты, не приводящие к получению экономических выгод, признаются расходами организации в период осуществления данных затрат»;

– «расходы организации – уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновение обязательств, приводящее к уменьшению собственных источников организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества)» [4].

В международной учетной практике «расходы» определяются как элемент финансовой отчетности и следствие событий, совершенных в прошлом. Международные принципы, установленные в отношении элементов финансовой отчетности, определяют расходы как уменьшение экономических выгод за отчетный период, которое выражается в уменьшении или потере стоимости активов или в увеличении обязательств, которые приводят к уменьшению капитала (кроме изъятий собственников).

Обобщая изложенные выше определения затрат и расходов различных отечественных и зарубежных авторов, можно сде-

лать вывод, что расходы организации – это, с точки зрения бухгалтера, фактическая себестоимость реализованной продукции, выполненных работ и оказанных услуг. Она состоит как из затрат, понесённых организацией в отчётном периоде, так и использованных активов, то есть затрат, имевших место в прошлом периоде, или в более общем смысле затраты признаются расходами в том случае, если в результате их совершения был получен доход.

Определение же понятия «издержки обращения» в различных литературных источниках разными авторами тоже формулируется по-разному, не меняя сущности издержек обращения (таблица 1).

Таблица 1 – Определение понятия издержек обращения разными учёными

Ф.И.О. автора	Содержание
Абдукаримов И. Т.	Издержки обращения представляют собой расходы, связанные с закупкой сельскохозяйственной продукции и сырья, их хранением, подработкой, подсортировкой и транспортировкой [1, с. 166].
Баканов М. И.	Издержки обращения – это затраты материальных, денежных и трудовых ресурсов, связанные с движением продукции [3, с. 143].
Писаренко Н. П.	Издержки обращения представляют собой выраженные в денежной форме текущие затраты общественного труда по осуществлению товарного обращения [6, с. 152].
Методические рекомендации	Издержки обращения – выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда по доведению товара от производителя к потребителю, хранению товарных запасов и поддержанию торгового ассортимента, организации процесса купли-продажи и потребления, удовлетворению спроса потребителей и управлению [5, с. 4].

По мнению автора, замена понятия «издержки обращения» на «расходы на реализацию» не совсем удачна, так как первое более шире, чем второе. Под издержками обращения понимаются все расходы, связанные с движением продукции (закупка, хранение, реализация, сортировка, расходы на нереализованную продукцию и т. д.), а понятие расходы на реализацию подразумевает только лишь расходы, связанные с реализацией продукции.

Список использованных информационных источников

1. Абдукаримов, И. Т. Анализ хозяйственной деятельности потребительской кооперации : учеб. для вузов по спец. «Бух. учет, контроль и анализ хоз. деят.» / И. Т. Абдукаримов. – Москва : Экономика, 1989. – 318 с.
2. Антони, Р. Н. Основы бухгалтерского учёта / Р. Н. Антони ; пер. с англ. Б. Херсонский, М. Шнейдерман. – Москва : Трианда НТТ, 1992. – 318 с.
3. Бухгалтерский учёт : учеб. пособие для вузов / под ред. М. И. Баканова. – Москва : Финансы и статистика, 2003. – 576 с.
4. Инструкция по бухгалтерскому учёту доходов, расходов: утв. Министерством финансов Республики Беларусь от 30 сент. 2011 г., № 102 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
5. Методические рекомендации по составу и бухгалтерскому учёту издержек обращения в потребительской кооперации Республики Беларусь : утв. постановлением от 09 февр. 2011 г., № 36 // Респ. Беларусь, Белкоопсоюз, Правление. – Минск, 2011. – 59 с.
6. Писаренко, Н. П. Эффективность заготовительной деятельности / Н. П. Писаренко. – Москва : Экономика, 1979. – 200 с.
7. Хорнгрен, Ч. Т. Бухгалтерский учёт: управленческий аспект / Ч. Т. Хорнгрен, Дж. Фостер ; пер. с англ. ; под ред. Я. В. Соколова. – Москва : Финансы и статистика, 1995. – 416 с.
8. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – 4-е изд. доп. и перераб. – Москва : Институт новой экономики, 1999. – 1248 с.

ПЕДАГОГІКА ВИЩОЇ ШКОЛИ

ЭТИКА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ПЕДАГОГА И СТУДЕНТОВ

М. Асемхан, студент 2 курса

Н. Б. Турсынбекова, преподаватель-магистр социальных наук
Республика Казахстан, город Алматы, Алматинский казахский
государственный гуманитарно-педагогический колледж № 1

«Взаимопонимание – залог успеха всякого воспитания»

Д. С. Лихачев

Этика – одна из древнейших наук, возникшая как составная часть философии ещё в период рабовладельческого общества. В древнегреческом языке слово «этнос» имело множество значений: *привычка, характер, обычай, душевный склад человека*.

Впервые понятие «этика» употребил Аристотель (384–322 гг. до н. э.), который назвал так особую область исследования – «практическую философию», пытающуюся ответить на вопрос: что следует делать и от чего следует воздержаться?

Великие гуманисты прошлого были философами и психологами одновременно. Они понимали, что формирование нравственного образца и воспитания человека невозможно без понимания им самим норм и ценностей его жизни. Для этой цели, например, Аристотелем была разработана таблица, демонстрирующая, как чувства и эмоции человека (страсти) проявляются в форме либо добродетелей, либо пороков, то есть служат или благом для личности, или злом, которое её разрушает.

Учебное занятие в колледже – это основная форма аудиторной работы преподавателей со студентами. Учебное занятие призвано не только обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом, но и осознать ими принципы и нормы этики делового взаимодействия с преподавателями и сокурсниками.

Этические принципы и нормы делового общения преподавателя и студентов на занятии – это еще и способ эмоционального воздействия на обучающихся, повышающий их познавательную активность. Во время аудиторных занятий идет осмысление студентами теоретического материала, формируется умение убедить

тельно формулировать собственную точку зрения, приобретаются навыки профессиональной деятельности и этических принципов и норм культуры делового общения. Совместная деятельность преподавателя и студента на занятии позволяет объединить теоретико-методологические знания, практические навыки и этические принципы деловой культуры. Одной из основных задач преподавателя сегодня является облегчение и одновременно стимулирование процесса обучения для студента, т. е. умение создавать соответствующую нравственную атмосферу, интеллектуальную и эмоциональную обстановку в группе, атмосферу психологической поддержки. Преподаватель сможет создать в аудитории нужную атмосферу, если будет руководствоваться следующими этическими принципами делового общения: с самого начала и на всем протяжении учебного процесса демонстрировать полное доверие к студентам; помогать студентам в формулировании и уточнении целей и задач, стоящих перед группой, так и перед каждым обучающимся в отдельности; всегда исходить из того, что у студента есть внутренняя мотивация к обучению; восприниматься каждым студентом как человек, имеющий разнообразный опыт, к которому всегда можно обратиться за помощью; развивать в себе способность чувствовать эмоциональный настрой группы и принимать его; быть активным участником группового взаимодействия; открыто выражать в группе свои чувства; стремиться к достижению эмпатии, позволяющей понимать чувства и переживания каждого студента; но самое главное – должен хорошо знать себя! Педагогическая этика является самостоятельным разделом этической науки и изучает особенности педагогической морали, выясняет специфику реализации общих принципов нравственности в сфере педагогического труда, раскрывает её функции, специфику содержания принципов и этических категорий. Также педагогической этикой изучается характер нравственной деятельности учителя и нравственных отношений в профессиональной среде, разрабатываются основы педагогического этикета, представляющего собой совокупность выработанных в учительской среде специфических правил общения, манер поведения и т. п. людей, профессионально занимающихся обучением и воспитанием...

В отношениях «преподаватель – студент» всё более должны развиваться обратные связи «студент – преподаватель» как младшее партнёрство. Стимулирование активных, инициатив-

них обратных связей – важное звено воспитательного процесса среднего курса.

Специфика педагогического образования должна быть направлена прежде всего на широкую общекультурную подготовку, которая предполагает введение целого ряда человековедческих дисциплин в контексте общечеловеческой культуры и углубленное изучение в этом контексте конкретной области знания, соответствующей их профессиональной специализации. Таким образом будущий педагог и его воспитанники будут погружены в контекст общечеловеческой культуры, различных языков, видов искусства, способов деятельности во всем их своеобразии.

Список использованных информационных источников

1. Кузьмина Н. В. Психологическая структура деятельности учителя / Н. В. Кузьмина, Н. В. Кухарев. – Гомель ; Изд-во Гомельского гос. университета, 1996.
2. Столяренко Л. Д. Педагогическая психология. – Ростов н/Д : Феникс, 2003.
3. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – Москва, 2003.
4. Аронсон Э. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме / Аронсон Э, Уилсон Т., Эйкерт Р. – Санкт-Петербург, 2002.
5. Сарычев С. В. Социально-психологические аспекты надежности группы в напряженных ситуациях совместной деятельности / С. В. Сарычев, А. С. Чернышев. – Курск, 2000.

ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОСТІ СТУДЕНТІВ КОЛЕДЖУ НА ІНТЕГРАТИВНІЙ ОСНОВІ В ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ СУСПІЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН

А. П. Богінська, викладач

В. Б. Максимчук, викладач

*Коледж інформаційних технологій та землевпорядкування
Національного авіаційного університету*

Для вирішення такої комплексної проблеми, як громадянське виховання, потрібна системотворча основа. Аудиторна і позааудиторна робота з суспільно-гуманітарних дисциплін має на меті сформувати систему соціально значущих ціннісних орієнтацій, забезпечити формування у підлітків установки на включення в систему суспільних відносин.

Звичайно, розвиток власне громадянських якостей студентів є досить умовним, бо вони не формуються і не виховуються ізольовано, а є органічною складовою особистості. Тому у підростаючого покоління необхідно формувати системно-комплексну якість-духовність. [3]

Суспільно-гуманітарні предмети дають багатий матеріал у плані реалізації процесу громадянської освіти. Вони мають значний виховний потенціал, оскільки дають сукупність знань про людину, її призначення, роль у житті суспільства, моральні ідеали, передбачають засвоєння знань на емоційній основі. Навчальний процес на заняттях суспільно-гуманітарних дисциплін ґрунтується на принципах єдності пізнання, переживання і дії [2]. У змісті навчальних матеріалів знаходять відображення зразки духовності, гуманізму і громадянськості.

Змінити цей світ на краще ми можемо в тій мірі у якій здатні змінити в цьому сенсі себе. Адже сподіватися на людяність інших, не будучи самому гуманістом, безнадійна справа. Тому попри всі наші суспільні негаразди викладач суспільно-гуманітарного циклу в межах соціокультурного середовища навчальних занять має можливість до певної міри зберегти у цьому освітньому просторі мораль, людяність, демократичні засади, та толерантність у міжособистісних відносинах [1].

Результативними у цьому плані є інтерактивні інтегровані заняття, які синтезують найрізноманітніші за своєю природою знання. Це дає можливість охопити найрізноманітнішу інформацію про одні і ті ж соціальні явища.

Реалізація інтеграції предметів гуманітарного циклу дозволяє вирішити проблеми інформаційної перенасиченості, нерозривності історичних, культурних, мовних, літературних процесів, сприяє формуванню цілісного уявлення про події минулого і сьогодення, стає засобом засвоєння культурного досвіду. Надзвичайно важливою є спільна робота викладачів гуманітарних дисциплін (українська мова і література, світова література, історія України та всесвітня історія, культурологія, професійна етика, соціологія) над формуванням у студентів загальних синтезованих понять.

Принцип інтеграції націлює на формулювання для студентів таких проблем, питань, завдань, які орієнтують підлітків на застосування і синтез знань та умінь з різних предметів.

Важливо створити для студентів на навчальному занятті ситуацію самостійного вибору поведінки, накопичення досвіду етичних вчинків через інтерактивні методи навчання, розвитку соціальної, комунікативної, дослідницької, культурно-історичної, морально етичної компетенції. Необхідно уникати традиційних форм та методів роботи : монолог учителя, самостійна робота студента з підручником, індивідуальне опитування, що передбачає репродуктивне відтворення знань тощо. Натомість необхідно широко використовувати інтерактивні методи навчання, які дають студентові реальні можливості і ініціативи переходу з позиції споживача навчальної інформації в позицію творця і конструктора своїх знань і самого себе. Цьому сприяють метод проєктів, круглого столу, мозкової атаки, ділової навчальної гри, дебатів, імітаційно-рольових, вправ науково пошукової діяльності.

При такому підході зміст навчальної дисципліни стає не самоцільно, а засобом формування особистості громадянина. Для ставлення і функціонування громадянської позиції принципове значення має здатність усвідомлювати власне ставлення до дійсності, вміння пізнавати себе і інших, орієнтуватись у цілях та ситуаціях спілкування, що передбачає самоаналіз, самоспостереження, самозвіт і самооцінку. Тому так важливо в процесі формування громадянської позиції на навчальних заняттях застосовувати методи з рефлексивною складовою : питання, завдання, створення навчальної ситуації, що передбачають самоаналіз через побудову умовиводів, зіставлень, висновків, аналогів, порівнянь, оцінок свого стану і досвіду.

Отже, в основі педагогічного організації формування громадянськості в процесі викладання суспільно-гуманітарних дисциплін в коледжі має лежати принцип єдності громадянського і морального виховання. Це має бути цілісна комплексна освіта, яка включає організацію ціннісно-сміслового змісту програмового матеріалу, засобів і способів, зовнішніх і внутрішніх умов виховання громадянськості, а також організацію спільної роботи педагога і студента, що ґрунтується на взаємній повазі і співробітництві та спрямована на формування громадянських ціннісних компетенцій кожного студента, а також створення умов для самоорганізації і самовиховання особистості в умовах сучасного змісту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Боренько Я. Особливості громадянських ціннісних орієнтації студентської молоді / Я. Боренько ; Львів. Нац. ун-т імені Івана Франка // Вісник Львівського університету. Сер. Педагогічна. – 2006. – Вип. 21, Ч. 2. – С. 92–96.
2. Вербицька П. В. Реалізація завдань громадянського виховання у навчальному процесі загальноосвітньої школи / П. В. Вербицька ; за ред. О. В. Биковської // Науковий часопис Національного педагогічного ун-ту ім. М. П. Драгоманова. Сер. № 5 : Пед. науки: реалії та перспективи. – Київ : 2009. – Вип. 16. – С. 40–47.
3. Дерев'янку Н. Теоретичні засади формування громадянської культури школярів : [монографія] / Надія Павлівна Дерев'янку. – Івано-Франківськ : Плай, 2002. – 199 с.

ПРОФЕСИОНАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ СТУДЕНТОВ КАК СПОСОБ АКТИВИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ

Н. Я. Брагинец, учащаяся группы П-42, специальность
Программное обеспечение информационных технологий
Т. В. Михаленко, магистр экономических наук,
преподаватель – научный руководитель
*Учреждение образования «Гомельский торгово-экономический
колледж» Белкоопсоюза*

Формирование положительного отношения к профессии является важным фактором повышения учебной успеваемости студентов, удовлетворенности профессией в будущем. Изучение структуры профессионально-ориентированной мотивации студентов, знание мотивов, побуждающих к работе в той или иной сфере, позволит психологически обоснованно решать задачи повышения эффективности педагогической деятельности: правильно осуществлять отбор, обучение, расстановку кадров, планировать профессиональную карьеру.

Применительно к учебной деятельности студентов под профессиональной мотивацией понимается совокупность факторов и процессов, которые, побуждают и направляют личность к изучению будущей профессиональной деятельности. Профессиональная мотивация выступает как внутренний движущий фактор развития профессионализма и личности так, как только на основе ее высокого уровня формирования, возможно эффективное

развитие профессиональной образованности и культуры личности.

Успеваемость студентов зависит в основном от развития учебной мотивации, а не только от природных способностей. Между этими двумя факторами существует сложная система взаимосвязей. При определенных условиях (в частности, при высоком интересе личности к конкретной деятельности) может включаться так называемый компенсаторный механизм. Недостаток способностей при этом восполняется развитием мотивационной сферы (интерес к предмету, осознанность выбора профессии и др.), и студент добивается больших успехов.

Говоря о структуре профессиональной мотивации, следует отметить, что здесь важнейшую роль играет положительное отношение к профессии, поскольку такое отношение связано с конечными целями обучения. Другими словами, если студент осознанно выбрал профессию, и он считает ее значимой как для себя, так и для общества, это, безусловно, позитивно скажется на результатах процесса профподготовки.

Среди негативных факторов, снижающих учебно-профессиональную мотивацию учащегося, можно назвать несоответствие ранее существовавшего представления о профессии тому, что учащийся встретил в учебном заведении. Второй фактор – это недостаточная подготовленность к систематической и напряженной учебной деятельности. Как фактор снижения учебной и профессиональной мотивации у учащегося может возникать стремление перейти на другую специальность и отрицательное отношение к отдельным учебным дисциплинам при общем положительном отношении к учебе. Последнее появляется из-за непонимания места определенной учебной дисциплины в системе профессионального обучения и значения знаний, умений, навыков, формирующихся в ходе ее изучения, для эффективного выполнения в будущем профессиональной деятельности.

Анализ результатов, полученных в результате анкетирования, свидетельствует о том, что для студентов 1 курса значимым мотивом является желание добиться одобрения родителей и окружающих (69 % студентов). У 19 % студентов в дополнение к вышеобозначенным мотивам, добавляется желание получить глубокие и прочные знания. 12 % студентов в качестве причин, побуждающих их учиться, выбирают также возможность получить интеллектуальное удовлетворение.

Полученные результаты свидетельствуют о необходимости реализации целенаправленной работы по мотивированию студентов на получение выбранной профессии. Чтобы повысить профессиональную мотивацию студентов необходимо:

1. Заинтересовать студентов. Следует проводить деловые игры, встречи с представителями предприятий, на лекциях пояснять, как та или иная формула применяется в жизни. Для актуализации опорных знаний и стимулирования интереса к изучаемой теме по теме преподаватель может раскрыть практическую значимость темы урока для будущей профессиональной деятельности, а также организовать повторение материала по теме используя «Ромашку Блума». На ромашке указаны 6 типов вопросов. В зависимости от типа вопроса, указанного на лепестке, преподаватель формулирует вопрос по теме. При изложении материала предлагаем использовать технологию «Обучаясь-учусь». Предлагаемая технология один из видов педагогических технологий, при котором один участник учит другого участника. Студенты отрабатывают материал, работают с опорными конспектами и обмениваются информацией, создавая временные пары; делают записи в опорные конспекты.

Повышению мотивации к обучению будет способствовать метод группового решения задач и развития креативности – метод «6-3-5», или «брейнрайтинг», что в буквальном смысле означает «мозговое писание».

Кроме того, в рамках изучения дисциплины «Организация производства» следует проводить экскурсии в промышленные организации. Так, студенты узнают, как организовано производство в ОАО «Коминтерн», ОАО «Гомельский ДСК», ОАО «Спартак», а также знакомятся с организацией работы основных и вспомогательных подразделений, обслуживающих хозяйств.

2. Стимулирование на результат, а не на оценку. Студента необходимо не только заинтересовать предметом, но и открыть для него возможности практического использования знаний.

3. Пробудить в студентах исследовательскую жилку.

4. Объединение студентов с помощью социальной сети для совместной работы, обсуждения и обмена информацией, обмена знаниями.

5. Показывать учащимся перспективы их карьеры, преимущества, которые они получают, окончив учебный курс.

Таким образом, повысить профессиональную мотивацию не

так уж сложно. Использование методики активного обучения заключается в том, что с помощью его форм, методов можно достаточно эффективно решать целый ряд задач, которые трудно достигаются в традиционном обучении: формировать не только познавательные, но и профессиональные мотивы и интересы, воспитывать системное мышление.

Список использованных информационных источников

1. Беляева, О. А. Педагогические технологии в профессиональной школе : учебное пособие / О. А. Беляева. – Минск : РИПО, 2016. – 60 с.
2. Бобрович, Т. А. Методика преподавания общепрофессиональных и специальных предметов и дисциплин / Т. А. Бобрович. – Минск : РИПО, 2015. – 24 с.

INTELLECTUAL CAPITAL MANAGEMENT IN CONDITIONS OF EDUCATION TRANSFORMATION

Julija Galkina, PhD Student, Law Lecture

Žanna Kješčeŋnikova, Law Lecture

Marina Celika, PhD student

ISMA University of Applied Sciences

Competitive position in private higher educational sector in modern conditions is determined primarily by their ability to activate their intellectual potential. The intellectual potential of the university is the most important factor in ensuring high-quality higher education, preparation of unique human resources, production of new knowledge, scientific products and technologies. Intellectual potential under the condition of effective management can be transformed into intellectual capital. Intellectual capital of any enterprise, including a higher education institution, is one of the constituent intangible assets, the value of which must be measured in order to understand the market value of the entire enterprise.

The VAIC (Value Added Intellectual Coefficient) model is one of the modern methods for measuring the value of intangible assets of the company. This model involves the division of intellectual capital into human, process, innovative and client components.

The efficiency of using each of the elements of intellectual capital is defined as the ability to create added value.

The VAIC model provides an assessment of the effectiveness of intellectual capital. The system of performance indicators in accordance with the VAIC model is presented in Table 1.

Efficiency of intellectual capital			
Human capital efficiency	Structural capital efficiency		
	Human capital efficiency	Efficiency of organizational capital	
		Process capital efficiency	Innovative capital efficiency

Table 1. system of performance indicators of intellectual capital in accordance with VAIC model

In relation to human capital in accordance with the VAIC model, the salary of the company's staff is not considered as a cost, but as investment in employees. Staff salaries, investments in training and development have the same meaning as investments in fixed assets. Indeed, through the staff, an educational institution is directly involved in creating its market value.

Effective management of intellectual resources involves analysis of the main following problems:

1. Selection and training of persons able to realize their intellectual potential in this institution. Attracting unique professionals capable of making innovative, creative solutions. For such specialists, not only wage issues are important, but also the employer's brand, its image on the labor market, on basis of which are corporate values and corporate life. Image of the university as an employer, formed on the reviews and impressions of current and former employees.

2. Creating a system of incentives and motivation, development of creative activity of workers involved creation of intangible assets. In the system of managing intellectual capital of higher educational institution, its implementation ensures to increase personnel productivity, the competitiveness of their skills and contributes to the productive use of human capital. Motivation should be based on monitoring needs systematically, and especially important for unique employees. The motivational system should contribute to building up and efficient use of intellectual capital, building effective communication, increasing competences and improving labor results.

Measuring and evaluating intangible assets is a complex and expensive process, the results are often uncertain.

The main problem in measurement systems is that when measuring social phenomena there is no scientific accuracy.

For the last years, many alternative valuation methods have been proposed, with a particular focus on non-financial indicators. According to D. Luthy and M. Williams, these methods can be divided into the following groups: (Luthy D. Intellectual Capital and Its Measurement, Asian Pacific Interdisciplinary Research Conference in Accounting (APIRA), 1998.)

1. Direct Intellectual Capital Methods (DICM) methods assess the monetary value of intangible assets by identifying its various components.

2. Market Capitalization Methods (MCM) provide an opportunity to calculate the value of intellectual capital or intangible resources as the difference between the market capitalization of the company and the value of its share capital.

3. Methods for determining asset returns (Return on Assets Methods, ROA) calculate the average income of a company before taxes and divide it by the average value of the company's tangible assets.

4. Methods of scoring (Scorecard Methods, SCM) highlight the various components of intangible assets or intellectual capital, then indicators and indices are determined and presented in the form of scorecards or graphs.

5. Exact measuring systems (Proper Measurement Systems, MS). Those indicators are combined into a measuring system, usually a hierarchy of total value measurements (Conjoint Value Hierarchy, CVH), and real data were used to obtain reliable value calculations. These calculations can be combined with financial data.

On Table 2 presents recommendations on the use of methods for evaluating certain components of intellectual capital. If all proposed methods can be used to evaluate copyright objects, then scoring method and accurate measurement systems will be more effective for evaluating qualified personnel, academic staff.

Elements of intellectual capital	DICM	MCM	ROA	SCM	MS
1	2	3	4	5	6
Patents and technologies	+	+	+	+	+
Trademarks	+	+	+	+	+
Copyright	+	+	+	+	+
Qualified staff	-	-	-	+	+
Management Information Software	+	+	+	+	+

1	2	3	4	5	6
Information software Software management	+	+	+	+	+
Distribution Networks	–	+	+	+	+
Place of Birth	–	+	+	+	+
Franchise Rights	+	+	+	+	+
Corporate practices and procedures	–	–	–	+	+

Table 2. Recommendations of intellectual capital use and valuation methods

References

1. Ribeiro, C. P. (2016). Event marketing: an innovative promotional tool and its impact on consumer (Doctoral dissertation). Retrieved from: <http://repositorio-ucp.pre.rcaap.pt/handle/10400.14/20335>
2. Muralidharan, K., & Raval, N. (2017). Six Sigma marketing and productivity improvement. *A Quarterly Journal of the National Productivity Council*, 58(1), 107–114.
3. Boardman, A. E., Greenberg, D. H., Vining, A. R., & Weimer, D. L. (2017). *Cost-benefit analysis: concepts and practice*. Cambridge University Press. Retrieved from: http://assets.cambridge.org/97811084/48284/frontmatter/9781108448284_frontmatter.pdf
4. Smith, S. S. (2018). *Integrated Reporting Management: Analysis and Applications for Creating Value*. Productivity Press. Retrieved from
5. Hindle, 2007K. **Hindle Teaching entrepreneurship at university: from the wrong building to the right philosophy** A. Fayolle (Ed.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education.*, Edward Elgar, Cheltenham, UK(2007)
6. Mc Connell and Brue, 2005C.R. Mc Connell, S. L. Brue **Economics: Principles Problems and Policies**, McGraw-Hill, Irwin (2005)
7. OECD, 2011OECD (2011). *Skills for Innovation and Research*, Organisation for Economic Co-operation and Development Publishing. Retrieved September 21, 2013, from <http://dx.doi.org/10.1787/9789264097490-en>.

ВИКОРИСТАННЯ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ЗАНЯТЬ З МАТЕМАТИКИ

Л. Б. Гурська, викладач математики

Л. А. Терещенко, викладач математики I категорії

Коледж інформаційних технологій та землевпорядкування НАУ

Сфера освіти, як і будь-які інші сфери помітно відчують впливи культури, науки, економіки, політики і техніки в процесі розвитку. Особливо помітний вплив інтегральних політико-економічних, соціально-культурних і науково-технічних факторів, які проявляють себе у вигляді певних тенденцій.

З розвитком інформаційних технологій зростає їх роль та використання у сфері освіти. Світовим трендом у сфері освіти стають відкриті онлайн-курси MOOCs і медіа-освіта. Впровадження нових технологій навчання та досконале оволодіння ними вимагають певної внутрішньої готовності як викладачів, так і здобувачів вищої освіти до серйозних перетворень, що відповідають умовам швидкого та змінного інформаційного суспільства. [3, с. 50].

Основні принципи дистанційного навчання – це встановлення інтерактивного спілкування між студентом та викладачем без забезпечення їх безпосередньої зустрічі і самостійне освоєння певного масиву знань і навичок за обраним курсом при використанні певних інформаційних технологій [1, с. 167].

Дистанційна форма навчання це сучасна платформа для отримання знань. І хоча Україна значно відстає від країн зарубіжжя з питань дистанційної освіти, але ми вже бачимо перші кроки які вітчизняна освіта робить в данному напрямі.

Дистанційне навчання – сукупність технологій, що забезпечують доставку студентам основного обсягу навчального матеріалу, інтерактивна взаємодія студентів і викладачів в процесі навчання, надання студентам можливості самостійної роботи з навчальними матеріалами, а також у процесі навчання.

В основі соціально-економічного розвитку інформаційного суспільства лежить не матеріальне виробництво, а виробництво інформації та знань. Для будь-якої країни ступінь її економічного і технологічного розвитку, добробуту суспільства пропорційні середньому рівню знань, умінь, навичок і кваліфікацій її активного населення [2, с. 5].

На теперішній час рівень організації та проведення дистанційного навчання з математики може бути забезпечений при:

- використанні новітніх мережевих технологій;
- забезпеченні доступу всіх учасників навчального процесу до комп'ютерів і широко використованих комп'ютерних мереж;
- використанні сучасних інструментальних систем для організації дистанційного навчання;
- використанні сучасних форм і методів навчання, заснованих на активній самостійній роботі студентів;
- застосуванні інтерактивних, мультимедійних електронних засобів навчального призначення;
- організації спеціальної підготовки педагогів у галузі створення та використання дистанційних навчальних курсів з математики з використанням інструментальних програмних систем.

Все це дає змогу студентам та викладачам, налагодити взаємозв'язок між собою та тісно співпрацювати.

Дистанційна освіта з математики орієнтована на використання дистанційних освітніх технологій, які повинні будуватися з урахуванням наступних вимог:

- у центрі процесу навчання перебуває самостійна пізнавальна діяльність студента ;
- самостійне придбання знань не повинно носити пасивний характер;
- організація самостійної діяльності студента в мережі передбачає використання новітніх педагогічних технологій;
- дистанційні освітні технології передбачають активну взаємодію, як з викладачем, так і з іншими студентами;
- система контролю повинна носити систематичний характер і будуватися як на основі оперативного зворотного зв'язку.

Використовуючи дистанційні технології з математики педагоги застосовують різноманітні форми роботи з молодим поколінням, серед яких Skype-заняття, веб-заняття, де молодь самостійно вивчають освітній ресурс, виконують завдання, а педагог його перевіряє і дає обов'язкову рецензію виконаному завданню при особистій зустрічі. Студенти постійно виступають в активній ролі.

Форми навчання кожного заняття відповідають особливостям сприйняття і розумової діяльності, цілям і задачам конкретних занять. На дистанційних заняттях з математики передбачені можливості для спілкування, такі, як форум і внутрішня пошта. Вони дозволяють студентам отримувати консультації викладача і спілкуватися з однолітками, обговорюючи домашні завдання, самостійні і тестові роботи.

Організований таким чином діалог дозволяє перейти від нудної форми поглинання інформації до жвавої, і принципово відрізняє дистанційні курси з математики від інших дистанційних курсів, які складаються, зазвичай, з відсканованих сторінок навчальних посібників. Дистанційне навчання з математики в Україні знаходиться на початковому етапі свого розвитку. Володіючи рядом особливостей, вони дозволяють ефективно організувати взаємодію викладача і студента між собою на відстані, і відображають всі властиві навчальному процесу компоненти (цілі, зміст, методи, організаційні форми, засоби навчання).

Торкаючись розвитку дистанційної освіти з математики в Україні, можна зазначити, що в останні роки ця тема все частіше піднімається в рамках приватних питань педагогіки і психології в межах закладів освіти та інших організацій, так і на державному рівні. Можна побачити активну позицію держави і приватних осіб у розвитку електронного навчання в Україні, яке частіше згадується в контексті дистанційної освіти. Однак можна бачити певну особливість даної позиції: практично відсутній психолого-педагогічний зміст даних програм і декларацій, виводячи на перший план техніко-технологічні показники і зовнішні аспекти даного питання. Дистанційне навчання з математики повинно мати певну концепцію, налагоджену систему існування, мати в основі психолого-педагогічні основи, тільки тоді подібну форму навчання можна буде назвати вдалою.

Також необхідно зазначити, що система дистанційного навчання являє собою не просто сукупність дидактичних технологій, інформаційних ресурсів, програмного забезпечення та ін., вона передбачає також створення освітніх подій, які стимулюють активне навчання, інтегруючи зміст дистанційних курсів і особисті знання студентів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гозман Л. Я. Дистанционное обучение на пороге XXI века / Гозман Л. Я., Шестопал Е. Б. – Ростов-н/Д : Мысль, 1999. – 368 с.
2. Триндаде А. Р. Информационные и коммуникационные технологии и развитие человеческих ресурсов / А. Р. Триндаде // Дистанционное образование. – 2000. – № 2. – С. 5–9.
3. Абдалова О. И. Использование технологий электронного обучения в учебном процессе / О. И. Абдалова, О. Ю. Исакова // Дистанц. и виртуал. обучение. – 2014. – № 12. – С. 50–55.

ПАТРІОТИЧНЕ ВИХОВАННЯ: КРАЄЗНАВЧО-ДОСЛІДНИЦЬКА РОБОТА

*Н. О. Денесенко, студентка групи ПР-21, спеціальність Право
О. В. Трауцька, викладач вищої категорії – науковий керівник
Полтавський кооперативний коледж*

Патріотизм – це любов до минулого і сучасного своєї Батьківщини, надія і віра в її майбутнє. Основою виховання патріотизму у молоді є об'єктивний і всебічний підхід до вивчення минулого. Дослідження історії свого краю – надважлива складова цивільно-патріотичного виховання, оскільки прищеплює повагу до історії і культури свого народу, прагнення зберегти і примножити культурну спадщину своєї країни і всього людства.

Змістовна наповненість, сутність патріотичного виховання, його форми і види активно обговорюються у вітчизняній соціально-гуманітарній та педагогічній літературі [1]. Існує значний доробок науковців, де наголошується, що пріоритетами патріотичного виховання мають бути позитивно забарвлене ціннісне ставлення до рідної землі, її мови, традицій, населення. Проте, не зважаючи на різноманіття робіт з даної проблематики, дискусії про форми і методи патріотичного виховання молоді залишаються актуальними, а пізнання означеної проблеми продовжується.

На наш погляд, національно-патріотичне виховання починається із відвертого спілкування викладача і студентів під час вивчення історії Батьківщини. Ми погоджуємося з науковцями, які вважають, що поза історичного розвитку, поза вивчення конкретного періоду часу виховати правильний погляд на події сучасності неможливо. Досліджуючи минуле кожного населеного пункту, студенти за допомогою викладача наче з пазлів складають цілісну картину історії свого краю, своєї Батьківщини, відтворюючи взаємозв'язки подій минулого і теперішнього життя.

У Полтавському кооперативному коледжі становлення цілісної особистості зі сформованою стійкою системою ціннісних координат, яка дозволяє знайти надійне підґрунтя для саморозвитку, відбувається під час реалізації проекту «Мій край: сторінки історії».

Знання студентів про минуле рідного краю – важливий компонент історичної освіти. Вивчення історії свого села чи міста,

вулиці, домівки, де людина народилася і виросла, сприяє вихованню національної свідомості, формуванню самостійних, самоосвітніх, інформаційних компетенцій.

Немає, мабуть, благодатнішої ниви у безкрайньому полі навчальних предметів, де б так широко, глибоко, доцільно використовувався краєзнавчий матеріал, як історія.

Краєзнавча робота дає найбільший педагогічний ефект тоді, коли викладач не обмежується передачею готових відомостей, а організовує студентів на самостійний пошук краєзнавчих знань, заохочуючи застосування ними цих знань під час вивчення курсу вітчизняної історії. Цим забезпечуються широкі можливості для самостійної діяльності студентів, пошуку, дослідження і навіть відкриттів.

Саме поєднання вивчення історії України з історією краю формує цілісну історичну свідомість, підсилює патріотичні почуття учнів, дає можливість здобувачам освіти одержати відповіді на запитання: хто ми? чії діти?

Науково-дослідна робота, яка проводиться студентами у межах вищезначеного проекту, спрямована на вивчення історії Полтавщини; збір матеріалів із життя видатних земляків, дідів та прадідів; подій, що відбувалися у роки колективізації, репресій, Другої світової війни, адже фундаментом, на якому формується національна свідомість українців, є історична пам'ять, що зберігає кожну сторінку життя, боротьби рідного народу за соціальні, політичні та національні права.

Так під час вивчення теми «Наш край у роки Другої світової війни», студенти коледжу взяли участь у роботі над дослідним проектом «Пам'ять подвиг береже». *Основною ідеєю проекту* було вивчення історії рідного краю за часів Великої Вітчизняної війни. Обговорюючи план проведення дослідної роботи, учасники наголосили, що жертв тих страшних подій не воскресити, однак забувати минуле сучасне молоде покоління не має права. І не лише тому, що без історичного минулого не має сьогодення, а й тому, що минуле відкриває нові сторінки історії нашої країни, вчить бути гуманними і відповідальними за своє майбутнє і майбутнє своїх дітей.

У процесі краєзнавчо-дослідницької роботи досліджувалися важливі аспекти окресленої проблематики: окупація сіл Полтавщини гітлерівськими військами; становище рідного краю у роки

окупації; визволення місцевості радянськими військами; спогади нащадків ветеранів війни.

Реалізація проекту здійснювалася протягом 1-го місяця. Учасниками проекту проведено пошуково-дослідницьку роботу: опрацьовані архівні літературні джерела, проведені тематичні зустрічі зі старожилами-односельчанами, ветеранами війни, вдовами, остарбайтерами; зібрано чимало фотоматеріалів.

Підсумком пошуково-дослідної роботи став аналіз інформації, зібраної учасниками проекту, систематизація і узагальнення зібраних матеріалів, підготовлена презентація реалізованого проекту, яка відбувалася на семінарському занятті у формі прес-конференції.

Учасники проекту виступали у ролі дослідників-краєзнавців, інша частина студентів виконувала ролі представників преси. Під час виступу дослідники демонстрували фотографії, фотокопії архівних документів, речові знахідки. Після кожного повідомлення представники преси задавали запитання доповідачеві, як правило, починаючи його так: «Читачів нашого журналу цікавить таке питання...», «Читачі нашої газети просять пояснити таке явище...».

Ураховуючи зібрані матеріали дослідження, набутий досвід та проведений аналіз архівних документів, зроблено висновки про те, що війна принесла багато лиха українському народу, землякам, односельчанам, родинам. Учасники проекту проаналізували, систематизували і узагальнили зібрану інформацію і прийняли рішення виготовити альбом «Пам'ять подвиг береже».

При цьому, узагальнюючи результати проведеної пошукової роботи, зроблено висновки про те, що багато подій з досліджуваних періодів ще не вивчено. Особливо це стосується минулого невеликих населених пунктів. З огляду на вищезначене, на засіданні історичного гуртка прийняте рішення про продовження краєзнавчо-дослідницької роботи та залучення студентів другого курсу до виконання проектів на теми: «Наш край у 50-80-і рр.» «Села Полтавщини у радянські часи».

Підсумовуючи зазначимо, що патріотизм – це не сліпа відданість своїй країні, це знання її минулого, сьогодення, вміння і бажання її вдосконалювати. Тому особливого значення у патріотичному вихованні молоді набуває робота дискусійних клубів, реалізація дослідницьких проектів історичної та сучасної спрямованості, проведення тренінгів толерантності, підтримка волонтерської діяльності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Баханов К. О. Життєтворчі проекти в навчання історії України : посібник для вчителів / К. О. Баханов, В. А. Ницета. – Харків : Основа, 2008. – 109 с.

МІЖПРЕДМЕТНІ ЗВ'ЯЗКИ ІНФОРМАТИКИ ТА ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ДИСЦИПЛІН ПРИ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Я. О. Іващенко, викладач

Н. О. Мамчур, викладач

С. В. Щербак, викладач

Черкаський комерційний технікум

Стрімкий розвиток інформаційних технологій сьогодні змушує педагога враховувати перспективи використання комп'ютерних технологій та переорієнтувати процес викладання інформатики. Дослідження останніх років переконливо свідчать, що активізація пізнавальної діяльності студентів стає більш ефективною, якщо в процесі навчання поряд з іншими педагогічними факторами використовуються міжпредметні зв'язки. Саме вони сприяють більш продуктивному формуванню у студентів пізнавальної діяльності, самостійності у виробленні пізнавальних інтересів і позитивної мотивації навчання [1, с. 35].

Вивченням міжпредметних зв'язків інформатики та обліково-економічних дисциплін займалися такі дослідники як: М. Г. Багієва, О. М. Гончарова, Т. І. Коваль, Н. М. Кузьміна. Ми підтримуємо ідеї зазначених дослідників і вважаємо, що при підготовці майбутніх фахівців економічних спеціальностей доцільно інтегрувати знання з різних навчальних дисциплін. Міжпредметні інтегративні зв'язки відіграють важливу у професійній підготовці майбутніх економістів. Вони відіграють важливу роль в активізації пізнавальної діяльності студентів, формуванню мотивації до навчання та застосуванню узагальнених прийомів мислення. Різний рівень знань студентів з навчальних предметів не сприяє створенню цілісного уявлення про навколишній світ. Лише інтегративне вивчення цих об'єктів і явищ у межах навчальних дисциплін сприяє в студентів системи знань і наукового світогляду. Це вимагає систематичного здійснення міжпредметних зв'язків у навчанні [2, с. 57].

Міжпредметні зв'язки інформатики та обліково-економічних дисциплін реалізуються насамперед при аналізі отриманих результатів та визначенні класу економічних задач, для яких можна використати те чи інше програмне забезпечення. Для студентів економічних спеціальностей важливо розглянути різні можливості використання конкретного програмного забезпечення в економічній діяльності. Це надає їм можливість засвоїти теоретичні знання і набути практичних навичок використання сучасних інформаційних технологій в обліковій, планово-економічній та управлінській діяльності підприємств, розв'язування фінансово-аналітичних задач у різних сферах економічної діяльності.

Враховуючи вищесказане, ми вбачаємо необхідність у реалізації діяльності студентів шляхом інтеграції знань з інформатики та обліково-економічних дисциплін. Сучасні технології дають можливість створювати корисний мультимедійний продукт. На заняттях з дисципліни «Інформатика» доцільно запропонувати студентам створити комп'ютерну презентацію, що являтиме собою електронний ресурс для подальшого використання при вивченні дисциплін циклу професійної та практичної підготовки. У ході занять з інформатики та обліково-економічних дисциплін студенти часто працюють в групах, здійснюють пошук та обробку інформації з першоджерел (наприклад, постанов, поточних законів) за допомогою сервісу Internet Explorer. Також для організації різних форм та методів взаємодії студентів використовуються хмарні технології, перевагою яких є можливість безперервного доступу до навчальних матеріалів. Для візуалізації аналізу опрацьованих даних, статистики депозитних та кредитних операцій, розв'язання задачі оптимізації економічної діяльності, створення баз даних ми пропонуємо студентам розглянути можливості таких програмних середовищ як MS Excel, MS Access, Google Data Studio. Впроваджувати такі форми роботи також доцільно на бінарних заняттях. Це стимулює розвиток пізнавального інтересу майбутнього фахівця та вдосконалює навички роботи з інформацією.

Використовуючи міжпредметні зв'язки інформатики та обліково-економічних дисциплін, майбутні фахівці формують цілісну систему знань та комплексне бачення проблем, закладають основи для розв'язування складних задач з використанням програмного забезпечення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ковальчук Л. Організаційні принципи впровадження педагогічної технології реалізації міжпредметних зв'язків у навчальний процес [Текст] / Л. Ковальчук // Вісник Львівського університету. – Вип. 16. – Ч. 2. – Львів, 2002. – С. 30–38.
2. Стешенко В. В. Теоретические основы реализации межпредметных связей в учебном процессе [Текст] / В. В. Стешенко. – Славянск : СГПИ, 1995. – 168 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ SMART-ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ПЕДАГОГА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Е. К. Куанышбекова, магистрант кафедры
«Профессиональное обучение и педагогика»

Г. М. Смирнова, к. п. н., доцент кафедры *«Профессиональное обучение и педагогика»* – научный руководитель
Карагандинский государственный технический университет

Сегодня информационные технологии стали неотъемлемой частью жизни человека. В настоящее время в эпоху глобализации общество переходит на общую цифровизацию, используя современные технологии люди достигают больших успехов. В своем Послании Глава государства отметил: «Наши граждане должны быть готовы постоянно овладевать навыками работы на самом передовом оборудовании и самом современном производстве».

Смарт-концепция в области образования приводит к появлению современных технологий, таких как умная доска, экраны, доступ в интернет из любой точки мира. Каждая из этих технологий позволяет по-новому строить процесс разработки, доставки и актуализации контента. Обучение возможно не только в аудитории, но и дома, и в любом месте. Основным элементом, связывающим образовательный процесс, является активный образовательный контент, на основе которого создаются единые базы данных, позволяющие исключить пределы времени и пространства.

SMART образование способствует повышению уровня развития личности и расширению возможностей в условиях меняющегося мира. Повысить потенциал населения, просвещение вполне. С появлением Смарт-технологий появилось множество

новых профессий, повышается конкурентоспособность. Для повышения благосостояния страны, воспитания сознательного поколения необходимо прежде всего качественное образование.

В нашей стране, уже ведутся работы по внедрению Smart технологий. Совсем недавно говорили о развитии цифровых технологий и создании «Smart-City», которое даст Казахстану конкурентное преимущество в эпоху четвертой всемирной технической революции. В прошлом году в городе Актау открылась первая в республике смарт-школа. Школа оснащена самым современным оборудованием, умные цифровые технологии позволяют изучать программирование, робототехнику, 3D-моделирование. Кроме того, при смарт-школе действует и умная теплица, в которой все процессы автоматизированы.

Так же отечественные вузы активно включаются в процесс. Онлайн-учебники, облачная система обучения, виртуальные лаборатории, персональный ID каждому студенту, открытый образовательный контент – все это ждет образование Казахстана в самом ближайшем будущем.

В совокупности с правильно подобранными педагогическими технологиями SMART технологии обладают огромным потенциалом, способствующим повышению качества подготовки студентов специальности «Профессиональное обучение».

Подготовка будущих специалистов профессионального обучения предполагает усвоение обучающимися системы профессиональных знаний и формирование профессиональной деятельности, умений оперативно адаптироваться к быстро меняющимся условиям общества и переориентироваться с одного вида деятельности на другой, формирование творческих способностей.

Особое внимание на современном этапе подготовки будущих педагогов профессионального обучения уделяется технологии организации образовательного процесса в вузе и разработке педагогических условий, которые способствуют эффективной методической подготовке.

Внедрение Смарт обучения позволит будущим педагогам профессионального обучения быть хорошо осведомленным не только в своей профессиональной области, но и помогут им развивать у учащихся потенциал 21 века: творчество, способность совместной работы и коммуникаций, развивать критическое мышление, использовать инновационные методы обучения.

Список использованных информационных источников

1. Омарова Н. Ю. К смарт обществу: опыт и проблемы / Н. Ю. Омарова // *Инновации*. – № 5(175). – 2013. – С. 107–110.
2. Данченко Л. А. SMART-обучение: основные принципы организации учебного процесса / Л. А. Данченко, П. Ю. Невоструев // *Открытое образование*. – 1/2014. – С. 70–74.

ПРИРОДА І СЕНС УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

О. В. Радзюн, викладач суспільних дисциплін
Черкаський комерційний технікум

В умовах сучасного постіндустріального суспільства підсилюється увага до всіх видів освіти, як найважливішого фактору соціального та економічного процесу. Адже основною цінністю та капіталом сучасного суспільства постає людина, здатна до пошуку, до засвоєння нових знань, до прийняття нестандартних рішень. Усвідомлюючи обмеженість подальшого розвитку за рахунок виключно економічного зростання та підсилення технічної могутності, останнім часом поширюється переконання, що майбутнє буде значною мірою визначатися рівнем духовної культури тієї чи іншої цивілізації.

В наш час університети та інші вищі навчальні заклади відіграють центральну роль в розвитку суспільства, економіки та культури на глобальному, регіональному та місцевому рівнях. Саме університетська освіта є найважливішим елементом формування людського капіталу, сфера діяльності, де може здійснюватися трансформація суспільних цінностей у напрямі пріоритетної творчої роботи.

Метою роботи є дослідження природи та сенсу університетської освіти у відповідності з сучасною парадигмою, яка відводить освіті роль формування людиною себе самої через знання, формування особистості.

Як зазначав Даніель Белл, для сучасної постіндустріальної, «інформаційної» епохи характерне зростання кількості і значення інформації в житті суспільства. В інформаційну епоху зростає роль теоретичних знань: тобто стає не просто більше інформації, а на важливий фактор перетворюється вищий тип інформації – знання [1].

У вітчизняній літературі знання розглядається як перевірений практикою результат пізнання дійсності. Значною мірою людство існує завдяки засвоєнню накопиченого досвіду попередніх поколінь. Однак знання, пронесене через століття ще необхідно засвоїти. К. Ясперс підкреслював, що становлення людини відбувається не лише шляхом біологічного наслідування, а й значною мірою через традиції [2]. Виховання людини, це процес, який повторюється стосовно кожного індивіда, тому освіту слід розглядати в межах цілісного світоглядного контексту. Характер суспільства, його тип та специфіка спрямовують зміст навчання. Сучасна освіта має розглядатися крізь призму ліберальних цінностей: свободу, приватну власність, верховенство особистості. Саме з ними пов'язане майбутнє України.

Метою освіти є забезпечення розуміння. На думку Д. Дьюї, за своєю сутністю розуміння пов'язане з дією, в той же час як інформація, в сутності, відокремлена від неї. Жодна система освіти не в змозі підтримувати у нового покоління емоційну стабільність, якщо не готує своїх випускників до реального життя. Однак зараз існує суттєвий відрив навчання від практичних задач, котрі постають перед суспільством.

Навчання знанням – не локальний процес, пов'язаний з певною сферою суспільного життя, це архітектура майбутнього. Не випадково міркування Платона щодо навчання молоді накопиченому знанню спонукало його до утворення проекту «ідеального» суспільства. Висновок Платона: існування держави забезпечується існуванням чогось єдиного, до якого причетні всі. Це – добродієність, під якою розумілося знання, якому слід навчатися. Коментуючи Платона, М. Хайдеггер писав, що «Освіта» є одночасно і формування, і керівництво у відповідності з певним зразком [3].

Зараз багато в чому виявляється втраченим сенс освіти. Кращим наголошується знання, яке дає швидко й найбільш відчутну практичну користь. Ідеалом подібної освіти залишається вузький спеціаліст. Університетська освіта призначена відродити ідеал дійсної освіти, пов'язаної не стільки з підготовкою спеціаліста, а насамперед з розвитком особистості, її цілісності й невичерпного потенціалу. Сучасна освіта вимагає «постформального мислення», основними рисами якого є: не дублювання, а відтворення власних знань, відкриття у собі нових можливостей, самореалізація власного потенціалу, бачення зв'язків

між протилежностями, загального й окремого у їх взаємодії, нелінійне розуміння причинності, розглядання світу як тексту, ноосферне бачення зв'язку розуму та біосфери. Сучасне навчання вбачає своїм завданням розкриття можливостей та здатностей до самореалізації людини.

У вітчизняній педагогіці багато пишуть про особистісно-орієнтовану освіту. Однак мова йде лише про певні методологічні новації, що підвищують ефективність освіти. Але саме особистість, її становлення і розвиток мають бути поставлені в центрі освітньої стратегії. М. Шеллер пов'язував освіту із становленням людини та перетворенням суспільства. На його думку, ніколи ще не існувало такого великого розриву між потребою в справжній освіті та неможливістю її отримання. Культурний світ виявляється «поглинений у сірі безформені сутінки», оскільки жива особистість ставиться під загрозу [4].

Освіта орієнтована лише на надання якнайбільшого «корисного знання» є менш спрямованою на розвиток особистісних здібностей. Розкриття величезного потенціалу творчості, зв'язок знання з моральним зростанням означає формування людиною самої себе через знання. Метою сучасної освіти має бути розвиток інтелекту, розкриття евристичних можливостей людини. В сучасній Україні великою є потреба саме в інтелектуальному капіталі, в творчо різноманітних особистостях. Людина може стати людиною лише завдяки вихованню. Саме в цьому криється велика таємниця удосконалення людської природи. Вирішенню цього завдання й має служити сучасна університетська освіта.

Таким чином можна зробити такі висновки. В сучасну епоху надзвичайно зростає значення знання. Його отримання визначається соціальними потребами суспільства. Процес навчання безпосередньо включений в соціальне життя. Недоліком сучасної освіти є орієнтація на підготовку вузького спеціаліста. Відродження справжнього ідеалу освіти пов'язано насамперед з формування особистості, її творчого потенціалу. Вирішення цієї актуальної для нашого суспільства задачі повинна здійснити сучасна університетська освіта.

Список використаних інформаційних джерел

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального преобразования / Д. Белл ; пер. с. англ. – Москва : Academia, 2004. – 944 с.

2. Ясперс К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс ; пер. с нем. – Москва : Политиздат, 1991. – 527 с.
3. Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления / М. Хайдеггер ; пер. с нем. – Москва : Республика, 1993. – 447 с.
4. Шелер М. Формы знания и образования / Шелер М. // Избранные произведения. – Москва : Глозис, 1994. – 490 с.

ІНТЕРАКТИВНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ ХІМІЇ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

С. В. Стрижак, к. п. н., доцент кафедри хімії та методики викладання хімії

О. А. Куленко, ст. викладач кафедри хімії та методики викладання хімії

*Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка*

Традиційний підхід до організації освітнього процесу у закладах вищої освіти передбачає використання в якості способу передачі інформації односторонню форму комунікації. Досвід показує, що такий підхід у професійній підготовці майбутніх учителів хімії є малоефективним, тому що переважно орієнтований на запам'ятовування, а не на активізацію мисленневих процесів.

Компетентнісний підхід організації освітнього процесу вимагає від викладача зміни процесу навчання: його структури, форм організації діяльності, принципів взаємодії суб'єктів. За таких умов пріоритет в організації освітнього процесу віддається діалогічним методам спілкування, спільним творчим пошукам. Тому особливого значення набувають інтерактивні методи організації навчального процесу.

Інтерактивні методи навчання спрямовані на навчання, коли викладач і студенти перебувають у режимі бесіди, діалогу між собою. За таких умов усі учасники освітнього процесу – рівноправні, рівнозначні суб'єкти навчання. Інтерактивна взаємодія виключає домінування одного з учасників освітнього процесу над іншим, однієї думки над іншою [3, 4].

За таких умов організації освітнього процесу відбувається залучення студентів до процесу пізнання у якості не пасивних слухачів, а активних учасників; розвитку умінь і навичок аналізу і критичного мислення; посилення мотивації до вивчення дис-

циплін; створення сприятливого, творчого освітнього середовища; розвиток комунікативних компетенцій студентів; розвиток умінь і навичок володіння сучасними технічними засобами і технологіями обробки інформації; формування та розвиток умінь і навичок самостійно знаходити інформацію та визначати рівень її достовірності;

Інтерактивні технології забезпечують постійний, а не епізодичний контакт студента з викладачем на високому рівні взаємно спрямованої активності суб'єктів взаємодії.

У ході діалогового навчання студенти вчатьс я критично мислити, вирішувати складні проблеми на основі аналізу обставин і відповідної інформації, зважувати альтернативні думки, приймати продумані рішення, брати участь в дискусіях, спілкуватися з іншими людьми. Для цього на заняттях організуються парна і групова робота, застосовуються дослідні проекти, рольові ігри.

Інтерактивне навчання передбачає моделювання життєвих ситуацій за допомогою таких прийомів: мозковий штурм, метод проектів, ділова гра, портфоліо, майнд-мепінгу, метод ХОБО, кейс-стаді, асистентування, круглий стіл.

Ці прийоми орієнтовані на активізацію пізнавальної діяльності та реалізацію освітніх потреб студентів, тому особлива увага приділяється створенню атмосфери співробітництва, взаємодії, в якій учасники процесу більш мобільні, відкриті й активні.

Обов'язковими умовами організації інтерактивного навчання є довірчі, позитивні відносини між викладачем та студентом; демократичний стиль; співробітництво усіх учасників освітнього процесу в процесі творчого пошуку; опора на особистий досвід студентів, включення в освітній процес яскравих прикладів, фактів, образів; різноманіття форм і методів подання інформації, форм діяльності студентів, їх мобільність; включення зовнішньої і внутрішньої мотивації діяльності [3, 4].

Організація процесу професійної підготовки майбутнього вчителя хімії за допомогою інтерактивних методів має на меті дослідження нових напрямів розвитку хімії, а також нових концепцій та нових матеріалів, що використовуються у народному господарстві.

Враховуючи те, що знання повинні бути функціональними, ми включали у навчальний процес проектну технологію навчання. Метод проектів спрямований на розвиток навичок співро-

бітництва і ділового спілкування в колективі; передбачає поєднання індивідуальної самостійної роботи з груповими заняттями, обговорення дискусійних питань, характеризується наявністю дослідницької методики та створенням студентами кінцевого продукту (результату) їх власної творчої діяльності.

Вибір методу проектної діяльності обумовлений її стратегічною спрямованістю на: особистість здобувачів освіти; розвиток їх пізнавальних, творчих, комунікативних здібностей; умінь самостійно конструювати власні знання та орієнтуватись в інформаційному середовищі; розвиток критичного мислення; інтеграцію індивідуальної самостійної діяльності з груповими заняттями, обговорення дискусійних питань; використання різноманітних форм і методів активізації.

Індивідуальний проєкт – спеціально організований викладачем комплекс дій студентів із моделювання майбутньої діяльності. Керівна роль викладача, при цьому, визначається не як авторитарного «ментора», який все знає та намагається виявити незнання та невміння студентів, а як помічника, консультанта, «того, хто веде».

На початковому етапі проектної діяльності формували мікрогрупи за інтересами, здійснювали розподіл ролей, завдань відповідно до рівня знань, бажаної практичної діяльності в рамках проєкту. Проектна діяльність студентів включає ряд умовних етапів: пошуково-дослідницький, технологічний, заключний, контрольний.

Використання методу проєктів вимагає дотримання таких вимог: наявність значимої дослідницької, творчої проблеми або задачі, що потребує інтеграції знань, використання міжпредметних зв'язків, дослідницького пошуку до його вирішення; теоретико-практична цінність результатів; перевага самостійної діяльності студентів; визначення кінцевої мети індивідуального проєкту; визначення базових знань системи наук, необхідних для вирішення проєкту; структурування змістовної частини проєкту та визначення календарних строків виконання кожного етапу (визначення проблеми, формулювання гіпотези, задач і методів дослідження, проведення експериментальної роботи, оформлення й аналіз кінцевих результатів, презентація з наступним обговоренням).

У ході організації проектної діяльності з'ясувалось, що за умови гнучкої організації процесу навчання студентів ефектив-

ніше реалізуються шляхи досягнення сучасних вимог до розвитку особистості майбутнього вчителя, враховуються її індивідуальні інтереси, здібності та потреби виконуються й освоюються ними не тільки конкретні знання, вміння та навички, але й створюється їх система.

Список використаних інформаційних джерел

1. Пометун О. І. Інтерактивні технології навчання: Теорія, досвід : метод. посіб. / О. І. Пометун ; авт.-уклад. : О. Пометун, Л. Пироженко. – Київ : А.П.Н., 2002. – 136 с.
2. Сисоєва С. О. Інтерактивні технології навчання дорослих : навч.-метод. посіб. / НАПН України, Педагогічної освіти і освіти дорослих. – Київ : ВД «ЕКМО», 2011. – 324 с.

ПОШУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКА РОБОТА ЯК ШЛЯХ РОЗВИТКУ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СТУДЕНТА

***О. В. Трауцька, викладач вищої кваліфікаційної категорії
Полтавський кооперативний коледж***

Науково-дослідна робота студентів є одним з найважливіших компонентів процесу підготовки фахівців у закладах вищої освіти. Тому її необхідно планувати таким чином, щоб студенти не лише отримували певний обсяг знань відповідно до освітньої програми, але й набували навичок самоосвіти, самостійної пошукової діяльності; удосконалювали отримані знання; оволодівали науково-дослідними методами, нестандартними прийомами рішення наукових проблем; вчилися аналізувати і узагальнювати потоки різноманітної інформації.

Основне завдання викладача в організації пошуково-дослідницької діяльності – мотивувати студентів й залучити їх до спільних розвідок та досліджень. Викладач – головний організатор і координатор творчої діяльності студентів. Високий професіоналізм викладачів, педагогічна майстерність зароджують у студента інтерес і бажання самим брати участь в науковій та пошуково-дослідницькій роботі, у результаті чого різко зростає пізнавальна активність здобувачів вищої освіти, яка набуває ще й творчого характеру.

Окрім того, викладач визначає продуктивні форми, методи й засоби формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців та спрямовує, коригує і контролює освітній процес.

Досягнення високого рівня сформованості пошуково-дослідницької компетентності у здобувачів вищої освіти ми пов'язуємо зі застосуванням як традиційних, перевірених практикою способів організації навчання у вищому навчальному закладі, так і активних та інтерактивних організаційних форм і методів, які активізують формування у майбутніх фахівців усіх компонентів дослідницької компетентності.

Вибір ефективних форм і методів навчання залежить від рівня теоретичної підготовки студентів та сформованості дослідницьких умінь і навичок. Критеріями відбору форм та методів є організація активної взаємодії студентів із викладачем або один із одним під час розв'язання поставлених завдань.

Уважається, що створення відкритого освітнього середовища під час вивчення історії передбачає налагодження тісного взаємозв'язку із краєзнавчими музеями, бібліотеками, архівами, що сприяє знайомству студентів зі специфікою роботи з літературними джерелами, архівними матеріалами, виставковими експонатами, іншими носіями інформації та забезпечує формування і розвиток пошуково-дослідницької компетенції.

За визначених педагогічних умов студенти отримують змогу застосувати набуті компетентності, отримують важливий практичний досвід ведення пошуково-дослідницької діяльності; розвивають навички самоорганізації, прийняття рішень, усвідомлення власної діяльності, реалізуючи рефлексійні механізми.

У Полтавському кооперативному коледжі протягом всього періоду вивчення курсу історії, студенти залучаються до активної пошуково-дослідницької діяльності: індивідуальні консультації; консультації з фахівцями у галузі музейної та архівної справи; поєднання індивідуальної та колективної діяльності; дослідження актуальних наукових проблем; представлення отриманих результатів на засіданнях круглого столу; написання статей та тез за результатами власної дослідницької діяльності; участь у роботі студентських наукових конференцій, де представляються результати студентських пошукових робіт; участь у конкурсах студентських наукових проектів та ін.

Усі ці заходи сприяють розвитку:

- ціннісного ставлення до історії Батьківщини,
- навичок планування дослідницької діяльності та прогнозування результатів;

- мотивації до саморозвитку та самовдосконалення;
- поглибленню теоретичних знань з організації та ведення продуктивної пошуково-дослідницької діяльності;
- збагаченню практичного досвіду виконання наукових досліджень та інтерпретації отриманих результатів;
- розвитку навичок працювати в колективі;
- здатності критично оцінювати проблемну ситуацію та обирати оптимальні варіанти її вирішення;
- умінню самокритично, адекватно оцінювати результати власної діяльності та робити необхідні висновки;
- у разі необхідності вносити корективи у власну дослідницьку діяльність для досягнення бажаних результатів.

Сучасний етап розвитку освіти характеризується пошуком нових шляхів організації навчання, співпраці викладачів і студентів, у процесі якої відбувається формування ініціативності, самостійності й творчості майбутніх спеціалістів, залучення їх до дослідницько-пошукової навчальної діяльності.

Одним із перших кроків викладача – керівника дослідницької роботи є вивчення науково-пізнавальних інтересів здобувачів освіти, що впливає як на вибір теми дослідження, так і на хід роботи над ним. Пріоритетним та визначальним фактором у виборі теми є стійкий пізнавальний інтерес до неї дослідника і його бажання внести щось нове у її розкриття.

Як правило, процес дослідження має індивідуальний характер і відбувається за такою схемою: вибір теми; складання плану роботи; підбір джерел і літератури; знайомство з джерелами і складання на їх основі плану написання дослідження; відбір та оцінка фактів; обробка та систематизація зібраного матеріалу; написання роботи; її рецензування і доопрацювання; остаточне редагування та оформлення; захист роботи.

Вибір теми передбачає врахування актуальності проблеми, ступінь її розробленості, наявність джерел і літератури, пізнавальних інтересів і можливостей студентів.

Історичне краєзнавство України вже посіло належне місце у системі наукових досліджень і громадських рухів. Воно спрямоване на відродження духовності, історичної пам'яті, виховання почуття любові до рідного краю, до України, поваги до людей, відповідальності за збереження істотко-культурного надбання.

Без сумніву, історія України починається з історії рідного села чи міста, де людина народилась і виросла, де пройшло її дитинство. Головне завдання дослідження історії рідного краю полягає, в усвідомленні спільності доль людей, які мешкають поруч, та особистої причетності до своєї історії. Для того, щоб полюбити рідний край, потрібно його добре знати. Витоки патріотизму починаються там, де людина вперше усвідомила себе особистістю.

Цілком очевидно, що пошуково-дослідницька діяльність у процесі вивчення історії рідного краю розвиває у студентів потребу в самореалізації, прагнення до максимального вияву свого інтелектуального та творчого потенціалу, і є запорукою формування громадянської самосвідомості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Шейко В. М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності : підручник / В. М. Шейко, Н. М. Кушнарєнко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ : Знання-Прес, 2002.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ТАЛАНТЛИВОЙ МОЛОДЕЖИ В БЕЛАРУСИ

С. А. Трепачко, студентка группы Г-21

Л. В. Вишневецкая, к. п. н., доцент – научный руководитель
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

В настоящем исследовании представлен опыт Республики Беларусь по поддержке талантливой молодежи, который может быть интересен тем, кто занимается вопросами выявления и педагогического сопровождения молодых людей, достигающих успеха в различных видах деятельности.

Актуальность исследования обусловлена повышением роли молодежи в решении социально значимых задач общества и возникшей необходимостью создать благоприятные условия для развития и реализации ее интеллектуального и творческого потенциала.

Цель исследования – проанализировать меры, принимаемые на государственном уровне для всесторонней поддержки талантливых молодых людей. Достижение поставленной цели осуществлено посредством реализации теоретических методов: анализа нормативных документов, сравнения, обобщения.

Согласно свободной энциклопедии Wikipedia, под молодежью понимается «особая социально-возрастная группа, отличающаяся возрастными рамками и своим статусом в обществе» [1]. В Республике Беларусь под молодежью подразумевают молодых людей в возрасте от 14 до 30 лет [2].

В соответствии с белорусским законодательством к талантливой молодежи относят учащихся школ, колледжей, вузов, учреждений дополнительного образования, которые достигли высоких результатов в творческой, культурно-просветительской, научной, педагогической деятельности [3].

По статистическим данным на 01.01.2018 в Беларуси проживало 1 млн 921 тыс. молодых людей в возрасте от 14 до 30 лет (или 20 % от общей численности населения) [4].

По результатам изучения нормативных документов нами установлено, что основные подходы государства к образованию и воспитанию молодежи, ее поддержке прописаны в Государственной программе «Образование и молодежная политика» на 2016–2020 годы [2], Программе непрерывного воспитания детей и молодежи в Республике Беларусь на 2016–2020 годы [6], в Положении о присуждении поощрений специального фонда Президента Республики Беларусь по поддержке талантливой молодежи [3]. Кратко остановимся на содержании указанных документов.

Целью Подпрограммы 11 «Молодежная политика» Государственной программы «Образование и молодежная политика» является развитие потенциала молодежи и ее вовлечение в общественно полезную деятельность. Среди многочисленных задач, на решение которых ориентирует указанная подпрограмма, выделим принятие дополнительных мер по поддержке предпринимательской инициативы; социально значимых и общественных инициатив молодежи [2].

Основной целью Программы непрерывного воспитания детей и молодежи является формирование разносторонне развитой, нравственно зрелой, творческой личности обучающегося. Среди основных задач программы отметим создание условий для социализации, саморазвития и самореализации личности [5].

В качестве прогнозируемого результата от реализации государственных мер, предусмотренных в вышеуказанных программах, ожидаются повышение инновационной и социально значимой активности молодых граждан посредством их участия в

управлении общественной жизнью; создание условий для саморазвития и самореализации молодежи в интересах страны.

В ходе исследования нами установлено, что государственная поддержка талантливой молодежи в Беларуси носит комплексный характер и включает: льготы при поступлении в учреждения высшего и среднего специального образования; систему материального стимулирования (гранты; премии; стипендии; материальная помощь); предоставление жилого помещения в общежитии; право выбора первого рабочего места; назначение стипендий Президента Республики Беларусь [4].

Для материального стимулирования талантливой белорусской молодежи создан специальный фонд Президента Республики Беларусь по поддержке талантливой молодежи. Два раза в год молодым людям, показавшим высокие результаты в науке, учебе, общественной, спортивной и творческой деятельности, назначаются стипендии Президента Республики Беларусь. В 2018 году материальная помощь оказана 72 представителям талантливой молодежи, выделено 8 грантов на реализацию различных проектов. Именные стипендиаты также включаются в банк данных талантливой молодежи. На сегодняшний день в этом банке зарегистрировано около 690 человек [4].

Помимо материального стимулирования молодежи государство также уделяет внимание моральной и интеллектуальной поддержке – обучению молодых людей через их включение в кадровые резервы руководящих работников. Под кадровым резервом понимают группу перспективных работников с соответствующими деловыми и личностными качествами, специально сформированную на основе их индивидуального отбора и комплексной оценки [6].

Кадровые резервы могут создаваться на уровне организации, ведомства, региона, республики. Отбор проводится на конкурсной основе среди лучших учащихся, студентов, молодых специалистов. По данным Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, на базе которого проводится наше исследование, в 2018 году заявку на участие в конкурсном отборе в кадровый резерв Гомельского облисполкома представили 11 кандидатов, прошли отбор 3 студента; в 2019 подано 9 заявок, вошли в кадровый резерв 3 человека. Для студентов, включенных в кадровый резерв, разрабатываются специальные программы личностного развития по различным

направлениям, организовываются встречи, обучающие семинары, тренинги, способствующие формированию управленческих и социально-значимых качеств: гражданственности, патриотизма, ответственности за судьбу своей страны, дисциплинированности, инициативности.

Таким образом, в Беларуси на государственном уровне создаются все необходимые условия для поддержки талантливой молодежи. Данная работа носит комплексный характер, регулярна и системна, охватывает разные виды поддержки (моральную, материальную и интеллектуальную).

Список использованных информационных источников

1. Wikipedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Молодёжь> (дата доступа: 22.11.2019). – Название с экрана.
2. Образование и молодежная политика [Электронный ресурс] : Государственная программа. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600250> (дата доступа: 22.11.2019). – Название с экрана.
3. Положение о присуждении поощрений специального фонда Президента Республики Беларусь по поддержке талантливой молодежи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.grsmu.by/files/file/university/otdely/vospetatelnoirabotu/files/soc_sup/9.pdf (дата доступа: 23.11.2019). – Название с экрана.
4. Молодежь Беларуси: возможности для самореализации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.bgam.by/upload/dokumenty/Ideolog/Molodej_Belarusi\(vozmojnosti_samorealizatii\).pdf](https://www.bgam.by/upload/dokumenty/Ideolog/Molodej_Belarusi(vozmojnosti_samorealizatii).pdf) (дата доступа: 24.11.2019). – Название с экрана.
5. Программа непрерывного воспитания детей и учащейся молодежи на 2016–2020 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bseu.by/russian/general/uvr/prog_vospit2016-2020.pdf (дата доступа: 24.11.2019). – Название с экрана.
6. О работе с руководящими кадрами в системе государственных органов и иных государственных организаций [Электронный ресурс] : Указ Президента Республики Беларусь от 26.07.2004 № 354. – Режим доступа: http://web6.pas.by/rus/files/Уkaz_354.pdf (дата доступа: 24.11.2019). – Название с экрана.

ВИКОРИСТАННЯ ПОРТФОЛІО У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТЬОГО ВЧИТЕЛЯ ХІМІЇ

Н. І. Шиян, д. пед. н., професор

А. В. Криворучко, к. пед. н.

*Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка*

Навчання у вищому навчальному закладі для студента – важливий період набуття практичного досвіду, формування умінь застосувати знання у розв’язанні практичних завдань професійної діяльності. Однак, реалізуючи нові стратегії розвитку освіти в Україні (людиноцентризм, особистісно зорієнтований, компетентнісний, діяльнісний підходи до навчання), викладачі зіштовхуються з протиріччям між необхідністю накопичення та фіксування інформації про індивідуальні досягнення студента у процесі вивчення дисципліни для максимального розкриття творчого потенціалу і невідповідністю змісту, форм, методів і засобів навчання, що використовуються в процесі підготовки студентів. Реалізації таких цільових установок найкращим чином сприяє використання методу портфоліо, спрямованого на розвиток та формування компетенцій самовдосконалення майбутнього вчителя. Цей метод допомагає забезпечити наступність різних етапів професійної підготовки й професійного розвитку, планувати, відстежувати й коригувати процес навчання, а потім стає доказом сформованості професійної компетентності педагога.

У дослідженні оптимальною вважаємо таку організацію процесу підготовки за допомогою методу портфоліо, при якій навчальні цілі портфоліо чітко визначені, способи досягнення навчальних результатів описані поетапно, основний акцент робиться на різні види діяльності студентів, викладач виступає в ролі фасилітатора, консультанта, наставника, студент стає суб’єктом пізнання, навчальна інформація інтегрується з усіх дисциплін циклу професійної та практичної підготовки, навчальний матеріал систематизується, накопичується та використовується як засіб організації діяльності, зворотній зв’язок здійснюється системно з використанням сучасних форм та методів, досягнуті навчальні результати фіксуються та підтверджуються документально.

Портфоліо дозволяє організувати практико-орієнтоване освітнє середовище, що уможливує розв'язання комплексу завдань нашого дослідження: інтеграція та накопичення знань, отриманих у процесі вивченні дисциплін циклу професійної та практичної підготовки, використання їх для розв'язання практичних завдань; аналіз зібраної навчальної інформації: її актуальність, практична значущість, можливість використання в майбутній професійній діяльності; систематизація студентами власних навчальних досягнень; підвищення інтересу до навчальних занять; зміщення акценту від традиційного оцінювання до альтернативного (автентичного); створення умов для «відчування на собі» особливостей використання одного з автентичних методів оцінювання навчальних досягнень учнів з хімії; забезпечення умов для побудови й реалізації індивідуальної освітньої програми з фіксацією процесу її засвоєння: можливостей планувати процес навчання, правильно вибрати напрями подальшого навчання та розвитку, виявити здібності і можливості особистості; сприяння формуванню вміння вчитися (ставити цілі, планувати, організовувати власну навчальну діяльність, здійснювати рефлексію); поєднання кількісного та якісного оцінювання навчальних досягнень студента на основі аналізу різних продуктів навчально-пізнавальної діяльності; оптимізація співробітництва суб'єктів навчально-виховного процесу з метою підтримки студентів як під час занять, так і в позанавчальній діяльності, оцінювання їхніх досягнень, зусиль і розвитку в навчанні; зміна ролі викладача, який стає фасилітатором, організатором діяльності студентів, їхнім консультантом та наставником; розширення можливостей навчання й самонавчання (участь у науково-дослідницькій, проектній діяльності, роботі творчої групи вчителів та студентів, роботі з наставником); допомога майбутньому вчителеві хімії стати конкурентоспроможним на ринку праці.

На наш погляд, у професійній підготовці майбутнього вчителя хімії слід користуватися 2 видами портфоліо:

1) індивідуальне портфоліо студента (створюється з метою забезпечення конкурентоздатності на ринку праці, підключення внутрішніх ресурсів, підвищення мотивації до навчання, визначення динаміки значущих освітніх результатів; забезпечення відстеження індивідуального прогресу студента; демонстрація педагогічної майстерності та вмінь застосовувати знання на практиці);

2) портфоліо з педагогічної практики (створюється з метою підтвердження навчальних досягнень студента під час роботи в реальних умовах загальноосвітнього навчального закладу та оцінювання здобутих під час навчання у виші компетенцій).

Упровадження різних видів портфоліо дає змогу одержати об'єктивну інформацію про якість знань, рівень сформованості професійної компетентності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Канівець Т. М. Основи педагогічного оцінювання : навч.-метод. посб. / Т. М. Канівець. – Ніжин : Видавець ПП Лисенко М. М., 2012. – 102 с.
2. Пейн С. Дж. Учебное портфолио – новая форма контроля и оценки достижений учащихся / С. Дж. Пейн // Директор школы. – 2000. – № 1. – С. 65–67.
3. Портфоліо в професійній та в освітній діяльності людини. Компонування й оцінювання портфоліо [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://subject.com.Ua/textbook/technology/11k1aya/i6.html>. – Назва з екрана.
4. Прутченков А. С. Портфолио как инструмент осознания собственных целей образования [Электронный ресурс] / А. С. Прутченков. Т. Г. Новикова // Интернет-журнал «Эндос». – 2007. – 22 февраля. – Режим доступа: http://www.eidos.ru/юита1/2007/0222_11. – Назва з екрана.

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

ВПЛИВ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА

А. Апанасенко, студент групи ПТБ-16, спеціальність
Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

О. В. Кузьменко, к. е. н., доцент, доцент кафедри
*підприємництва, торгівлі та біржової діяльності –
науковий керівник*
Університет ім. Альфреда Нобеля, м. Дніпро

Податкова політика як елемент системи державного регулювання підприємництва являє собою діяльність держави, що спрямована на створення умов для функціонування підприємництва шляхом використання податкових важелів, для стимулювання або стримування розвитку національного підприємництва.

За своєю суттю податки необхідні державі для забезпечення себе необхідними фінансовими ресурсами для здійснення своїх основних функцій; включно для економічного розвитку країни.

Дані ресурси у вигляді фінансових надходжень впливають як на розвиток економіки, так і на розвиток підприємницької діяльності.

Насамперед, економіка не може існувати без підприємств, а підприємства – без економіки.

Податки впливають на розвиток економіки опосередковано, перерозподіл ВВП тому приклад.

При грамотному розподілі ВВП вдається не тільки задовольнити базові безпосередні потреби держави (повна фінансова бюджетна забезпеченість), а й створити державне стимулювання розвитку необхідних сфер підприємництва, що, в свою чергу, забезпечить збільшення ВВП, – від того і бюджетні надходження для подальшого перерозподілу й так по колу. Також держава може інвестувати у фінансову забезпеченість національну валюту у разі необхідності, а також інвестування у інші сфери економіки.

Податки формують економіку, а податки генерують люди і підприємства.

Тобто, економіку формують підприємства (за умови продуманої ПП).

На підприємництво держава теж на пряму не впливає але задає потрібний державі «курс» розвитку. Тобто, дає стимул розвитку певним сферам, або навпаки, піддає «занепаду» інші; немалу роль для розвитку підприємництва несе і організаційна основа ПП (легкість сплати і кількість податків; бюрократичні аспекти тощо).

Насамперед, сама організація системи оподаткування показує важливість розвитку підприємництва. Організована система оподаткування, оптимізована система сплати податків й реєстрації суб'єктів призведе до розвитку підприємництва й не дасть бізнесу піти у «тінь».

Такий пункт повністю лежить на плечах держави, його задача показати готовність держави вдосконалювати систему, розвивати економіку й насамперед показати доцільність підприємцям «вкладати» кошти у власну державу. Другий пункт міцно пов'язаний з першим, а саме податкові пільги, субсидій, консультації, спрощене оподаткування тощо.

Цей пункт наглядно показує результат стягнутих податків, тобто податки призводять не тільки до росту економіки, підвищення міцності (забезпеченості) національної валюти, підвищення купівельної спроможності громадян, підвищення і рівня інфраструктури й економічної привабливості (що вже добре відображається у ринковій економіці, а тому і вигідно підприємцям), а й дає безпосередні «плюси» від участі у цьому процесі.

Таким чином, можна сказати, що підприємці і держава безпосередньо пов'язані між собою і, навіть, залежать одне від одного. Дана залежність має базуватися на взаємовигідному співробітництві й нести користь обом сторонам; у протилежному випадку дана система не має перспектив для розвитку, приречена на крах у тій чи іншій формі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Dspace [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8120/1/3.pdf>. – Назва з екрана.
2. Finalearn [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.finalearn.com/lifers-1115-1.html>. – Назва з екрана.
3. Law [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.law.edu.ru/doc/document.asp?docID=1232247>. – Назва з екрана.

ОБСЛУЖИВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

*К. А. Бондарева, учащаяся группы Т 31, специальность
Коммерческая деятельность*

*М. В. Дасько, преподаватель цикловой комиссии
коммерческой деятельности и товароведения
УО «Гомельский торгово-экономический колледж»
Белкоопсоюз*

Сегодня розничная торговля бытовой техникой все глубже переходит на рыночные механизмы. А учитывая то, какое количество интернет-магазинов уже сегодня предлагают свои услуги, максимально расширяют ассортимент, предлагают более низкие цены, магазины бытовой техники должны обеспечить принципиально новый подход в обслуживании покупателей. И выживут в конкурентной борьбе те магазины, которые будут учитывать психологию розничных продаж. Что же можно организовать, чтобы определенный магазин имел круг постоянных покупателей?

Сегодня покупателей интересует комплексное обслуживание, профессиональное консультирование, определенные гарантии. Кроме этого покупатели хотят доверительных отношений, тепла, личного контакта, помощи в выборе товара и доставке домой.

Покупатель не зависит от нас, удовлетворение его потребностей является главной целью работы торгового персонала. Поэтому основная задача торгового обслуживания – обеспечить покупателю удовольствие, радость от посещения нашего магазина и совершенных покупок.

В основе исследования использовался прием «тайного покупателя», когда учащиеся колледжа в качестве обычных покупателей общались с продавцами. Чтобы снизить влияние ситуативных факторов, каждый из магазинов посещался ими в различные дни недели, в разное время суток, в разных отделах, не менее пяти раз.

Как положительное, в организации процесса обслуживания в исследуемых магазинах бытовой техники Гомеля можно отметить:

– все магазины имеют парковку и недалеко остановку транспорта; торговый персонал имеет яркую униформу с товарным знаком компании;

- рядом размещаются магазины-конкуренты, что позволяет покупателям сравнить цены и условия продажи;
- магазины ориентированы на продажу бытовой техники разных ценовых категорий;
- торговые сети «5 элемент» и «Электросила» на сайте имеют иллюстрированный каталог товаров со всеми характеристиками;
- предоставляется дополнительное сервисное обслуживание, увеличивающее гарантийный срок товара и бесплатное устранение неисправностей;
- предусмотрена доставка товара до двери покупателя, профессиональная установка и подключение стиральных машин;
- предусмотрены подарочные сертификаты, возможность приобретения в кредит и с рассрочкой оплаты, беспрепятственный возврат.

В ходе исследования были выявлены отдельные отрицательные моменты в деятельности магазинов бытовой техники: грозный охранник на входе; слишком настойчивые консультанты; равнодушное отношение к покупателю; низкий уровень консультирования; недоброжелательное выражение лица; отсутствие товара по акции; презентация товара делается как «большое одолжение» для покупателя; используются некорректные фразы типа «Вам помочь», «Что Вам нужно», «Что подсказать» и другие.

Результат оценки уровня торгового обслуживания конкретного магазина оценивался по 10-балльной шкале с помощью пяти критериев:

1) Встреча покупателя и установление контакта с покупателем – ненавязчивое приветствие, инициатива в установлении контакта, внешний вид, униформа, улыбка, харизма, оригинальность приветствия.

2) Выявление потребностей покупателя – активное умение слушать, умение задавать вопросы, выявляющие желания и интересы покупателя.

3) Презентация товара – умение предложить товар с учетом выявленных ранее потребностей покупателя, показать несколько моделей на выбор, рассказать о характеристиках и уникальных свойствах; продемонстрировать выгоды определенных моделей.

4) Предложение сопутствующего товара и дополнительных услуг – умение предложить сопутствующие товары, информирование покупателя об актуальных акциях, предложение новых товаров, дополнительного сервиса, дополнительная мотивация покупателя к совершению покупки.

5) Профессиональное поведение продавца – умение устранять возражения покупателя, проявление заботы и внимания к покупателю, умение вести беседу позитивно и доброжелательно; присутствие в зоне видимости для покупателя.

В ходе опроса покупателей выявлено, что основными покупателями магазинов бытовой техники в Гомеле являются люди в возрасте от 20 до 50 лет со средним уровнем доходов. Более половины приобретают технику раз в полгода, четвертая часть – раз в год и реже. Основными факторами при выборе магазина бытовой техники являются: широкий ассортимент, приемлемые цены и акции, приветливый и вежливый персонал. Более половины отметили средний уровень обслуживания. Для основной массы покупателей важно получить грамотную консультацию опытного продавца.

Для установления доброжелательного контакта с покупателем следует положительно настроиться на восприятие посетителя. Приветствие следует сопровождать дружелюбным выражением лица, улыбкой, не терять с покупателем зрительного контакта. Целесообразно начинать беседу с таких вопросов, на которые покупатель может дать утвердительный ответ. С помощью открытых вопросов консультант может прояснить для себя потребности и нужды покупателя. Для «холодных» покупателей можно обозначить себя фразой: «Если возникнут вопросы, я рядом ...».

Одним из показателей профессионализма торгового работника является умение внимательно слушать клиента, полностью сосредоточившись на его словах, не задавать сразу несколько вопросов. Продавец, владеющий психологией розничных продаж, должен воодушевлять клиентов на покупку. Покупатель хочет, чтобы продавец видел в нем конкретного человека с индивидуальными особенностями, учитывал потребности во внимании, доброжелательности. Презентацию товара, предложение нескольких моделей на выбор следует проводить с учетом выявленных потребностей покупателя, при этом демонстрировать возможности техники, включать, открывать.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИИ О МОТИВАХ ПОКУПОК В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ БЕЛАРУСИ

О. Г. Бондаренко, к. э. н., доцент, доцент кафедры
коммерции и логистики

Д. А. Кондратьева, студентка группы К-41, специальность
Коммерческая деятельность

А. Н. Стреха, магистрант, специальность Коммерция

В Беларуси исследования рынка электронной торговли проводятся с 2014 года. Первое такое исследование проведено аналитическим агентством Data Insight по инициативе торговой площадки KUPI.TUT.BY. Техническим исполнителем онлайн-опроса 2000 белорусских интернет-пользователей для определения границ и размеров электронной коммерции в Беларуси явилась компания Gemius [1].

В 2018, 2019 гг. исследования рынка электронной торговли Беларуси проводятся e-data.by [2]. В 2019 году было опрошено 1000 белорусов, имеющих опыт покупок в интернете. Выборка респондентов репрезентативна населению Беларуси по полу, возрасту и региону проживания.

Цель нашего исследования – получить информацию о мотивах покупок в электронной торговле Беларуси. Для этого мы изучили и сравнили результаты исследований рынка электронной торговли страны за 2014–2019 гг.

Доля интернет-торговли в розничном товарообороте Беларуси в 2018 году составила 3 %. Для сравнения: в России и Украине этот показатель равен 5 и 7 % соответственно. В 2014 году данный показатель по данным Министерства торговли и антимонопольного регулирования Республики Беларусь составлял 1,46 %, включая продажи зарубежных интернет-магазинов в Беларуси, оборот которых Министерство торговли и антимонопольного регулирования Республики Беларусь не учитывает.

Эксперты прогнозировали рост белорусского рынка e-commerce в 2019 году, что должно обеспечить усиление конкуренции среди игроков рынка, которая стимулирует их улучшать качество сервиса и привлекать больше клиентов.

Основным мотивом покупок в интернет-магазинах является необходимость удовлетворения потребности покупателя в това-

рах и услугах. В 2014 году наиболее активно через интернет покупали электронику, бытовую технику, компьютеры и комплектующие. Каждую из этих трех категорий приобретали более трети всех покупателей в интернет-магазинах. Опыт приобретения товаров из этих трех категорий имеет более 90 % всех покупателей.

На втором месте находилась продукция сегмента «одежда, обувь и аксессуары». Товары из этой категории приобретал каждый пятый покупатель Беларуси (18,7 %), а всего опыт покупок таких товаров имели более трети всех белорусских клиентов интернет-магазинов (35,9 %), то есть более миллиона человек.

Существенное отличие от соседних стран, на рынке интернет-торговли Беларуси, – это высокая доля покупателей, приобретших билеты на мероприятия (кино, театры, концерты).

В 2019 году белорусы стали чаще покупать в интернете вещи, которые нужны в повседневной жизни: товары для детей, продукты и товары для животных. Отвечая на вопрос, что вы купите скорее онлайн, чем оффлайн в будущем, большинство назвали доставку готовой еды, билеты на мероприятия, товары для животных, товары для строительства и ремонта, а также аренду и покупку недвижимости.

Главными причинами покупать в интернете белорусы называют более дешевые цены, больший выбор товаров и их более широкий ассортимент, чем в обычных магазинах. При этом, степень влияния этих факторов зависит от категории товаров. При покупке автотоваров онлайн, например, люди больше ценят широкий выбор и ассортимент, а детских товаров – более низкие цены.

Важным мотивом осуществления покупки в интернете является отсутствие необходимости куда-либо идти, возможность дистанционного заказа покупки, удаленной оплаты за нее. В 2014 году в Беларуси 31 % заказов делалось через телефон, а 55 % – на сайте через форму заказов. Лишь 7 % сначала делали заказ через форму на сайте, а потом дополнительно звонили по телефону, указанному на сайте, чтобы уточнить заказ. Как правило, это происходило в случае несогласованности процессов интернет-магазинов и общей неуверенности пользователя в качестве сервиса магазина.

Неуверенность покупателей увеличивается по мере роста среднего чека. 12 % из них, сделав заказ в ценовой категории дороже \$250 на сайте, дополнительно звонят в магазин.

В 2019 году оформляют заказы со смартфонов чаще, чем с персональных компьютеров. За 2018 г. количество заказов через мобильные устройства обогнало количество заказов через компьютеры. Сегодня, оформляя заказы в интернет-магазинах, белорусы в 40% случаях, пользуются мобильными приложениями (+16 % к показателю прошлого года). 35 % заказов оформляют через сайты на персональных компьютерах (–19 % к показателю прошлого года) и 24 % – через сайты на мобильных устройствах (+2 %).

Таким образом, сравнительный анализ информации о мотивах покупок в электронной торговле Беларуси по результатам исследований belretail.by позволил заключить, что основными из них являются следующие:

- сравнительно низкие цены на товар;
- большой выбор и широкий ассортимент товаров (в сравнении с обычными магазинами);
- отсутствие необходимости куда-либо идти при осуществлении покупки.

Как мы отмечали, доля рынка электронной коммерции в Беларуси в 2019 г. не превышает 3 % всего товарооборота в ритейле. Данный показатель в развитых странах – 10–15 %. То есть в Беларуси большой потенциал роста e-commerce.

Список использованных информационных источников

1. Белорусы потратили в интернете 420 млн долларов за год [Электронный ресурс]: тут.бай. – Режим доступа: <https://42.tut.by/400953> (дата доступа: 29.10.2019). – Название с экрана.
2. Исследование e-data.by: рынок e-commerce в Беларуси [Электронный ресурс]: fcti.by. – Режим доступа: <https://fcti.by/2019/03/31/%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%B5-e-data-by-%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA-e-commerce-%D0%B2-%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D0%B0%D1%80%D1%83%D1%81%D0%B8/> (дата доступа: 08.11.2019). – Название с экрана.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИИ О ПОКУПАТЕЛЯХ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ БЕЛАРУСИ

*О. Г. Бондаренко, к. э. н, доцент, доцент кафедры
коммерции и логистики*

*В. А. Шиворонкова, студентка группы К-41, специальность
Коммерческая деятельность*

*А. Н. Стреха, магистрант, специальность Коммерция
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»*

Первое в Беларуси исследование рынка электронной торговли проведено в 2014 году аналитическим агентством Data Insight по инициативе торговой площадки KUPI.TUT.BY. Техническим исполнителем онлайн-опроса в рамках исследования выступила компания Gemius. Цель данного исследования – определение границ и размеров электронной коммерции в Беларуси; получение большей информации о рынке, его сегментах, покупателях и их покупках. Методом исследования избран онлайн-опрос 2000 белорусских интернет-пользователей [1].

В последние годы подобные исследования проводятся e-data.by [2]. В 2019 году было опрошено 1 000 белорусов, имеющих опыт покупок в интернете. Выборка респондентов репрезентативна населению Беларуси по полу, возрасту и региону проживания.

Цель нашего исследования – получить информацию о покупателях в электронной торговле, сравнив результаты исследований рынка электронной торговли Беларуси за 2014–2019 гг.

На начало 2014 года 64,5 % пользователей интернета в Беларуси, то есть чуть более трех миллионов человек (около 32 % населения страны), имеют хотя бы однократный опыт покупок в интернете. Средняя сумма покупок с октября 2013 года по март 2014 года составила \$290. С учетом пикового времени спроса в интернет-магазинах, а также с учетом роста электронной торговли в течение года средневзвешенная оценка общего объема рынка за 2013 год составляет \$420 миллионов.

В период с марта 2018 года по март 2019 года 49 % или 4,7 млн жителей страны (каждый второй белорус) делали покупки в интернете, а 90 % всех покупок делается в местных интернет-магазинах.

В 2014 году более половины интернет-покупателей страны проживают в Минске (53,3 %), на каждый из остальных городов приходится не более 5 % покупателей. При этом на сельское население и малые города приходится более 50 % населения, которое составляет всего лишь четверть покупателей.

В Минске не только больше покупателей, но они еще и более активны. Доля столицы среди всех покупателей составляла 53 %, а среди тех, кто совершил всего лишь одну покупку за год – 42 %.

В 2019 году, также как и в 2014 году, онлайн-шopping более популярен в Минске и Минской области: 37 % жителей региона регулярно покупают в интернете. Наименее распространены интернет-покупки в Гродненской области, где интернет-магазинами пользуются 22 % населения.

Средний чек покупок в интернете в конце 2013 года составил \$91. Эта величина близка и к медианному среднему чеку (то есть большая часть покупок близка к \$100). Больше половины (51 %) всех приобретений белорусов в интернете находится в интервале \$25–100.

Среди покупок пользователей достаточно велика доля покупок до \$25 (21 %), причем 8 % – это покупки до \$10. В эту категорию входит значительная часть цифровых товаров – музыки и фильмы, программы для компьютера и те, которые покупают на iTunes, Google Play и Windows Phone Store. Некоторое количество покупок из Китая также попадает в эту категорию: это небольшие гаджеты, запчасти и аккумуляторы, которые белорусы заказывают массово.

В 2019 году на одну покупку в интернете белорусы тратят в среднем 50 руб. (около \$25). В разных категориях товаров эта сумма отличается: средний чек на технику и электронику равен 100 руб.; мебель и товары для дома – 90 руб.; одежду, обувь и аксессуары – 40 руб.; товары для детей – 30 руб.

За последний год средний чек на одну покупку в интернете уменьшился на 8 руб. Это связано с тем, что ассортимент в онлайн расширяется более дешевыми товарами, особенно на китайских сайтах.

В 2014 году средний покупатель за полгода совершал немногим более трех покупок и тратил на них \$290. При этом на

полугодие с октября по март приходилось более 60 % всех затрат в течение года – именно на этот период приходится все основные праздники. Больше половины (51,8 %) всех затрат на покупки в течение полугодия составляют от 100 до 500 долларов.

Как установили в 2014 году, в среднем интернет-покупатели моложе, чем все пользователи интернета и чем все население страны: 34 % покупателей находится в возрастном интервале 25–34 года. На эту группу приходится 25 % не покупателей или 17 % населения страны. В категории 18–24 года количество интернет-покупателей также выше. Эта аудитория менее платежеспособна, нежели более взрослая, однако активно использует интернет-торговлю.

Таким образом, сравнительный анализ информации о покупателях в электронной торговле Беларуси по результатам исследований belretail.by позволил сделать следующие выводы:

- растет число белорусов, осуществляющих интернет-покупки;
- растет средняя сумма покупок, уменьшается средний чек на одну покупку в интернете;
- ключевым покупателем в интернет-магазинах является средний класс населения;
- онлайн-шopping более популярен в Минске и Минской области;
- в среднем интернет-покупатели моложе пользователей интернета и населения страны.

Список использованных информационных источников

1. Белорусы потратили в интернете 420 млн долларов за год [Электронный ресурс]: тут.бай. – Режим доступа: <https://42.tut.by/400953> (дата доступа: 29.10.2019). – Название с экрана.
2. Исследование e-data.by: рынок e-commerce в Беларуси [Электронный ресурс]: fcti.by. – Режим доступа: <https://fcti.by/2019/03/31/%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%B5-e-data-by-%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA-e-commerce-%D0%B2%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D0%B0%D1%80%D1%83%D1%81%D0%B8/> (дата доступа: 08.11.2019). – Название с экрана.

ИННОВАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

А. В. Зинкевич, студент группы К-41, специальность
Коммерческая деятельность

С. П. Гурская, к. э. н., доцент, доцент кафедры коммерции и
логистики – научный руководитель

Учреждение образования «Белорусский торговো-
экономический университет потребительской кооперации»

В современном мире инновации выступают одним из ключевых факторов, определяющих перспективы социального и экономического развития любой страны.

Розничная торговля является одним из ведущих секторов экономики, в которой необходимость протекания инновационных процессов обуславливается движущей их силой развития.

Процесс внедрения инноваций в розничную торговлю приносит значительный ряд преимуществ, в числе которых можно выделить следующие:

- обеспечение эффективности доведения товаров до конечного потребителя;
- минимизация затрат и сокращение потерь при использовании товарных складов и торгового оборудования;
- внедрение различных информационных систем для сокращения документооборота и сокращения ошибок, возникающих под влиянием человеческого фактора;
- повышение производительности труда торгового персонала и создание необходимых условий для их труда;
- создание системы безопасности и энергосбережения.

Данные преимущества являются безусловным плюсом для развития розничной торговли, а роль инноваций в этом аспекте можно сформулировать в контексте двух проблем:

- первая проблема, которую реально разрешить при помощи внедрения инноваций в розничную торговлю – это облегчение деятельности сотрудников торговой организации;
- вторая проблема заключается в облегчении процесса выбора и покупки для потребителей.

Рассмотрим технологии виртуальной и дополненной реальности, в основе которых лежат IT-технологии, которые открывают для покупателей возможности для совершенно новых способов покупок.

Эра «v-commerce» – смеси электронной и традиционной торговли – почти наступила. Потребители, увлекающиеся технологиями, сегодня с удовольствием используют предоставляемые им возможности виртуальной реальности для ознакомления и выбора товаров, не выходя из дома.

Применяются два вида v-commerce технологий:

«*виртуальная реальность*» (VR), в которой потребители используют специальные устройства для погружения в полностью цифровой мир;

«*дополненная реальность*» (AR), более доступная, в которой они используют камеру своего смартфона для получения информации (например, уточнения стоимости или выбора цвета), наложенной на изображение реального выставочного зала или торгового пространства [2].

С одной стороны, V-commerce дает ритейлерам значительные преимущества, но с другой стороны, внедрение подобных технологий в торговлю требует значительных первоначальных инвестиций со стороны ритейлеров.

Охарактеризуем некоторые инновационные технологии в торговле.

Виртуальное зеркало. Некоторые бренды, как L'Oréal предлагают «примерить» макияж. Специальная камера фотографирует лицо, штрих-код «примеяемой» косметики считывается сканером, а затем зеркало показывает, как будет выглядеть макияж на лице. Зеркало показывает фотографию до использования определенного продукта и после его.

В то время как фешн-ритейлеры используют дополненную реальность для того, чтобы помочь клиенту понять, как на самом деле сидит одежда. Уникальный опыт AR позволяет фешн-брендам создать увлекательный и интерактивный опыт и, в конечном итоге, повысить коэффициент конверсии электронной торговли и продаж.

Трехмерные зеркала-примерочные позволяют просматривать и выбирать товары, дополнять образ. При этом они запоминают параметры покупателя.

Беларусский AR-стартап Wannaby запустил *приложение для виртуальной примерки обуви*. Пока в нём можно «примерить» 10 моделей кроссовок от разных брендов: New Balance 574 Tech Raffia, Adidas Deerupt Pride, Vans Classic Slip-On и др., приложение доступно для iOS. Пользователь открывает приложение,

наводит камеру на ноги, выбирает для «примерки» нужную модель, а 3D-модель выбранной обуви «надевается» на ноги [1].

В Wannaby считают, что их новая технология будет полезна производителям кроссовок для продвижения новых моделей. Кроме того, она может помочь сократить число возвратов уже купленной обуви.

Электронные ценники. Постоянное изменение цен на товары является большой и трудозатратой проблемой для магазинов, где сотни и тысячи наименований товаров требуют корректировки и обновления ценников. Решением этой проблемы могут стать именно электронные ценники, которые позволяют оперативно изменять цены на товар.

Преимущество заключается в том, что цена на любой товар на полке, кассе и в учетной системе всегда актуальна, а своевременная смена цен дает возможность избежать залеживания уцененного товара; так же снижаются издержки обращения от потери товара в среднем на 17 % по овоще-фруктовым витринам и 8 % по всему магазину в целом.

Умная тележка – это специальное устройство с сенсорным экраном, которое показывает информацию о любом товаре, продающемся в данном супермаркете. Покупатели, благодаря этому сенсорному экрану, имеют возможность просмотреть информацию о любом товаре магазина, кроме этого на нем отображаются: новые предложения, реклама и проводимые акции и скидки.

Кассы самообслуживания. Покупатель сам осуществляет сканирование штрих-кодов на товарах, взвешивание товаров (при необходимости), выбор типа платежа и сам платеж.

Заключение. Современные потребители стали более требовательны к продукции, услугам и брендам и все чаще используют цифровые технологии и инструменты.

V-commerce все еще находится на стадии развития, но уже пришло время для ритейлеров начать инвестировать в эти технологии и создавать потребительский опыт, который поможет клиентам заполнить корзины, а торговым объектам увеличить продажи.

Что поможет приходу таких технологий в Беларусь? Это, в первую очередь, высокий уровень конкуренции, желание владельцев бизнеса развиваться, понимать и разбираться в том, как это работает для конечного потребителя.

Список использованных информационных источников

1. Беларусский AR-стартап Wannaby запустил приложение для виртуальной примерки обуви [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belretail.by/news/belaruskiy-ar-startap-wannaby-zapustil-prilojenie-dlya-virtualnoy-primerki-obuvi> (дата доступа: 24.11.2019). – Название с экрана.
2. Когда настанет время массово «внедрять» VR или AR-технологии в ритейле? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://belretail.by/article/kogda-nastanet-vremya-massovo-vnedryat-vr-ili-ar-tehnologii-v-riteyle?utm_campaign=belretailby-8-april-2019&utm_source=sendpulse&utm_medium=email&spush=a2FmZWRyYS1raXR0MjAwbWV1bGVyLnJl (дата доступа: 24.11.2019). – Название с экрана.

ВЕНДИНГ КАК УДОБНЫЙ СПОСОБ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ИЛИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

Е. Г. Мелешко, учащаяся группы Т-32, специальность
Коммерческая деятельность

Н. В. Мальдис, преподаватель цикловой комиссии
коммерческой деятельности и товароведения
Учреждение образования «Гомельский торгово-экономический колледж» Белкоопсоюза

Торговое обслуживание населения предполагает наличие специально устроенных и оборудованных помещений, приспособленных для наилучшего обслуживания покупателей, подбора и формирования торгового ассортимента, умения предложить и продать товар каждому конкретному человеку.

Сегодня возможность быстро, удобно, с минимальной затратой сил и временем приобретать нужные товары и услуги в условиях свободного выбора, и широкого ассортимента должны выдерживать и магазины, и объекты общественного питания, и активно внедрять вендинг.

Вендинг (англ. vending от англ. vend – торговать (через автоматы) – это продажа товаров и услуг с помощью автоматизированных систем (торговых автоматов). Вендинг получил широкое распространение в мире как удобный и не очень требовательный способ вести торговлю или оказывать услуги. [1]

Основные тенденции мирового вендинга:

- экологичность (экономия электроэнергии за счет энерго-

сберегающих технологий; отказ от использования пластиковых стаканов в пользу картонных);

– использование Интернет-технологий (системы безналичной оплаты);

– прозрачность бизнеса (системы автоматической отправки фискальных данных в налоговые службы, включая и Республику Беларусь) [2].

Торговые автоматы можно условно разделить на 2 группы:

1) автоматы – продавцы товаров: холодных напитков в банках и бутылках, горячих и холодных напитков в розлив, штучных товаров, горячих блюд, соков, попкорна и т. д.;

2) автоматы – продавцы услуг: музыкальные автоматы, фотоавтоматы, копировальные автоматы, автоматы стиральные и сушильные, весы, интернет-киоски и т. д.

Под торговым автоматом понимают техническое средство, предназначенное для автоматизации процесса продажи определенных товаров, оборудованное купюроприемным устройством и встраиваемым кассовым суммирующим аппаратом для реализации товаров и услуг в режиме самообслуживания.

Целью учебно-исследовательской работы являлось изучение особенностей организации розничной торговли и оказание услуг, применяя современный вендинг в кафетерии аэропорта г. Гомель.

При выполнении данной учебно-исследовательской работы были использованы следующие методы исследования: описание, наблюдение, анализ, анкетирование.

Объект исследования кафетерий аэропорта ГФГП «Белаэро-навигация» г. Гомель, который действует с 1944 года. В 1993 году – получил статус международного. В 2016 году осуществлена реконструкция аэропорта. Пропускная способность – до 500 пассажиров в час. Осуществляются регулярные и чартерные рейсы в Россию, Болгарию, Грецию, Египет.

Сегодня потребители выбирают эффективный вид транспорта, который бы минимально затрачивал их время и средства на передвижение. Поэтому очень важно как аэропорт встречает и провожает гостей. Именно здесь должны быть создана благоприятная обстановка и условия для временного ожидания.

Кафетерий расположен на 2 этаже здания аэровокзала в зоне ожидания. Режим работы – круглосуточный, без выходных дней. В нем предлагается ассортимент горячих и холодных напитков,

осуществляется продажа мучных и кондитерских изделий. Установлен один автомат по продаже горячих напитков. Так же предоставляется широкий спектр дополнительных услуги: упаковка багажа, автостоянка, карточки доступа WI-FI, подзарядка мобильных телефонов, вызов такси, справки железнодорожного-, авто- вокзала и Белавия.

Несмотря на рост обслуженных взлет-посадок за счет увеличения полетов иностранных воздушный сил (бизнес-авиации), произошло снижение количества обслуженных пассажиров на 2,666 тысяч человек обусловлено уменьшением пассажирских вахтовых рейсов. Несмотря на это произошел рост выручки от реализации товаров, услуг, на 961,9 тысяч рублей.

Отличительной чертой данного объекта является то, что в нем можно экспериментировать путем внедрения новых видов торговых автоматов.

В процессе учебно-исследовательской работы: изучен ассортимент кафетерия аэропорта; разработана анкета и изучен покупательский спроса; проведены исследования по использованию потребителями имеющихся торговых автоматов; определены и предложены руководству кафетерия аэропорта новые виды торговых автоматов.

Данное исследование было посвящено изучению потребности в фактическом использовании автоматов и в необходимости установки других торговых автоматов в исследуем объекте. Опрос проводился среди пассажиров следующих рейсов: «Гомель-Москва-Нижневартовск», «Гомель-Калининград» и «Гомель-Хургада». Всего было опрошено 58 респондентов. Анкета состояла из 13 вопросов. В опросе приняли участие 31 пассажир мужского пола и 27 – женского пола, соответственно 53,4 % и 46,6 %. Из проведенного исследования было выявлено, что сегодня покупателям одного торгового автомата по продаже горячих напитков не достаточно. Рядом с ним готовы видеть торговые автоматы с закусками и снеками – это позволит минимально быстро удовлетворить спрос абсолютно всех покупателей.

Сегодня аэропорт может себе позволить и планирует приобретение собственных торговых автоматов, а вот по продаже чего, пока остается загадкой. Возможно, по продаже снеков – шоколадок, батончиков, бутербродов.

Приобретение и использование новых видов торговых автоматов в кафетерии ГФП «Белаэронавигация» является отлич-

ным дополнительным источником дохода:

- не нужно выплачивать зарплату продавцу или искать ему замену на период больничного;
- торговый автомат можно разместить где угодно, он работает в бесперебойном режиме, а ремонт не требует больших затрат;
- прибыль существенно превышает затраты на обслуживание.

Список использованных информационных источников

1. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Вендинг>
2. <http://vending.by>

ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

***О. В. Островская, студентка группы ПТБ-16, специальность
Предпринимательство, торговля и биржевая деятельность***

***Е. Р. Сергеева, к. н. гос. управл., доцент, доцент кафедры
предпринимательства, торговли и биржевой деятельности –
научный руководитель
Университет им. Альфреда Нобеля, г. Днипро***

Изменения условий работы предприятий приводят к изменениям философии управления, связанным с необходимостью стратегического анализа окружающей среды, непосредственно влияющей на эффективность предприятия. Непредсказуемость этой среды заставляет компании находить новые подходы к гибкому и эффективному управлению. Чтобы система управления на предприятии правильно работала, должна быть разработана система мер, которая поможет адаптироваться к внешним факторам. Знание экономических неблагоприятных факторов позволяет снизить риск неэффективной реализации стратегий в реальной среде предприятия.

Внешняя среда в большинстве современных теорий управления является одной из основных характеристик организации. Этосовокупность внешних факторов, с которыми взаимодействует предприятие любой формы собственности.

Несмотря на сложность и иерархичность структуры этих элементов, влияние внешней конкурентной среды почти всегда характеризуется сложным синергетическим эффектом.

Главный признак внешней конкурентной среды его непредсказуемость, которую можно оценить с точки зрения темпа изменчивости бизнес-среды. В терминах параметрической модели этот фактор будет коррелирован и обратно пропорционален параметру стратегической гибкости предприятия.

Стратегическая гибкость субъекта экономики считается основным фактором долгосрочной конкурентоспособности.

Методологическая основа для анализа конкурентной среды может быть практически реализованной в данной модели (рис. 1).



Рисунок 1 – Модель формирования элементов внешней конкурентной среды на основе структурного анализа конкурентов на рынке

Существует разделение факторов окружающей среды на субъективные (на которые влияет компания) и объективные (которые можно предсказать, но нельзя контролировать).

Сложность окружающей среды может быть выражена через число факторов, на которые организация должна реагировать, также через степень изменчивости каждого фактора.

Таким образом, организация, будучи непосредственно под влиянием правительственных постановлений, многочисленных конкурентов и быстрого технологического прогресса, в более сложной среде, чем, например, организация испытывает озабоченность по поводу действия нескольких поставщиков, и нескольких конкурентов.

Организациям нужна менее сложная организационная структура в менее сложной среде; организации также должны иметь дело с небольшим количеством параметров для принятия решения.

Темп перемен постоянно растет в конкурентной среде современных организаций. Особенно изменчива внешняя среда в фармацевтической, химической и электронной промышленности.

Кроме того, изменчивость внешней среды может быть выше для конкретных подразделений организации и ниже для других.

Учитывая сложность действий в постоянно меняющейся внешней среде, организация или ее подразделения должны полагаться на разную информацию, чтобы принять правильное решения относительно сложившейся ситуации. Это делает процесс принятия решений более сложным и ответственным.

В связи с значительным увеличением риска из-за изменений в законодательстве, регулирующем имущественные отношения и бизнес-среду, многие менеджеры хозяйствующих субъектов впервые столкнулись с необходимостью SWOT-анализа рынка, чтобы определить позиции компании в отрасли. Большинству украинских компаний нужно определить положение как продукта, так и самой компании на рынке.

В результате стратегического анализа предприятие должно четко определить основные инструменты воздействия на целевые сегменты в виде товарной, ценовой, маркетинговой и коммуникационной политики компании для каждого потенциального сегмента рынка.

Список использованных информационных источников

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание / И. Ансофф. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 344 с.

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПРИНЯТИЮ РЕШЕНИЯ О ПРОЛОНГАЦИИ ДОГОВОРОВ С ПОСТАВЩИКАМИ

*Е. С. Панькова, магистрант группы Гм-11,
специальность Логистика*

*Н. Л. Каунова, ст. преподаватель кафедры коммерции и
логистики – научный руководитель*

*Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»*

В процессе сотрудничества с поставщиками товаров часто возникает вопрос с кем из них целесообразно пролонгировать договор. Принятие решения о пролонгации договоров с отдельными поставщиками может быть основано на использовании методики рейтинговой оценки поставщиков, которая является актуальной в закупочной логистике.

Суть данной методики заключается в том, что необходимо выбрать показатели, дающие возможность оценить выполнение обязательств по договору на протяжении определенного периода времени.

В процессе исследования для принятия решения о выборе поставщика для пролонгации договора были выбраны такие показатели как: изменение цены в период действия договора, выполнение обязательства по осуществлению поставок качественных товаров.

Поставщиками в качестве объектов оценки выступили: поставщик № 1 – ООО «Сладкая жизнь – Брянск» и поставщик ООО «Объединенные кондитеры» – № 2.

Оба поставщика поставляют одинаковую продукцию. Для анализа были выбраны две ассортиментные позиции: карамель (А) и карамель (В), период исследования – сентябрь-октябрь 2019 года.

Динамика цен на поставляемые виды карамели (А) и (В) за анализируемый период поставщиком № 1 – ООО «Сладкая жизнь – Брянск» и поставщиком № 2 – ООО «Объединенные кондитеры» представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика цен поставщиков кондитерских изделий за сентябрь-октябрь 2019 г. Гордеевское райпо

Поставщик	Месяц	Товар	Объем поставки, ед./мес.	Цена за единицу, рос. р.
№ 1	Сентябрь	А	56	110
	Октябрь	В	45	120
№ 2	Сентябрь	А	104	109
	Октябрь	В	37	119
№ 1	Сентябрь	А	97	117
	Октябрь	В	40	128
№ 2	Сентябрь	А	81	119
	Октябрь	В	61	129

В таблице 2 приведена динамика показателей качества поставляемых товаров.

Таблица 2 – Динамика показателей качества поставляемых кондитерских изделий за сентябрь-октябрь 2019 г. в Гордеевское райпо

Месяц	Поставщик	Количество товара ненадлежащего качества, ед./мес.
Сентябрь	№ 1	5
	№ 2	7
Октябрь	№ 1	3
	№ 2	4

Для принятия решения о продлении договора с одним из поставщиков необходимо провести расчет рейтинга каждого поставщика. Оценка поставщиков по показателям: цена, и качество поставки осуществляется на основе расчетных формул (1–2).

Средневзвешенный темп роста цен по формуле:

$$T_{ц} = \sum_{i=1}^n T_{ци} \cdot d_i, \quad (1)$$

где $T_{ци}$ – темп роста цены на i -й товар;

d_i – доля i -го товара в общем объеме поставок;

n – количество поставляемых разновидностей товара.

Темп роста поставки товаров ненадлежащего качества:

$$T_{н.к.} = \frac{d_{н.к.1}}{d_{н.к.0}} \cdot 100, \quad (2)$$

где $d_{н.к.1}$ – доля товара ненадлежащего качества в общем объеме поставок текущего месяца;

$d_{н.к.0}$ – доля товара ненадлежащего качества в общем объеме поставок предшествующего месяца.

Результаты полученных рейтингов представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Рейтинг поставщиков № 1 и № 2 для принятия решения о пролонгации договора в Гордеевском райпо

Показатель	Вес показателя	Оценка поставщика по данному показателю		Произведение оценки на вес	
		Поставщик № 1	Поставщик № 2	Поставщик № 1	Поставщик № 2
Цена	0,7	95,8	87,2	67,1	61,04
Качество	0,3	40,8	45,2	12,24	13,6
Рейтинг поставщика				79,34	74,64

Значение показателей весомости (цены – 0,7, качества – 0,3) были определены заранее компетентными экспертами.

На основе рассчитанных рейтингов и их сравнения следует сделать вывод о том, что предпочтение для пролонгации договора Гордеевское райпо отдаст поставщику № 2 – ООО «Объединенные кондитеры», поскольку его рейтинг ниже, чем у поставщика № 1.

Применение данной методики позволит продлевать договорное сотрудничество с наиболее предпочтительными поставщиками, налаживать длительные партнерские взаимоотношения.

Список использованных информационных источников

1. Григорьев, М. Н. Коммерческая логистика: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / М. Н. Григорьев, В. В. Ткач, С. А. Уваров. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2018. – 507 с.
2. Курочкин, Д. В. Закупочная логистика как инструмент повышения эффективности деятельности организации / Дмитрий Курочкин // Главный экономист. – 2017. – № 10. – С. 25–39.

X+Y+Z: КАК ВЫСТРАИВАТЬ КОММУНИКАЦИИ С РАЗНЫМИ ПОКОЛЕНИЯМИ

А. О. Парфенкова, учащаяся группы П-42, специальность
Программное обеспечение информационных технологий
Т. В. Михаленко, магистр экономических наук,
преподаватель – научный руководитель
Учреждение образования «Гомельский торгово-экономический
колледж» Белкоопсоюза

Любому предпринимателю нужно понимать свою аудиторию: чем она живет, о чем думает, почему его товар ей интересен, а самое главное – как продать ей товар. Понять приоритеты представителей разных поколений помогает теория, согласно которой каждые двадцать лет рождаются люди с новыми ценностями, не похожими на ценности их отцов.

Поколение X, родившееся с 1964 по 1985 год, – самое самостоятельное и ответственное поколение. Главная ценность – семья. Это главная целевая группа потребительского бизнеса. Не очень активны в социальных сетях, но любят делиться контентом, так как общественно активны, поэтому, чтобы достучаться до них с помощью SMM, следует призывать их к действию. Так как они провели большую часть жизни вне социальных медиа и интернета, это поколение не настолько digital-подкованное, как последующие поколения. Поэтому простая и понятная инструкция, такая как: перейдите по ссылке, будет лучшим решением для них. Поколение X ценит стабильность и может составить самую лояльную группу потребителей. Это более вдумчивое поколение по сравнению с миллениалами и поколением Z. Поэтому фокус на ностальгию и прошлое пробудят воспоминания, и брендам следует поощрять эту черту. С этим поколением проще всего создать лояльную базу потребителей. 84 % заявляют о лояльности бренду. И этот процент намного больше, чем среди других поколений.

Поколение X хочет быть полностью проинформированными о предмете, поэтому информационно насыщенный видео-контент увеличит шансы для взаимодействия. Брендам важно использовать правильную платформу для максимального эффекта. 95 % представителей этого поколения предпочитают email или чаты в режиме реального времени, если речь заходит о коммуникации с компаниями. Поощрение подписки на рассылки уве-

личит взаимодействие с брендом и поможет увеличить осведомленность о нем.

Миллениалов (поколение Y), родившихся с 1985 по 2004 год, у нас меньше, чем могло бы быть, из-за демографической «ямы» 90-х. Мобильные телефоны и интернет – привычная действительность миллениалов. Они главные проводники инноваций в компаниях и, как правило, улучшают атмосферу в коллективе, неконфликтны, способны на многозадачность – занимаются всем и сразу. Маркетологи и предприниматели любят поколение Y как вдумчивых и любящих инновации потребителей, но завоевать их доверие очень непросто – они скорее ориентируются на рекомендации друзей или родственников. Умеют работать с интернетом и собирать информацию, доверяют рейтингам.

И, наконец, поколение Z – эти люди (точнее сказать, дети) еще не являются активными гражданами, работниками и потребителями, но очень скоро они о себе заявят. Для них важен собственный внутренний мир и ближний круг. Много друзей в сети, но мало – в реальности. Поколение Z страдает синдромом дефицита внимания и так называемым «клиповым мышлением» – им тяжело сосредоточиться на чем-то одном. Если готовить контент, предназначенный для этого поколения, его нужно делать коротким, позитивным и визуальным. Эти люди сайты не читают, а «сканируют».

К 2021 году доля «игреков» составит 50 % от всех потребителей. На «зетов» к тому же году придется 40 %. Поколения Y и Z – это самые уверенные пользователи интернета. Логично, что они же составляют основную массу покупателей онлайн-магазинов уже сейчас.

Маркетинг для представителей поколения Z требует глубокого понимания их мышления. Главными трендами поколения Z являются следующие:

1. Им интересна и онлайн, и офлайн среда. Поколение Z ответственны за инновационные технологии в офлайн магазинах, такие как мобильные кассы самообслуживания, интерактивные устройства и виртуальные примерочные, качество обслуживания для них несколько не потеряло своей важности. Квалифицированный персонал, который помогает принять решение о покупке, интерактивные сервисы в магазинах, которые вдохновляют делиться контентом в социальных сетях, технологии дополненной реальности и так далее – вот некоторые способы, кото-

рыми бренды из всех сил стараются привлечь поколение Z.

2. Их интересует персонализированный и интересный контент от брендов. Забудьте о рекламе, как только лишь источнике продаж. Для того, чтобы заинтересовать поколение Z, нужно больше: к примеру, информативные видео ролики. Им нужен полезный и вдохновляющий контент, особенно в социальных сетях (таких как Instagram сториз и короткие видео на YouTube).

3. Их привлекают красивые магазины с уникальными решениями. 71 % представителей поколения Z нравится офлайн шопинг как способ узнавать о новых трендах в моде, а 80 % интересно знакомиться с новыми ритейл магазинами. По сравнению с поколением X и миллениалами, поколение Z уделяет гораздо больше внимания дизайну магазинов как фактору принятия решения, зайти ли в магазин или пройти мимо. Товары, выставленные в максимально выгодном свете, особенно разнообразные и уникальные, гораздо более желанны для поколения Z. Общаясь с поколением Z в оффлайне и онлайн, необходимо учитывать их скорость мышления, быстроту анализа контента и то, что цепляет их глаз.

В теории поколений работает тот же принцип, что и в типологии поведения людей DISC: «Другой не значит плохой. Другой просто другой». Нет плохих поколений, есть наше нежелание или неумение выстраивать отношения, проявлять гибкость и готовность хотя бы попытаться понять другого человека. Разве искусство продаж не является искусством понимания другого человека? Как сказал Оскар Уайльд: «Я живу в постоянном страхе, что меня поймут правильно». Поколение Z будет радо, если его поймут.

Предпринимателю и управленцу невозможно игнорировать поколенческие особенности. Представители каждого из существующих сегодня в Республике Беларусь поколений обладают уникальными и очень ценными чертами, которые могут принести пользу во всех сферах жизни.

Список использованных информационных источников

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / Е. Н. Голубкова. – Москва : Бакалавр, 2017.
2. Поляков, В. А. Маркетинговые коммуникации : учебник / В. А. Поляков. – Москва : Бакалавр, 2018.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ТОРГОВОГО РАБОТНИКА: ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В ОБСЛУЖИВАНИИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

*О. О. Петрова, учащаяся группы Т-32, специальность
Коммерческая деятельность*

*Т. Б. Данилевич, педагог-психолог, преподаватель психологии
и этики деловых отношений цикловой комиссии коммерческой
деятельности и товароведения*

*Учреждение образования «Гомельский торгово-экономический
колледж» Белкоопсоюза*

Современный рынок труда предъявляет к молодым специалистам высокие требования. Чтобы быть востребованным и конкурентоспособным в профессиональной сфере, необходимо обладать твердыми профессиональными знаниями, умениями, быть компетентным в области психологии и этики деловых отношений.

Успешность торгового обслуживания во многом зависит от тактики и манер поведения продавца. Умелое использование психологических техник и приемов эффективного общения помогают максимально улучшить обслуживание, избежать такого неприятного взаимодействия с покупателем как конфликт. Поэтому применение в профессиональной деятельности продавца психологических умений и навыков, позволяющих создавать благоприятный морально-психологический климат и предупреждать возникновение конфликтов, повышать качество обслуживания, а также имидж торгового работника является актуальным.

Цель исследования: показать, что владение психологическими компетенциями и применение их в профессиональной деятельности позволяет достичь основную, с психологической точки зрения, цель совместной деятельности продавца и покупателя – создание благоприятных условий для успешного процесса «купли – продажи», не допустить конфликтов, повысить качество торгового обслуживания.

В период прохождения учебной практики в торговых объектах учащиеся-практиканты активно применяли психологические техники эффективного общения с покупателями, способы, препятствующие возникновению конфликтных ситуаций. При этом,

успешность взаимодействия «покупатель – продавец», непосредственно была связана с грамотным и рациональным поведением продавца.

В ходе исследования анализировались и оценивались тактика поведения продавца, его умение «сглаживать острые углы», владение способами предупреждения конфликтных ситуаций.

В основу тактики продавца при обслуживании покупателей были положены принципы профессионального поведения: почтительное и уважительное отношение к покупателю; тактичное поведение, умение воздержаться от замечаний; предупредительность, готовность к услугам; внимательное и доброжелательное отношение к претензиям покупателя независимо от их тона и справедливости; принятие потребителя таким, каков он есть. Соблюдение данных профессиональных принципов и учет психологических факторов, влияющих на успешность обслуживания, позволили создать благоприятную атмосферу, дали возможность покупателю получить положительные эмоции, вызвать доверие к продавцу, понять желание покупателя, причины его действий (нетерпение, назойливость), что, непосредственно, предотвращает конфликтные ситуации.

В работе с претензиями, сомнениями покупателей, в назревающих конфликтных ситуациях применялись следующие техники: «поиск путей сотрудничества» – продавец не остается в стороне от конфликта, но его активность не агрессивна и она не направлена на защиту, делается попытка выяснить причины конфликта и разрешить его. Цель продавца – предотвратить конфликт, укрепляя сотрудничество с оппонентом; «приспособление и уступка» – продавец готов уступить посетителю, даже если покупатель не прав, берет на себя агрессию и пытается восстановить деловой тон разговора, пытается приспособиться к настроению возмущившегося покупателя. Чтобы не возникали конфликтные ситуации в работе с претензиями, применялась следующая тактика: отвечать с помощью значимых для покупателя аргументов, при этом не возражать, спорить, говорить, что покупатель не прав. В данном случае используется форма неполного согласия. Если возражения покупателя неправомерны и невыполнимы, то продавцу доказать свою правоту спокойно, доброжелательно, ссылаясь на правила торговли.

В начале конфликтной ситуации чувство сопротивления вызывает у покупателя отрицательные эмоции, которые продавец должен перевести в положительные. Конструктивное взаимодействие с покупателем возможно лишь на основе самоконтроля эмоций торговым работником. Поэтому управление эмоциями является одним из необходимых условий разрешения проблемы.

В ходе исследования использовались такие методы, как наблюдение, опрос покупателей, анализ отзывов.

Для оценки результата исследования, определялся уровень удовлетворенности покупателей качеством обслуживания, созданными условиями для психологического комфорта, анализировалось мнение покупателей об умении продавца строить деловое общение, его манерах, культуре общения, о соответствии предлагаемого уровня обслуживания их представлению о качественном обслуживании.

О результативности применения психологических компетенций работника в торговом обслуживании можно судить по положительным отзывам покупателей. Они отмечали профессиональную грамотность продавцов. Особо выделили умение гибко подводить покупателя к принятию решения о покупке, грамотно работать с сомнениями, культуру общения. Следует отметить, что в опросе покупатели выразили удовлетворение не только от покупки, но полученное удовольствие от внимательного, доброжелательного отношения продавца.

Обобщив полученные результаты исследования можно сделать вывод, что применение торговым работником в обслуживании покупателей профессиональных знаний в области психологии и этики деловых отношений позволяют создать благоприятные условия для успешного взаимодействия с покупателем, предупредить возникновение конфликтных ситуаций, значительно повысить качество, эффективность торгового обслуживания укрепить имидж торгового работника и предприятия в целом.

Список использованных информационных источников

1. Продавец: Практическое пособие для продавцов, индивидуальных предпринимателей / под ред. Н. А. Снытковой. – Минск, 2012.

РОЗВИТОК РИНКУ ШПАЛЕР В УКРАЇНІ

О. В. Пушміна, студентка групи ПТБДз [2018], спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

С. Е. Мороз, к. п. н., доцент кафедри підприємництва і права – науковий керівник
Полтавська державна аграрна академія

Головною проблемою всіх побудованих у радянські часи будинків є нерівність стін. Шпалери – найдешевший та найзручніший спосіб приховати цей недолік. Саме цей факт і пояснює такий тривалий попит на цей вид опоряджувального матеріалу, незважаючи на конкуренцію з боку товарів-субститутів (фарб, декоративних штукатурок, спеціальних тканин).

Шпалери забезпечують неповторний дизайн приміщення і вишукану елегантність стін за рахунок великої кількості кольорних рішень і фактур. Стильні та яскраві кольори, інноваційні моделі і конструкції шпалер привертають увагу споживачів, які прагнуть неповторності і креативності в інтер'єрі. Численні колекції шпалер, пропонувані сьогодні основними світовими виробниками, відповідають найвищим вимогам дизайну і сучасним смакам споживачів.

Шпалери вважаються найлегшим і найдоступнішим способом оновлення інтер'єру у квартирі. Донедавна вибір опоряджувальних матеріалів на українському ринку був не таким великим, отже й не існувало високих вимог до якості «нових стін». Сьогодні система оцінки якості опоряджувальних матеріалів змінилася. На першому плані – гармонійне поєднання кольорів і фактур, можливість комбінувати декори, їх довговічність та екологічна чистота.

Шпалери протягом багатьох років користуються популярністю у сфері дизайну. Пропонуючи нову естетику інтер'єру і необмежені можливості у використанні кольорів, орнаментів і матеріалів, вони дозволяють реалізовувати творчі фантазії споживачів, тісно пов'язані з існуючими будівельними технологіями, і при цьому створювати затишну, гармонійну атмосферу завдяки грамотно продуманій експозиції.

Ще зовсім недавно українському споживачеві доводилося задовольнятися в основному найпростішими видами паперових шпалер вітчизняних виробників. Але відтоді, коли на українському ринку з'явилися шпалери з синтетичним покриттям ви-

робництва Німеччини, Англії, Голландії, Туреччини, Польщі і т. д., вони користуються незмінним попитом. Як показує статистика, обклеювання стін шпалерами – найбільш розповсюджена складова ремонту наших співгромадян. Кожен споживач хоча б раз у житті купував будівельні матеріали та переймався проблемою безпечності та якості придбаного товару. Сучасні виробники пропонують величезний вибір найрізноманітніших шпалер. Найоригінальніші з них виготовлені із застосуванням металу, піску, скла і навіть водоростей. Оскільки звичайному споживачеві важко орієнтуватися у розмаїтті сучасних шпалер, дослідження їх асортименту є доцільним і своєчасним.

Поряд з цим, проблематика дослідження асортименту та ринку пов'язана із колом питань, що стосуються класифікації та ідентифікації шпалер. Для того, щоб обирати не тільки відповідний колір, але й оптимальну якість, щоб звести до мінімуму можливі ризики для здоров'я та придбати товар який з часом «не підведе» і не шкодувати про марно витрачені кошти, споживачі повинні повною мірою володіти інформацією про види, якість та безпечність шпалер.

Сьогодні на ринку представлена продукція великої кількості компаній, що виробляють елітні паперові шпалери для стін, лідерами серед яких є: Graham&Brown, Osborne&Little, KAI, Zoffany, Sangetsu, Hookedonwalls, Wallquest, Sanderson та York. Основними світовими виробниками шпалер вважаються: Голландія (BN International, Eijffinger); Італія (Sirpi, Zambaiti, Andrea Rossi, Emiliana Parati, Decori); Німеччина (AS Creation, Rasch, Marburg, Erismann); Франція (Casamance, Grandeco, Lutece); Англія (Graham&Brown, Brewster, Chelsea DecorFine DecorSmith&Fellows); Бельгія (Atlas, Hookedonwalls, Ideco); Україна (Версаль, Sintra, Vinil, Золоте руно, Crocus, Едем); Росія (Палітра, Elysium, АРТ); США (Affresco, Chesapeake, Living in Style) та інші.

Імпорт вносить максимальний внесок у пропозицію шпалер і шпалерних покриттів на вітчизняному ринку. Частка імпорту шпалер у 2018 р. від загального обсягу пропозиції в країні склала 54% – 139 млн. єврорулонів, частка виробництва склала – 23 % – 60 млн. євро рулонів. У 2018 р. на українському ринку було реалізовано шпалер на 5 060 021,6 тис. грн. [1].

Відомо, що в Європі ринок будівельного ритейла зростає всього на 2–3 %, а в Україні – на 12–15 % в рік [2]. В умовах

скорочення вітчизняного виробництва шпалер, особливого значення набуває наповнення ринку продукцією імпортного виробництва, які переважно, безпечні та мають високу якість.

На сьогоднішній день європейські виробники шпалер міцно зайняли сегмент «преміум», частка якого на українському ринку поки залишається досить незначною (10–15 %), але перспективи зростання цього сегмента очевидні. Одні з найбільш відомих виробників, що представляють продукцію «преміум» класу: Rash (Німеччина); BG, Crown & Shand Kydd (Великобританія); Murella (Італія); Venilia (Франція). Найбільша кількість шпалер та настінних покриттів імпортується в Україну з таких країн, як Німеччина та Італія (табл. 1).

Таблиця 1 – Провідні країни-імпортери шпалер та настінних покриттів в Україну протягом 2013–2018 рр.

Країна \ Рік	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Російська Федерація	39,92 %	–	–	9,83 %	19,95 %	28,84 %
Німеччина	23,95 %	40,13 %	40,11 %	47,78 %	43,77 %	38,87 %
Італія	9,72 %	11,30 %	14,21 %	11,23 %	–	–
Китай	–	9,83 %	–	–	–	–
Польща	–	–	–	–	10,34 %	6,79 %
Інші	26,40 %	38,74 %	31,78 %	31,17 %	25,94 %	25,5 %

Джерело [3]

На жаль, доводиться констатувати суттєве зменшення частки імпорту шпалер з Китаю, Білорусі і Кореї. Однак, як бачимо з табл. 1, поступово налагоджується співпраця України з Польщею та відновлюється торгівля з Росією.

Підсумовуючи зазначимо, що, не зважаючи на складні умови, в яких сьогодні опинилися вітчизняні підприємства – виробники шпалер, в Україні існує великий економічний і соціальний потенціал розвитку галузі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2010–2018 роках [Електронний ресурс]: статистична інформація. Державна служба статистики України, 2019. – URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 17.11.2019). – Назва з екрана.

2. Leroy Merlin строит планы развития в Украине [Электронный ресурс] : веб-сайт. – URL: <http://sostav.ua/columns/2011/04/11/11/39619/> (дата звернення: 22.11.2019). – Назва з екрана.
3. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн – контрагентів [Електронний ресурс] : Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. – URL : <http://sfs.gov.ua> (дата звернення: 22.11.2019). – Назва з екрана.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Н. А. Савостенко, ст. преподаватель

И. Б. Юркова, ст. преподаватель

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

В соответствии с Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы главная цель развития государства заключается в повышении качества жизни населения на основе роста конкурентоспособности экономики, привлечения инвестиций и инновационного развития.

Современный путь развития экономики Республики Беларусь требует активного внедрения инноваций в сферу управления, техники и технологий розничной торговли. Для торговли характерно использование модели инновационной активности, которая ориентирована на заимствование и адаптацию технологий ведения бизнеса, уже известных мировой торговой системе. В их числе – внедрение средств электронной торговли, специальных компьютерных систем, средств идентификации товаров, развитие системы безналичных расчетов, освоение новых форматов торговли и создание корпоративных сетей.

Инновационные процессы, происходящие в розничной торговле Республики Беларусь, связаны с укрупнением размеров магазинов за счет строительства и открытия магазинов современного формата, а также развитием магазинов шаговой доступности в районах жилой застройки. Продолжается в республике активное развитие сетевой торговли. По прогнозам доля продаж, приходящихся на крупные организации, возрастет с 66,3 % в 2015 г. до 67–70 % к 2020 г. при сокращении доли продаж на рынках с 18,6 % в 2015 г. до 10–12 % к 2020 г. [1].

Развитие торговой сети в республике будет осуществляться за счет формирования оптимального соотношения торговых сетей и магазинов шаговой доступности. Оптимальное соотношение крупноформатных торговых объектов и магазинов шаговой доступности планируется обеспечить за счет разработки и реализации местными властями их схем размещения. Инновационные процессы, происходящие в розничной торговле республики, связаны также с расширением сферы применения электронной торговли. Интернет-торговля в Беларуси развивается быстрыми темпами – на конец 2018 года успешно функционировали 2 418 интернет-магазинов [2]. При этом интернет-магазины в основном зарегистрированы в г. Минске, а также на территории Минской области.

Программой социально-экономического развития Республики Беларусь в рамках развития торговли по образцам и организации продажи товаров через интернет-магазины намечено было обеспечить к 2020 году долю интернет-торговли до 3,5 % в объеме розничного товарооборота организаций торговли. Следует отметить, что на 01.01.2019 года удельный вес розничного товарооборота интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли уже составил 3,7 % [2].

В целях увеличения объемов продаж через интернет-магазины предусматривается возможность разрешения дальнейшего расширения ассортимента за счет групп товаров, которые в настоящее время не предлагаются данным форматом торговли.

В республике продолжается активное развитие фирменной торговли. Рост числа фирменных магазинов, включая расширение фирменных отделов, позволит обеспечить более широкий выбор отечественных товаров для потребителей. Количество магазинов фирменной торговли достигнет к 2020 году около 1,5 тысяч и увеличится на 350–400 единиц [1].

Развивается в республике торговля через торговые автоматы посредством установки их в различных учреждениях, на станциях метро, вокзалах, в подземных переходах и обеспечения круглосуточного режима их работы. К 2020 году планируется довести их количество до 2 тысяч единиц [1].

Наращивание производства высококачественной продукции наряду с увеличением производства товаров, реализуемых под

собственными торговыми марками розничных торговых сетей, позволит обеспечить наполнение рынка товарами, в первую очередь, отечественного производства.

Расширение каналов товародвижения с одновременным принятием мер по недопущению межрегиональных барьеров в поставках белорусской продукции и защите потребительского рынка обеспечит доведение удельного веса продаж продовольственных товаров отечественного производства в общем объеме розничного товарооборота к концу 2020 года до 85 % при 78,4 % в 2018 году.

Для торговых объектов предусмотрено ежегодное расширение и обновление обязательного ассортиментного перечня товаров. При этом в рамках либерализации деятельности небольших торговых объектов с торговой площадью до 50 м², обязательное наличие в них ассортиментного перечня предполагается отменить.

Для сокращения в обороте наличных денежных средств расширится применение безналичных расчетов с использованием современных электронных платежных инструментов и средств платежа за счет развития программно-технической инфраструктуры, в том числе путем оснащения объектов розничной торговли и сервиса платежными терминалами. Прогнозируется, что доля безналичного оборота в розничном товарообороте организаций торговли и товарообороте общественного питания достигнет к концу 2020 года 40 %.

В целом за пятилетие прогнозируется рост розничного товарооборота в 1,1–1,2 раза, увеличение обеспеченности населения торговыми площадями – с 551 до 620 м² на 1 тыс. человек [1].

Как свидетельствует мировой опыт, внедрение инноваций в розничной торговле способствует ускорению организационно-технологического развития, повышению степени адаптивности торговых организаций к изменяющимся условиям, расширению их возможностей по завоеванию новых рынков, обеспечению эффективного и долгосрочного функционирования, повышению качества торгового обслуживания, улучшению условий труда торговых работников, укреплению имиджа.

В современных условиях инновации являются важнейшим фактором устойчивого развития розничной торговли Республики Беларусь.

Список использованных информационных источников

1. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы : Указ Президента Респ. Беларусь от 15 декабря 2016 г., № 466 // Консультант [Электронный ресурс]. – (дата доступа 1.11.2019 г.).
2. Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь : стат. сборник / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск: Нац. стат. комитет Респ. Беларусь, 2019. – 222 с.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ ЭФФЕКТИВНЫХ КАНАЛОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

К. Ю. Шевцов, магистрант группы Гм-1,
специальность *Логистика*

В. И. Маргунова, к. э. н., доцент, доцент кафедры коммерции
и логистики – научный руководитель
*Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»*

Сбыт произведенной на предприятиях продукции является заключительным этапом производства и представляет собой деятельность коммерческой службы с момента получения готовой продукции от цехов на склад готовой продукции и до момента получения денег на расчетный счет предприятия, в связи с чем, организации данного процесса следует уделять первостепенное внимание.

Рассмотрим процесс организации сбыта ОАО «Гомельская мебельная фабрика «Прогресс». Используемая предприятием распределительная система не отвечает многим логистическим принципам, на которых должны строиться системы распределения с точки зрения оптимизации потоковых процессов. Произведем дифференциацию выбора контрагентов предприятия, реализующего мебель, по методу ABC.

Идея метода ABC состоит в том, чтобы из всего множества однотипных объектов выделить наиболее значимые с точки зрения обозначенной цели. Таких объектов, как правило, немного, и именно на них необходимо сосредоточить основное внимание и силы.

В группу А по градации доли в объеме поставок включаются элементы нулевого уровня, которые продуцируют наибольшую величину материального потока. Группы В и С – наименьшую величину. В группу А по признаку средней величины запаса включаются участники с наибольшим объемом продаж и период существования материального потока в виде запасов минимален. Группы В и С – организации с наименьшим объемом реализации продукции ОАО «Гомельская мебельная фабрика «Прогресс».

Таблица 1 – Ранжирование посредников мебельной фабрики ОАО «Гомельская мебельная фабрика «Прогресс» по объему реализации за январь-июнь 2019 г.

Наименование предприятия	Объем поставки, р.	Доля в общем объеме поставки, %	Накопительный итог, %	Группа А, В, С
ООО «НПКЦ «Интекс»	624077	26,6	26,6	А
ОДО «РезонансТ»	279398	11,9	38,6	А
ЗАО «Мебель, стройматериалы»	244539	10,4	49,0	А
ООО «Летама»	194365	8,3	57,3	А
ОДО «Юма»	178389	7,6	64,9	А
ЧТУП «Голдплюс-Стайл»	176159	7,5	72,5	А
ОДО «Мара плюс»	174380	7,4	79,9	А
ОАО «Ясень»	156646	6,7	86,6	В
ИП Некраш А.Н.	114852	4,9	91,5	В
ЧТУП «Третив-мебель»	107002	4,6	96,1	С
ЧТПУП «Фаворитмебель»	92334	3,9	100	С
Итого	2342146	100	–	–

Таким образом, при помощи перекрестного ABC-анализа были определены участники нулевого уровня, с наиболее широкими и быстрыми каналами распределения.

Результатом анализа является выделение двух наиболее эффективных посредников ОАО «Гомельская мебельная фабрика «Прогресс», которые имеют широкий и быстрый канал реализации продукции. Такими контрагентами являются ОДО «Резонанс-Т» и ЧТУП «ГолдплюсСтайл». А наименьшим и медленным каналом обладают посредники: ЧТУП «Третив-мебель» и ЧТПУП «Фаворитмебель».

Исследовав время нахождения материального потока в запасе и объединив с ABC-анализом по реализации, получим результат перекрестного ABC-анализа (таблица 2).

Таблица 2 – Результат перекрестного ABC-анализа

Наименование предприятия	Группа А, В, С по объему поставок	Группа А, В, С по сроку хранения	Перекрестная группа
ООО «НПКЦ «Интекс»	А	В	АВ
ОДО «Резонанс-Т»	А	А	АА
ЗАО «Мебель, стройматериалы»	А	С	АС
ООО «Летама»	А	В	АВ
ОДО «Юма»	А	С	АС
ЧТУП «ГолдплюсСтайл»	А	А	АА
ОДО «Мара плюс»	А	С	АС
ОАО «Ясень»	В	С	ВС
ИП Некраш А.Н.	В	В	ВВ
ЧТУП «Третивмебель»	С	С	СС
ЧТПУП «Фаворитмебель»	С	С	СС

Исходя из результатов анализа структуры сбыта, можно заметить, что подавляющее большинство продукции, реализуемой предприятием на территории Республики Беларусь, отдается под реализацию в организацию Брест «НПКЦ Интекс». То есть можно сделать вывод, что структура распределения ОАО «Гомельская мебельная фабрика «Прогресс» является недостаточно широкой, в результате чего данное предприятие сильно подвержено колебаниям спроса со стороны данного оптового покупателя, а это, в свою очередь, может негативно сказаться в будущем на успешности реализации продукции предприятия.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В УПРАВЛЕНИИ АССОРТИМЕНТОМ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

И. Б. Юркова, ст. преподаватель

Н. А. Савостенко, ст. преподаватель

УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Современные условия работы розничной торговли определяют новые подходы в управлении ассортиментом. Принимая решение о покупке покупатель, как правило, оперирует понятием «товарная категория», а не «товарная группа» (например, покупатель идет в магазин не за молочными продуктами, колбасными изделиями, а за молоком, творогом, йогуртом, колбасой, сыром и т. п.). Соответственно, ключевой идеей нового подхода к организации управления ассортиментом становится

разделение сложного на составные части – всего ассортимента на составляющие его категории (классификационные группировки, подсистемы). Такой подход к управлению ассортиментом получил название «категорийный менеджмент». В рамках категорийного менеджмента основной единицей управления ассортиментом выступает категория. Товарная категория – это совокупность товаров, которые покупатель воспринимает как сходные между собой, или товаров, объединенных совместным использованием [2].

В связи с этим, важно определить какую роль занимает та или иная категория в ассортименте магазина. Правильно определить такую роль позволяет кросс-категориальный анализ, в основе которого лежат математический и экспертный подходы. Примечательно, что такой анализ позволяет не только сравнить объемы продаж и прибыли между реализуемыми категориями, но и определить возможные направления и потенциал развития каждой категории.

Кросс-категориальный анализ рекомендуется выполнять поэтапно в следующей последовательности [2]:

- на первом этапе составляется список всех категорий на основании данных по обороту и прибыли; данные сортируются по мере убывания значений показателей;

- на втором этапе определяются границы данных – минимальные и максимальные значения по прибыли и обороту выделенных категорий. Здесь же вычисляется среднее арифметическое по прибыли и по обороту; находятся величины, лежащие между средними и крайними значениями, чтобы затем правильно отнести категории с показателями «выше среднего» или «ниже среднего»;

- на третьем этапе определяются роли исследуемых категорий, в том числе с учетом полученных значений по прибыли и товарообороту по каждой категории.

В рамках технологии категорийного менеджмента каждая товарная категория должна быть соотнесена с одной из пяти ролей, которые они играют в ассортименте магазина:

- уникальная категория – эта категория создает определенный имидж магазина и способствует его запоминаемости. Эта категория обычно не дает большой выручки и даже может быть неприбыльной. Уникальность может проявляться не только в самом товаре (редкая или новая категория) но и в том, что товар

сам по себе может быть обычным, но в данном магазине этот товар уникален, т. е. у конкурентов с магазинами похожего формата такого товара нет;

– приоритетная категория – товары этой категории покупают достаточно часто, так как они важны для целевых покупателей магазина. Для магазина эти категории также важны, так как на них устанавливаются высокие торговые надбавки, они образуют основу дохода магазина. Эти категории определяют общую специализацию магазина;

– базовая категория – основная задача товаров этой категории – высокая оборачиваемость и привлечение потока покупателей. Это товары, которые присутствуют и должны присутствовать в ассортименте любого магазина определенного формата, это основа ассортимента магазина. Это изделия, пользующиеся наибольшим и устойчивым спросом и имеющие высокие показатели оборота;

– периодическая (сезонная) категория – товары этой категории покупают время от времени или в соответствии с сезоном. Соответственно, выручка от их продажи и прибыль имеют непостоянный характер. Их основная задача – обновление ассортимента и удержание покупателя. С помощью товаров периодической категории можно привлечь новых покупателей в пики сезонных продаж;

– удобная категория – товары этой категории присутствуют в ассортименте магазина для удобства покупателей, чтобы можно было купить в одном месте все необходимое, сопровождающее основные товары. Выручка и прибыль от продажи товаров удобной категории могут носить эпизодический характер [1].

Правильное соотношение категорий в ассортименте магазина покажет, насколько ассортимент сбалансирован.

Важно отметить, что на практике для определения роли категории нужно опираться не только на данные о продажах и прибыли в магазине, но и на оценку ситуации в целом, т. е. как покупатель воспринимает товар, на каком этапе жизненного цикла находятся товары данной категории, как давно они включены в ассортимент магазина, насколько равномерный спрос на них, как они представлены у основных конкурентов и др. Если в процессе проведения кросс-категориального анализа неправильно выделить категории, то существует риск формирования неправильных выводов о роли категории.

Таким образом, после проведения кросс-категориального анализа можно будет определить, какие категории требуют развития, какой потенциал содержится в развитии этих категорий, существует ли необходимость разделения категории, в каком направлении категория требует развития (например, пересмотр выкладки, надбавки, состава категории, применение средств стимулирования розничной продажи, обучение продавцов, пересмотр места нахождения категории в торговом зале и т. п.).

Список использованных информационных источников

1. Сысоева, С. В. Большая книга директора магазина / С. В. Сысоева, Г. Г. Крок. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 416 с.
2. Сысоева, С. В. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент / С. В. Сысоева, Е. А. Бузукова. – Санкт-Петербург : Питер, 2010. – 288 с.

ИЗ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И КОНКУРЕНЦИИ: САЛАМАНКСКАЯ ШКОЛА

***Н. В. Яцевич, к. э. н., доцент, доцент кафедры мировой и национальной экономики
учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»***

В статье рассмотрим роль экономических мыслителей саламанкской школы в формировании принципов экономической науки в целом, и теории предпринимательства в частности.

Как было признано Ф. фон Хайеком, основные принципы экономического либерализма, динамической и субъективистской концепции экономической науки произросли из доктрин доминиканцев-иезуитов, принадлежавших к саламанкской школе времен испанского золотого века [2, с. 44–45]. Данная школа сложилась среди ученых-юристов XVI века, принадлежавших древнейшему университету Испании – Университету Саламанки.

Под руководством Ф. фон Хайека в 1952 г. М. Грайс-Хатчинсон опубликовала наиболее полное исследование экономической мысли ученых университета Саламанки «Саламанкская школа» [3]. В качестве предшественников, «предтечи современной австрийской школы» работы испанских схоластов назвал и исследовал их труды Х. Уэрта де Сото [2, с. 45]. Стоит отметить,

что в трудах по экономической теории роль представителей саламанкской школы в целом не изучена в должной мере. Можно выделить научную статью А. А. Афанасьева «Экономическая мысль в Испании XVI века – саламанкская школа» [1], где подробно рассмотрен вклад испанских ученых-богословов в становление вопросов рыночного и затратного ценообразования, субъективной ценности товаров и услуг, количественной теории денег, конкуренции между продавцами и покупателями.

Рассмотрим некоторых ученых саламанкской школы и их вклад в том числе в теорию предпринимательства. В первую очередь, отметим, что действительно, корни принципа субъективизма, характерного для австрийской экономической школы, лежат во взглядах испанских схоластов XVI века. Так, *Диего де Коваррубиас-и-Лейва* утверждал, что «ценность вещи зависит не от ее объективной природы, а от субъективных оценок людей, даже когда эта оценка нелепа» [цит. по 2, с. 45].

М. Грайс-Хатчинсон называет Коваррубиаса-и-Лейву «крайним субъективистом», также, как и *Луиса Саравиа-де-ла-Калье* [3, с. 48], поскольку Саравиа-де-ла-Калье продолжил субъективистскую традицию и, опередив свое время, указал на ошибочность объективной теории ценности, впоследствии разработанной представителями английской классической школы [2, с. 46], поскольку при наличии всеобщего оценивания не цена приспосабливается к затратам, а наоборот, затраты, связанные с трудом и риском торговца, должны приспосабливаться к цене [1, с. 36]. «Те, кто измеряет справедливую цену вещи трудом, издержками и рисками того, кто производит товар или торгует им, стоимостью транспорта, или затратами на поездку на ярмарку и обратно ... серьезно ошибаются, особенно те, кто учитывает определенный процент прибыли в размере пятой или десятой доли. Потому что справедливая цена создается избытком или нехваткой товаров, купцов и денег, а не издержками, трудом и риском» [цит. по 3, с. 81–82], – утверждал Л. Саравиа-де-ла-Калье в работе «Очень полезное наставление купцам» (1544 г.), изданной в качестве руководства для торговцев или купцов, то есть для предпринимателей в современном понятии этого термина. Таким образом, испанские ученые-схоласты не только преподавали богословие в университете, но и издавали практические руководства по организации деловой деятельности для предпринимателей того времени.

Отметим также вклад саламанкской школы в развитие концепции конкуренции. Как отмечает Х. Уэрта де Сото, учеными введено понятие динамической конкуренции, понимаемой как предпринимательский процесс соперничества, являющийся движущей силой рынка и развития всего общества [2, с. 46]. *Херонимо Кастильо де Бовадилья* в работе «Политика для градоначальников» (1585 г.) по управлению и судопроизводству для градоначальников (коррехидоров) обосновал динамическую концепцию свободной конкуренции между предпринимателями: «цены продукции понижаются в результате изобилия, взаимного подражания и конкуренции продавцов» [цит. по 2 с. 47]. *Луис де Молина* в 1597 г. обосновал механизм конкуренции между покупателями: «Многочисленность покупателей, конкурирующих сильнее в одно время, чем в другое, из-за большей неудовлетворенности вынуждает повышать цену вещи, малочисленность же покупателей вынуждает понижать ее» [цит. по 1, с. 52]. Еще ранее в 1546–1547 гг. *Хуан де Медина* разделил участников рынка на три основные группы (продавцы, покупатели, товары) [1, с. 35], а также определил, что увеличение числа конкурирующих покупателей и усиление нужды в товаре повышает его цену [1, с. 52].

Таким образом, наследие саламанкской школы, несмотря на то, что не в полной мере изучено современными учеными-экономистами, достаточно обширно и позволяет судить о том, что, средневековые ученые-схоласты уделяли значительное внимание изучению экономических явлений, в том числе относящихся к современным вопросам конкуренции в предпринимательстве.

Список использованных информационных источников

1. Афанасьев, А.А. Экономическая мысль в Испании XVI века – саламанкская школа / А. А. Афанасьев // Экономика и математические методы. – 2004. – Т. 40. – № 4. – С. 26–58.
2. Уэрта де Сото, Х. Австрийская экономическая школа: рынок и предпринимательское творчество / Х. Уэрта де Сото ; пер. с англ. – Челябинск : Социум, 2009. – 202 с.
3. Grice-Hutchinson, M. The School of Salamanca. Readings in Spanish Monetary Theory 1544–1605 / M. Grice-Hutchinson. – Oxford: Clarendon press, 1952. – 134 p.

ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ У ФАХОВІЙ ПІДГОТОВЦІ ЮРИСТІВ

*І. П. Варава, ст. викладач юридичного факультету
Національний авіаційний університет*

Система вищої юридичної освіти в Україні нині набуває нового змісту і модернізується відповідно до новітніх суспільних потреб (державно-правових, політичних, економічних, культурно-освітніх тощо).

Відповідно час висуває нові вимоги і до рівня підготовки правників у вищих навчальних закладах. Актуально постає проблема впровадження сучасних інформаційних технологій та інноваційних методик навчання і виховання студентів вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації. Нагальним завданням стає пошук інноваційних форм і методів підготовки юристів: від розроблення і введення в навчальні плани нових перспективних дисциплін до впровадження інноваційних методик викладання правничих наук. Потрібно активно впроваджувати такі механізми та новітні технології, які допомагають готувати висококваліфікованих, конкурентоспроможних правників, здатних виконувати складні науково-дослідні, фахово-прикладні й творчі завдання. Саме тому триває пошук ефективних шляхів модернізації і підвищення якості сучасної юридичної освіти.

Усе це викликає необхідність постійного оновлення змісту юридичної освіти. На часі розширення спектру фахових дисциплін, тобто введення у навчальні програми нових перспективних міжгалузевих і прикладних дисциплін для підготовки затребуваних у сучасних умовах спеціалістів із нових напрямів права. Адже можемо констатувати, що навчальні програми українських ВНЗ з підготовки юристів явно поступаються за пропонованим набором навчальних предметів провідним західним університетам. Для прикладу, ось спектр дисциплін права в університетах Європи та США: проблеми європейського права, порівняльне правознавство, комерційне, контрактне, фінансове, банківське, інформаційне, телекомунікаційне, авторське, корпоративне, енергетичне право, нормотворчість, юридична техніка і юридична лінгвістика. Таке зіставлення наочно вказує на сутте-

ву різницю у пропонованих українськими ВНЗ навчальних послугах, та на наявність істотних прогалин у системі фахової підготовки вітчизняних юристів, на невідповідність змісту правової освіти сучасним вимогам.

Саме тому основними завданнями реформи юридичної освіти, над якою працює МОНУ, є розроблення стандарту юридичної освіти та Концепції реформування юридичної освіти в Україні. Одним з найважливіших інструментів модернізації вищої юридичної освіти є освітні стандарти, здатні реалізувати інноваційну модель підготовки юристів та подолати глибоке протиріччя між постійно зростаючими потребами глобалізованого світу і недосконалою системою вітчизняної юридичної освіти. У руслі реформи вищої юридичної освіти постало надзвичайно важливе завдання розробки нових методів та підходів до підготовки юристів та формування у них фахової компетентності на основі сучасних особливостей економічного та правового розвитку держави. Нині актуальною і необхідною є конструктивна інтеграція інноваційних технологій в освітній процес вищого навчального закладу.

Учасники Болонської зустрічі прийняли на себе зобов'язання до 2010 р. забезпечити досягнення мети, пов'язаної з формуванням загальноєвропейського простору вищої освіти. На шляху досягнення цієї мети вирішувались такі завдання: створення зручнішої в плані порівняльності системи рівнів (ступенів) освіти в цілях сприяння зростанню зайнятості європейських громадян і міжнародної конкурентоспроможності європейської вищої освіти; перехід до дворівневої послідовної системи підготовки, що включає підготовку бакалавра при тривалості навчання не меншого 3 років і магістра і/або доктора з присудженням відповідного ступеня; введення залікових одиниць (кредитів), що набувають студенти, які б визнавалися університетами і розглядалися як засіб підтримки широкої мобільності студентів; забезпечення доступності освітніх послуг, створення інтеграційних програм навчання і кооперації учбових закладів [7, с. 420]. Ці завдання успішно реалізовані країнами-підписантами Болонської декларації, серед яких і Україна. У Паризькому Комюніке (24–25 травня 2018 р.) зазначається: «Ми пишаємось тим, чого досяг Болонський процес. Ми створили щось унікальне: Європейський простір вищої освіти (ЄПВО), в якому цілі і політика узгоджуються на європейському рівні, а потім впроваджуються

в національні системи освіти і заклади вищої освіти. Це область, у якій уряди, заклади вищої освіти і зацікавлені сторони формують ландшафт вищої освіти; це свідчить про те, що сумісні зусилля і неперервний діалог між урядами і вищою освітою може бути досягнутий. Завдяки ЄПВО ми підготували підґрунтя для мобільності студентів у великих масштабах і покращили не тільки співставлення і прозорість наших систем вищої освіти, але й підвищили їх якість і привабливість. ЄПВО сприяв взаєморозумінню і довірі та розширив співпрацю між нашими системами вищої освіти» [2, с. 420]. Сьогодні існує нагальна потреба у підготовлених науково-педагогічних кадрах, які постійно працюють над собою та здатні нарощувати свою наукову здатність впродовж усього життя.

Інноваційний розвиток суспільства передбачає володіння технологією інновінгу як важливою передумовою для особистих, культурних, професійних та економічних контактів. Інновінг – це процес оснащення людей можливостями і знаннями про творчу поведінку, яка забезпечує виживання в конкурентній боротьбі. Інновінг заснований на передачі поведінки про розширення ресурсів особистого впливу на ситуацію за рахунок креативних (творчих) здібностей, наголошує В. Яковенко [3, с. 104].

Інновації в освіті – це процес творення, запровадження та поширення в освітній практиці нових ідей, засобів, педагогічних та управлінських технологій, у результаті яких підвищуються показники досягнень структурних компонентів освіти, відбувається перехід системи до якіснішого стану. Якісне підвищення кваліфікаційного рівня майбутнього фахівця-юриста можливе на основі імплементації діяльності юридичних клінік у навчально-практичний процес вищого навчального закладу. Саме їх діяльність покликана сприяти підвищенню якості практичної складової підготовки майбутніх юристів з метою ліквідації диспропорції між теоретичними знаннями та практикою їх застосування. Якість правової освіти мають забезпечити новітні педагогічні технології, розроблені на засадах діяльнісного особистісно орієнтованого та компетентнісного підходів.

Поглибленням знань та формування аналітичного складу мислення студентів, уміння прогнозувати події та адекватно на них реагувати, є одним із завдань юридичної клініки як структурного підрозділу навчального закладу. На думку А. Галаєв юридична клініка як практична складова вищої юридичної ос-

віти є особливим механізмом, системою, технологією навчання юристів. Вчений зазначає, що юридичні клініки – це особливий механізм сприяння якості юридичної освіти, який проявляється в створенні для студентів можливості під час навчання практикуватися в юридичній професії, виконуючи аналітичну та правозахисну роботу [1, с. 112].

Студенти – дорослі особистості і в сучасному науковому світі підкреслюється важливість використання в навчальному процесі андрагогічних принципів навчання. Основне положення андрагогіки, на відміну від традиційної педагогіки, полягає в тому, що провідну роль в процесі навчання відіграє не викладач, а студент. Функцією повчального в цьому випадку є надання допомоги студентові у виявленні, систематизації, формалізації особистого його досвіду, коректуванню й поповненню його знань. На підставі цього відбувається зміна пріоритетності методів навчання.

Для формування висококваліфікованих спеціалістів необхідно перебудувати національну систему освіти, не втративши своєї специфіки, реформуватися в контексті загальних світових тенденцій, і, насамперед, процесів глобалізації. Усунення розбіжностей в структурах європейських програм і ступенів повинне привести до підвищення ефективності європейської освіти і міжнародної співпраці в цій сфері. В основі такої співпраці з метою модернізації та підвищення якості сучасної юридичної освіти є всебічне використання правових інформаційних технологій.

Наблизитись до розв'язання цих проблем можливо лише на основі органічного поєднання інноваційних підходів і технологій із класичними методами викладання, навчального і науково-дослідницького процесів, фундаментальної підготовки фахівців із вузькопрофільною спеціалізацією, балансу теоретичних і прикладних аспектів навчання, інтеграції найкращого вітчизняного і зарубіжного досвіду.

При викладанні курсу необхідно дати не лише теоретичні науково-обґрунтовані основи правової інформатики, але і сформувати практичні навички використання автоматизованих інформаційних систем в подальшій професійній діяльності. Вміст курсу правової інформатики прямо або побічно пов'язаний з дисциплінами юридичного характеру, що дасть можливість

студентам при вивченні даного курсу спиратися на раніше отримані знання. В Україні розробка і впровадження учбового курсу «Правова інформатика» знаходиться у стадії формування і розвитку. Саме тому виникає необхідність розробки авторських програм, визначення кола питань, які повинні стати основою структури курсу правової інформатики як учбової дисципліни. У навчальних закладах слід створити такі умови, аби правова інформатика стала необхідним предметом для вивчення інших спеціальних дисциплін, зокрема через спеціальні комп'ютерні системи навчання. У підготовці фахівців різних юридичних, економічних, управлінських професій правова інформатика повинна зайняти гідне місце.

Вивчення та аналіз окресленої проблеми дозволяє зробити наступні висновки: 1. Навчання за новими стандартами потребує істотної перебудови роботи викладачів в бік її індивідуалізації, що потребує більш глибокої спеціалізації самих викладачів. 2. Необхідність вироблення у студентів стійких навичок роботи з навчальною та науковою літературою. 3. Відсутність доступу студентів до таких баз даних як JSTOR, ScienceDirect, до систематизованої навчальної та наукової інформації, яку можна було б отримати через Інтернет. 4. Студенти не володіють навичками економетричних, математичних, статистичних та імітаційних методів обробки одержаної інформації. 5. Вкрай недостатньо використовуються технічні засоби навчання. 6. Відсутність у ВЗО, що готують майбутніх юристів спеціально обладнаних навчальних судових зал. 7. Недостатнє використання інформаційних технологій при викладанні юридичних дисциплін. 8. Необхідність організації та щорічного проведення конференцій, семінарів і тренінгових курсів з інноваційних методик викладання правничих дисциплін для професійного загалу з використанням досвіду Центру інноваційних методик правничої освіти, створеного НаУКМА на базі факультету правничих наук у 2003 р. 9. Необхідність використання в юридичній діяльності експертних систем, систем підтримки прийняття рішень, Інтернеттехнологій, зокрема, правових інформаційнопошукових систем, а саме інформаційні системи органів законодавчої та судової влади, прокуратури, Міністерства юстиції і Міністерства внутрішніх справ.

Список використаних інформаційних джерел

1. Галай А. Організаційна та управлінська модель юридичної клініки України: забезпечення якісного функціонування : навч. посіб. / Галай А. – Київ : Атіка, 2005. – 280 с.
2. Proceedings of the Ministerial Conference of the countries participating in the Bologna Process and the Fifth Bologna Political Forum. May 24–25, 2018. – Paris.
www.ehea.info/media.ehea.info/file/2018_Paris/77/1/EHEAParis2018_Communique_final_95277.pdf.
3. Яковенко В. Б. Введение в инновационные технологии / Яковенко В. Б. – Київ : Изд-во Европейского у университета, 2004. – 134 с.

ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРЧОГО ПРАВА ЗАСУДЖЕНИХ ДО ПОЗБАВЛЕННЯ ВОЛІ

А. О. Єжик, студент групи 108-К, спеціальність Комп'ютерна інженерія

Н. С. Шмарко, викладач

ВП «Ірпінський економічний коледж» НУБіП України

Виборче право. Багатогранне суспільно-політичне явище, яке за своїми цілями та завданнями спрямоване на державне забезпечення та охорону демократичного процесу виборів і дотримання правопорядку усіма суб'єктами виборчого процесу під час виборчої кампанії. Конституційно-правова доктрина визначає поняття «виборче право» в об'єктивному і суб'єктивному значеннях. Об'єктивне виборче право – це система норм, принципів і положень, об'єктивованих у нормативно-правових актах, які закріплюють порядок, організацію та процедуру обрання кандидатів у представницькі органи державної влади, органи місцевого самоврядування тощо. Джерелами об'єктивного виборчого права є всі нормативно-правові акти, що регулюють порядок проведення виборів [1]. Не кожна особа має виборче право. Для отримання виборчого права особа повинна задовольняти такі критерії:

- ✓ Особа має досягнути 18-ти років на момент виборів;
- ✓ Особа має бути громадянином України;
- ✓ Особа повинна бути дієздатною.

Виборче право є рівним для всіх громадян України.

Засудження до позбавлення волі. Позбавлення волі – кримінальне покарання в Україні, яке полягає в ізоляції засудженого від суспільства та поміщенні його до кримінально-виконавчої установи. Є одним із найсуворіших кримінальних покарань, знаходиться між обмеженням волі та довічним позбавленням волі. Може бути призначене за більшість злочинів, передбачених Кримінальним кодексом України на термін від одного до п'ятнадцяти років, а за сукупністю вироків – до двадцяти п'яти років [3].

На даний момент в Україні у місцях позбавлення волі перебуває 55 078 осіб (цю цифру важко назвати точною тому, що на території Донецької та Луганської області тимчасово не підконтрольних Україною перебуває 29 установ позбавлення волі). На сучасному демократичному етапі існування української держави громадяни України усіх національностей мають можливість повністю реалізувати своє виборче право з метою забезпечення прямого народовладдя та волевиявлення. Право особи брати участь у виборах, що надає їй безпосередню участь в державотворчому процесі відображається не лише у внутрішньому законодавстві, а й у важливих міжнародно правових актах. Зокрема це зазначено у 21-й статті Загальної декларації прав людини та 25-й статті Міжнародного пакту про громадянські і політичні права. В Україні дане право закріплене у статті 38 Конституції України. Регулювання відносин щодо забезпечення реалізації громадянами України конституційних виборчих прав під час проведення виборів і референдумів здійснюється за допомогою сукупності правових норм, які складають виборче законодавство України [4].

Особливості виборчого права засуджених до позбавлення волі.

Актуальність теми.

✓ Більшість осіб засуджених до позбавлення волі не знають своїх виборчих прав;

✓ У місцях позбавлення волі в більшості випадків виборчі права обмежується адміністрацією, яка має величезний вплив на його формування;

✓ Відсутність інформації про кандидатів та їхніх програм, агітаційних матеріалів.

Варто вказати на те, що виборчі права у засуджених в Україні з'явилися з прийняттям Конституції України у 1996 році.

В установах позбавлення волі досить тяжко в повному масштабі реалізувати виборче право. Суть полягає в можливості впливу адміністрації на вибір засудженого, відсутності агітаційних матеріалів, інформації про кандидатів та їхніх виборчих програм. Відсутність обладнання також ускладнює реалізацію права.

Як уже зазначалося вище, вплив адміністрації також має свій вплив на формування вибору. Прикладом може слугувати покращення умов (збільшення порцій, розповсюдження продуктових пайків). Також такий вплив може проявитись і в погіршення умов (погіршення умов відбування покарання, погрози, залякування, зміна режиму на більш суворіший).

Раніше навіть зафіксувалися такі інциденти: у слідчому ізоляторі № 3 міста Дніпропетровська біля 20-00 повинні були проголосувати виборці, які чи вже отримали вирок, чи обвинувачуються у злочинах, що караються довічним позбавленням волі. Півтора десятка «довічників» у помаранчевому вбранні й мішках на головах заводилися та виводилися у кайданах на руках та ногах, під посиленою охороною (собаки, автомати). Але проголосувати вони не змогли. Виявилося, що вони не були включені до списку виборців, а попали до списку на зовсім іншій дільниці. Під час підрахунку голосів в одній з виборчих урн були знайдені три папірці і ще один папірець був приколотий за допомогою степлеру до виборчого бюлетеню. Виявилося, що папірці – то листи від підслідних з СІЗО, які зверталися до членів комісії та бажали вдалого підрахунку та перемоги демократії. Але два папірці виявилися двома листами (власне лист та його копія), в якому виборець навіть назвав своє ім'я, розповідав про «фізичний та психологічний тиск» на підслідних з боку адміністрації СІЗО з вимогою голосувати за Віктора Януковича, але виборча комісія не стала розглядати цей лист як речовий доказ порушення виборчих прав [5].

До складу виборчої комісії не можуть входити громадяни, які утримуються в установах виконання покарань чи слідчих ізоляторах або мають судимість за вчинення тяжкого або особливо тяжкого злочину, злочину проти виборчих прав громадян чи корупційного злочину, якщо ця судимість не погашена або не знята у встановленому законом порядку.

Голосування для засуджених до позбавлення волі повинне проходити у спеціально облаштованих місцях та відповідати всім стандартам.

Для подальшого покращення виборчого права для осіб засуджених до позбавлення волі потрібно:

- ✓ роз'яснити засудженим їхнє виборче право;
- ✓ надавати доступ до агітаційних матеріалів;
- ✓ дотримуватися всіх правил проведення виборів;
- ✓ зменшувати корупцію при адміністрації установ.

Список використаних інформаційних джерел

1. Виборче право: поняття та види – Конституційне право України – Навчальні матеріали онлайн [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://pidruchniki.com/1791021146887/pravo/viborche_pravo_ponyattya_vidi. – Назва з екрана.
2. Про вибори Президента України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/474-14>. – Назва з екрана.
3. Позбавлення волі в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B7%D0%B1%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%96_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96. – Назва з екрана.
4. Реалізація виборчих прав засуджених [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pochaiiv-rada.gov.ua/novyny/realizatsiya-vyborchyh-prav-zasudjenyh/> – Назва з екрана.
5. Виборчі права ув'язнених: Як голосували ув'язнені у Дніпропетровську, або сліпа і безрука Феміда [Електронний ресурс] / Права людини в Україні. – Режим доступу: <http://www.khpg.org/index.php?id=1108243222>. – Назва з екрана.
6. Реалізація виборчих прав засуджених в установах виконання покарань та слідчих ізоляторах України [Електронний ресурс] / С. А. Мозоль. – Режим доступу: http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=PrDe_2013_24_69. – Назва з екрана.

МЕХАНИЗМЫ ПРАВОВОЙ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ ДЕТЕЙ-СИРОТ И ДЕТЕЙ, ОСТАВШИХСЯ БЕЗ ПОПЕЧЕНИЯ РОДИТЕЛЕЙ, А ТАКЖЕ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ, ПРИЗНАННЫХ НУЖДАЮЩИМИСЯ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЗАЩИТЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Я. В. Жук, магистрант, осваивающий образовательную программу высшего образования II ступени, специальность 1-26 80 08 «Государственное управление и право»

Т. П. Афонченко, к. ю. н., доцент, доцент кафедры права и экономических теорий – научный руководитель Высшее учебное заведение «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Вопросы социально-экономической защиты детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей чрезвычайно актуальны, отличаются новизной и достаточной сложностью как в теоретическом, так и в практическом отношениях. Данная проблематика носит межотраслевой характер, находится на пересечении проблемных полей юриспруденции, социологии, социальной психологии и педагогики, включая в себя вопросы устройства осиротевших детей в замещающие семьи, проблемы социальных выплат и льгот. От того, насколько успешно дети-сироты будут интегрироваться в общество, будет во многом зависеть стабильность и успешное развитие государства, т. к. подлинным критерием состояния дел в любой стране является то, насколько хорошо в этом государстве заботятся об охране прав детства. Благополучие детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, соблюдение и защита их прав является особой задачей государства, ведь, к сожалению, проблема сиротства не теряет своей актуальности.

Национальное законодательство в области охраны прав детей основывается на международных обязательствах Республики Беларусь и основных международных документах в данной области. Подписав Конвенцию ООН о правах ребёнка и иные международные договоры в сфере обеспечения прав детей, Республика Беларусь подтвердила приверженность к участию в деятельности по созданию для детей безопасных, обеспечивающих их полноценное развитие условий и, руководствуясь международными стандартами, предпринимает необходимые для этого меры. Право каждого ребёнка жить и воспитываться в

семье закреплено в Конституции Республики Беларусь, Кодексе о браке и семье. В нашей стране скорректирован порядок организации работы органов опеки и попечительства по дальнейшему жизнеустройству детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, на воспитание в замещающие семьи, а также порядок государственного обеспечения данной категории детей с принятием ряда нормативных правовых актов, которые являются основополагающими в регулировании вопросов защиты прав и законных интересов несовершеннолетних граждан Республики Беларусь.

В соответствии с требованиями Конвенции о правах ребёнка, каждый ребёнок имеет право: на жизнь, безопасность, на достойную жизнь. В первую очередь обеспечение прав и законных интересов детей является обязанностью их родителей. Однако бывают такие ситуации, когда нахождение в семье имеет негативное воздействие в связи с неисполнением родителями своих обязанностей. В таких случаях государство обязано вмешаться и осуществить защиту ребёнка, как социально уязвимую категорию населения.

Практика показывает, что главный принцип в работе с семьей – это своевременное выявление и незамедлительное вмешательство в проблемы семьи, где родители уклоняются от своих обязанностей. Деятельность по профилактике социального сиротства и семейного неблагополучия осуществляется учреждениями образования в тесной связке со специалистами заинтересованных учреждений. Тщательно соблюдается процедура признания несовершеннолетних детей находящимися в социально опасном положении. На каждого ребёнка разрабатывается индивидуальный план защиты прав и законных интересов, регулярно проводится анализ эффективности выполнения планов.

Следует отметить, что постановка семьи на учёт не предполагает автоматического изъятия ребёнка из семьи, наоборот, этого стараются избежать. Попавшей в трудную жизненную ситуацию семье оказывается всесторонняя помощь, чтобы устранить причины неблагоприятной для ребёнка обстановки. Специалистами заинтересованных служб принимаются меры по оказанию разнообразной помощи семьям: бесплатное лечение родителей от алкогольной зависимости, трудоустройство, помощь в улучшении жилищно-бытовых условий, в том числе в

ремонте жилого помещения, печного отопления, электропроводки, установление автономных пожарных извещателей и др.

В случае, если проводимая работа по реабилитации семьи не приносит положительного эффекта – ребёнка изымают у биологических родителей и помещают под защиту государства. При нахождении детей на государственном обеспечении родители обязаны возмещать в полном объеме расходы, затраченные государством на содержание их детей, в случаях и порядке, установленных законодательными актами Республики Беларусь. К данной категории родителей применяются следующие меры воздействия: обязательное трудоустройство; взыскание расходов; наложение запрета на отчуждение недвижимого имущества; выселение из занимаемых жилых помещений. При трудоустройстве обязанного лица подбор организации и рабочего места определяется таким образом, чтобы заработная плата позволяла обеспечить полное исполнение ежемесячных обязательств по возмещению расходов по содержанию детей и за обязанным лицом сохранялось не менее 30 % заработной платы.

Несмотря на значительный объем проделанной работы специалистами заинтересованных учреждений в направлении работы с категорией обязанных лиц, в данной деятельности имеется ряд проблемных вопросов. Остается нерешённым вопрос возмещения обязанными лицами в полном объеме затрат на содержание детей. Основной проблемой отсутствия возможности полного возмещения расходов, затраченных государством на содержание несовершеннолетних детей, является недисциплинированность обязанных лиц: прогулы, нарушения трудовой дисциплины, значительные задолженности. Поэтому специалистам заинтересованных учреждений подчас бывает крайне сложно обеспечить нужную заработную плату для данной категории лиц. Также в связи с крайне низкой мотивацией обязанных лиц при их принудительном трудоустройстве, эффективность их труда находится под огромным вопросом. Сотрудники органов внутренних дел также затрачивают огромные усилия на ведение учёта и контроля за выполнением обязательств данными лицами. В случае если исчерпаны все возможные меры по обеспечению прибытия обязанного лица на работу, возникает необходимость привлечения такого работника к уголовной ответственности с последующим выбытием в места лишения свободы.

Безусловно, в ряде случаев (прогулы, нарушения трудовой дисциплины, значительные задолженности и суммы ежемесячных выплат), специалистам заинтересованных учреждений зачастую бывает крайне сложно обеспечить обязанным лицам заработную плату, которая бы покрывала все имеющиеся задолженности за содержание несовершеннолетних детей. Учитывая это, специалисты используют все возможности для повышения заработной платы обязанных лиц: отработка прогулов, предоставление работы по совместительству, обучение на рабочем месте, в т.ч. с использованием средств, направленных на мероприятия по обеспечению занятости. В целях повышения заработной платы предоставляется возможность доплаты от 10 до 70 % за расширенную зону обслуживания. За добросовестный труд и примерное поведения в быту обязанные лица могут быть направлены на обучение, повышение квалификации. Используется индивидуальный подход к каждому должнику путём создания и реализации программ по социальной реабилитации обязанных лиц; к пунктам плана может относиться и оказание материальной помощи при проведении лечения от алкогольной зависимости, и приобретение строительных материалов для проведения ремонтов жилья по себестоимости и с рассрочкой платежа, и возможность приобретения продуктов в счёт заработной платы в буфете предприятия, и вовлечение в культурно-массовую и спортивную жизнь подразделения и т.п. В целях более качественного взаимодействия всех заинтересованных структур и ведомств принимаются меры по максимальному использованию всего комплекса административного, воспитательного и профилактического воздействия.

Государственная политика Республики Беларусь имеет направленность на реализацию права ребёнка проживать и воспитываться в семье, в стране активно развиваются различные семейные формы устройства детей, оставшихся без попечения родителей. Приоритетными направлениями государственной социальной политики по улучшению положения детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей являются защита их прав и законных интересов, социализация и интеграция в общество. В качестве одной из мер, позволяющих реализовать государственную политику, выступает развитие института замещающей семьи. Отечественный и мировой опыт убедительно показывает, что гарантии благополучного будущего ребёнка-

сироты, выросшего в семье, значительно выше, чем воспитанного в учреждении. Разнообразие форм семейного устройства детей-сирот позволяет максимально учитывать специфичность жизненной ситуации конкретного ребёнка при определении его дальнейшего жизнеустройства. Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, по состоянию на 2018 год в стране насчитывалось более 19 тысяч детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Из них более 15 тысяч воспитывалось в замещающих семьях (опекунских, приёмных, детских домах семейного типа, детских деревнях и городках), а 3 тысячи – в детских интернатных учреждениях. В семьях усыновителей проживало более 11 тысяч детей, которые расстались со своим сиротским статусом. Таким образом более 80 % детей-сирот устроены на воспитание в семьи граждан Республики Беларусь, что позволило за последние 10 лет сократить сеть интернатных учреждений системы образования на 56 %, системы здравоохранения – на 20 %. Однако в обществе до сих пор бытует крайне специфическое мнение о семейных формах жизнеустройства сирот. В связи с этим перед специалистами заинтересованных учреждений стоят задачи и цели, направленные на популяризацию замещающих семей как эффективной и перспективной формы устройства детей-сирот, а также формирование уважительного отношения к замещающим семьям в обществе. С целью поддержания приоритета и престижа семейных форм устройства детей-сирот и популяризации института замещающих семей ведётся активная рекламная кампания, включающая: трансляцию в СМИ видеороликов, установление билбордов социальной направленности, создание и распространение брошюр, памяток и буклетов.

В Республике Беларусь категория детей-сирот, а также детей, оставшихся без попечения родителей, имеет право на широкий круг социально-экономических программ защиты и поддержки: в стране созданы условия для реализации единой государственной политики в сфере защиты прав и законных интересов данной категории граждан. В стране на законодательном уровне установлены равные права, льготы и условия финансового обеспечения для всех категорий детей-сирот, вне зависимости от формы их жизнеустройства. Существует ряд законодательных актов, благодаря которым дети-сироты по достижении совершеннолетия имеют постоянное место жительства. Однако

известны единичные случаи, когда молодые люди данной категории оказывались неустроенными (не имели закрепленного либо собственного жилья). Тем не менее здесь можно констатировать несколько проблем: во-первых, зачастую, если биологические родители живы, то по достижении 18 лет у ребёнка-сироты нет другой возможности, кроме возвращения в биологическую семью, т. е. в те же условия, из которых он был когда-то отобран; во-вторых, предоставление в безусловном порядке квартир в собственность детям-сиротам является практикой со значительным демотивирующим эффектом, ведь наряду с получением сиротой до 18 лет ежемесячной денежной помощи, осознание того, что независимо от результатов работы или учёбы молодому человеку будет выделена бесплатная квартира, создаёт у него иждивенческое отношение к жизни. Для решения этой проблемы начиная с 2016 г. детям-сиротам предоставляется социальная квартира сроком на 5 лет. За это время необходимо в течение указанных 5 лет воспользоваться льготным кредитом и одноразовой субсидией на строительство (реконструкцию) или приобретение жилья.

Таким образом, в системе защиты прав и законных интересов детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в Республике Беларусь приоритетными являются 3 следующих направления: во-первых, курс на деинституционализацию опеки над сиротами, т. е. закрытие детских домов и развитие форм семейного воспитания для детей, лишенных родительской опеки; во-вторых, курс на совершенствование опеки в действующих государственных учреждениях, приближения условий в учреждениях к домашним; в-третьих, ориентация на профилактику сиротства, а не на разрешение его последствий.

Список использованных информационных источников

1. Конвенция Организации Объединённых Наций о правах ребёнка : [заключена в г. Вене 20.11.1989 г.] // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
2. Конституция Республики Беларусь 1994 года с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. и 17 окт. 2004 г. – 10-е изд., стер. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2017. – 64 с.

3. Кодекс Республики Беларусь о браке и семье : 9 июля 1999 г., № 278-З: принят Палатой представителей 3 июня 1999г.: одобр. Советом Респ. 24 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17.07.2018 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
4. Реализация прав детей в Республике Беларусь. Ситуационный анализ / Нац. институт образования Респ. Беларусь; редкол.: Р.С. Сидоренко [и др.]. – Минск : Юнипак, 2015. – 280 с.
5. Пантюк И. В. Профессиональные компетенции специалиста по социальной работе / И. В. Пантюк. – Минск : БГУ, 2011. – 304 с.
6. Матушкина И. И. Технологии профилактики семейного неблагополучия / И. И. Матушкина. – Минск : Постатор, 2012. – 227 с.
7. Об утверждении Положения о трудоустройстве родителей, обязанных возмещать расходы, затраченные государством на содержание детей, находящихся на государственном обеспечении : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 26 янв. 2007 г., № 105 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
8. Об утверждении Национального плана действий по улучшению положения детей и охране их прав на 2017–2021 годы : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 22 сент. 2017 г., № 710 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
9. О государственном обеспечении детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, а также содержания детей в социально-педагогических центрах, специальных учебно-воспитательных учреждениях, специальных лечебно-воспитательных учреждениях, приемниках-распределителях для несовершеннолетних : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 6 июл. 2006 г., № 840 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕОРГАНИЗАЦИИ УНИТАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Д. А. Клещев, студент группы Пм-11, специальность II ступени высшего образования «Государственное управление и право»

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Согласно положениям действующего национального законодательства Республики Беларусь, унитарные предприятия могут быть реорганизованы и ликвидированы по общим правилам о реорганизации и ликвидации юридических лиц.

Вообще, сущность реорганизации юридического лица состоит в том, что ее последствием является не прекращение его деятельности, а общее (генеральное) или частное (сингулярное) правопреемство.

Гражданский кодекс Республики Беларусь предусматривает пять форм реорганизации юридических лиц: слияние, присоединение, разделение, выделение и преобразование.

Казенное предприятие может быть реорганизовано или ликвидировано только по решению Правительства Республики Беларусь.

Унитарное предприятие подлежит реорганизации или ликвидации в случае, если право собственности на его имущество в результате раздела имущества, находящегося в совместной собственности супругов или членов крестьянского (фермерского) хозяйства, в порядке наследования, правопреемства либо иными не противоречащими законодательству способами перейдет к двум или более лицам. Реорганизация унитарного предприятия в таких случаях может быть осуществлена либо путем разделения (выделения) предприятия с тем, чтобы имущество предприятий, образованных в результате реорганизации, не находилось в собственности двух или более лиц, либо путем преобразования в хозяйственное товарищество или общество в порядке, установленном законодательством и соглашением сторон, либо путем выплаты соответствующей компенсации одним из собственников имущества другим собственникам их доли в общей собственности. Но если реорганизация или переход имущества в собственность одного лица будет противо-

речить законодательству либо окажется невозможным по другим причинам унитарное предприятие подлежит ликвидации.

В настоящее время одним из наиболее часто используемых способов реорганизации субъектов хозяйствования является преобразование унитарного предприятия в общество с ограниченной ответственностью. При преобразовании юридического лица оно приобретает новую организационно-правовую форму, вследствие чего к вновь возникшему юридическому лицу в порядке генерального правопреемства переходят права и обязанности реорганизованного юридического лица в соответствии с передаточным актом, за исключением прав и обязанностей, которые не могут принадлежать возникшему юридическому лицу (п. 5 ст. 54 ГК).

Указанная форма реорганизации стала широко использоваться субъектами хозяйствования после разъяснения Министерства юстиции Республики Беларусь, содержащегося в письме Министерства юстиции Республики Беларусь от 21 июля 2004 г. № 05-05/1399-1 «О правовых основаниях государственной регистрации юридических лиц, создаваемых в результате преобразования унитарных предприятий в хозяйственные общества»). Указанным письмом Министерство юстиции сняло существовавший спорный вопрос о самой возможности преобразования унитарного предприятия в хозяйственное общество, разъяснив, что такое преобразование не противоречит нормам Гражданского кодекса Республики Беларусь.

Преобразование из унитарного предприятия в хозяйственное общество осуществляется путем принятия собственником имущества унитарного предприятия решения о его реорганизации (с последующим заключением им учредительного договора с иными лицами – потенциальными участниками и внесением ими вкладов в уставный фонд хозяйственного общества, созданного путем преобразования).

Тем не менее, при осуществлении реорганизации указанным способом и у собственника имущества унитарного предприятия, и у потенциальных участников создаваемого общества возникает ряд вопросов, которые им необходимо разрешить уже на стадии подготовки документов для государственной регистра-

ции создаваемого в результате преобразования хозяйственного общества.

Таковыми вопросами являются, в первую очередь, следующие:

– что будет являться вкладом в уставный фонд создаваемого общества от собственника имущества унитарного предприятия?

– каким образом и на какое имущество унитарного предприятия переходит право собственности к создаваемому в результате преобразования хозяйственному обществу?

– по каким правам и обязательствам хозяйственное общество будет являться правопреемником унитарного предприятия?

Представляется, что названные вопросы должны найти освещение в соответствующем специальном законодательстве, в частности, в Законе Республики Беларусь «Об унитарных предприятиях», разработка и принятие которого были инициированы, однако до настоящего времени нормативный акт находится в статусе проекта. Необходимость подготовки законопроекта была обусловлена совокупностью различных причин. Главной из них является тот факт, что значительная часть коммерческих организаций в Республике Беларусь созданы и осуществляют свою деятельность в форме унитарного предприятия, в связи с чем на государственном уровне посредством закона необходимо детально определить правовые основы деятельности указанной разновидности юридических лиц, в том числе посредством закрепления прав и обязанностей собственника имущества, распределения полномочий между собственником имущества и руководителем унитарного предприятия, регулирования процедур управления унитарным предприятием. Представляется, что принятие данного нормативного правового акта будет способствовать повышению эффективности правового регулирования деятельности унитарных предприятий в условиях инновационной экономики.

Список использованных информационных источников

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-З: принят Палатой представителей 28 октября 1998 г.; одобрен Советом Республики 19 ноября 1998 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

ПРОГАЛИНИ ВИБОРЧОГО ПРАВА В УКРАЇНІ

А. О. Ковальський, студент групи 107-К, спеціальність
Комп'ютерна інженерія

Н.С. Шмарко, викладач

ВП «Ірпінський економічний коледж» НУБіП України

Виборче право – в об'єктивному сенсі; – це система правових норм, що регулюють суспільні відносини, пов'язані з виборами органів держави й місцевого самоврядування. Об'єктивне виборче право регулює виборчу систему в широкому значенні. Зазвичай, предметом виборчого права вважаються пов'язані з виборами суспільні відносини, в яких прямо або опосередковано беруть участь громадяни. Предмет виборчого права України у вітчизняній юридичній науці визначається як сукупність суспільних відносин, які пов'язані з порядком підготовки та проведення виборів до представницьких органів публічної влади в Україні через голосування виборців.

Актуальність теми. Наша виборча система, за якою ми обираємо народних депутатів, – змішана. 50 % Верховної Ради обирається з мажоритарних округів і ще 50 % – за пропорційною системою із закритими партійними списками, і існує велика загроза, що дана система має величезну кількість недоліків, які впливають на державний механізм в цілому.

Мета. Аналіз виборчого права в Україні.

Завдання:

- дізнатися про кожну виборчу систему окремо;
- знайти проблеми в кожній виборчій системі;
- зрозуміти, чому кожна із виборчих систем не ефективна і яка виборча система може бути найефективнішою;

Мажоритарна складова на парламентських виборах в Україні створює широкі можливості для підкупу виборців та фальсифікації результатів. Переважно мажоритарними – це власники великого чи середнього бізнесу, які мають «слабкі місця». Вони стають основною керованістю парламенту – слухняними виконавцями замовлень влади, які за «потрібні» голосування отримують гарантії недоторканності свого бізнесу.

Коли ми голосуємо за партію на виборах, ми не впливаємо на її «начинку», а саме – список кандидатів, які висувуються до Верховної Ради. Цей список – закритий. Партійні лідери фор-

мують його на власний розсуд. Наша думка як виборця про те, хто має потрапити до Верховної Ради, нікого не цікавить [1].

Тому часто партії набирають у список 10–15 «зірок»: відомих політиків, артистів, спортсменів тощо – для реклами та бігбордів.

Передусім до влади потрапляють політичні гравці, які мають доступ до фінансових та адміністративних ресурсів. Та й перемогти на виборах може лише партія з мільйонним бюджетом, адже реклама коштує дуже дорого. Це нівелює конкуренцію, бо партії зі скромними фінансами не можуть зрівнятися з олігархічними проектами.

Отже, вагомим фактором на виборах стають гроші, а не ідеї чи репутація кандидата або партії [2].

У 2014 році Петро Порошенко оголосив: «Я маю абсолютно тверде переконання, який закон є оптимальним – це пропорційна система із відкритими списками».

До того ж, саме ця виборча система є рекомендацією наших міжнародних партнерів. Ще у 2010 році Парламентська асамблея Ради Європи у своїй резолюції рекомендувала Україні пропорційну виборчу систему, яка «ґрунтується на відкритих виборчих списках і регіональних виборчих округах».

Пропорційна система з відкритими списками передбачає 27 великих регіональних округів. Партії виставлятимуть на кожному окрузі мінімум п'ятьох кандидатів. Виборець, окрім того, що голосує за партію, зможе віддати свій голос і за конкретну людину в цій партії, тим самим формуючи персональних склад парламенту [2].

До того ж, великий розмір округів ускладнює підкуп виборців. Одна справа «скупити» мажоритарний округ у два райони, і зовсім інша – всю область. Це потребує значно більших витрат.

Щоб потрапити до Верховної Ради, треба буде завойовувати довіру і голоси виборців. Тобто – реально працювати на округах і показувати свою ефективність. Це стимулюватиме політичну конкуренцію і зробить не вигідною торгівлю місцями у виборчих списках. Адже ніхто не зможе гарантувати голоси виборців за конкретну персону. На додачу, партії зацікавлені у залученні регіональних лідерів. Це дозволить свіжим обличчям та ідеям нарешті увійти в політичний процес.

В 2019 році було прийнято новий Виборчий кодекс України, але чинність він набере в 2023 році, тому вибори до Верховної

ради України відбулися знову з урахуванням усіх вище вказаних прогалин.

Більше того, в новому законодавстві також існує ряд прогалин. ЦВК вкотре висуває пропозиції для їх усунення [4].

Серед інших недоліків пропорційної системи є:

- звернення уваги виборців лише на «відомих» кандидатів;
- обрання кандидата, непопулярного або невідомого в межах округу;

- дві вищевказані характеристики ставлять під сумнів дійсне волевиявлення виборців;

- залишається залежність від керівництва партії, оскільки саме від його рішень залежить перспектива висування кандидата.

Вибір оптимальної виборчої системи для України був і залишається дискусійним питанням. Від цього залежить можливість певної політичної сили отримати перемогу на виборах [3].

Україна має широкий досвід у застосуванні мажоритарної, пропорційної та змішаної виборчих систем на виборах народних депутатів. Проте, виборчі системи змінювалися кожні 5 років, перед черговими виборами. Це вказує на нестабільність українського законодавства про вибори. Виникає потреба у запровадженні довготривалої виборчої системи, яка не буде скасована чи змінена перед наступними парламентськими виборами [3].

Список використаних інформаційних джерел

1. Верховна Рада прийняла в цілому Виборчий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rada.gov.ua/news/Novyny/179164.html>. – Назва з екрана.
2. Виборча реформа: що треба змінити? [Електронний ресурс] / Вибори вибори. – Режим доступу: <https://vybory.pravda.com.ua/articles/2017/10/19/7149484>. – Назва з екрана.
3. Михайлова Д. С. Досвід виборчих систем України в політико-правовому аспекті / Михайлова Д. С. // Політичне життя. – 2018. – № 4.
4. ЦВК запропонувала низку новел до Виборчого кодексу, спрямованих на спрощення його застосування і розуміння [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/624278.html>. – Назва з екрана.

ОХОРОНА ПРАЦІ ЯК НАЦІОНАЛЬНА ПРОБЛЕМА ДЕРЖАВИ В УМОВАХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Т. Ю. Кукура, студент групи УФО-41с, спеціальність Облік, аудит та оподаткування;

Т. В. Григель, студент групи УФ-41с, спеціальність Інформаційні технології в бізнесі

В. М. Фірман, к. е. н., доцент, доцент кафедри безпеки життєдіяльності – науковий керівник

Вищий навчальний заклад «Львівський національний університет імені І. Франка»

Сьогодні в Україні здійснюються глибокі суспільно-політичні та соціально-економічні реформи. В держава проходить етап реформування центрально-розподільчих форм господарювання і становлення економічних відносин у сфері праці, прибуткованих соціально-ринковій моделі державного управління. При цьому змінюються роль і функції основних суб'єктів трудових правовідносин: держави, роботодавців і працівників [2].

За умов існування багатокласної економіки, втрати державою засад єдиного роботодавця, наявності великої кількості власників засобів виробництва, що прагнуть за будь-яку ціну швидкого накопичення первісного капіталу, пріоритетного значення набуває правове забезпечення належних, безпечних і здорових умов праці. Саме держава, яка проголосила життя і здоров'я людини найвищою соціальною цінністю, має виступати гарантом реалізації закріпленого в ст. 43 Конституції України права громадян на здорові і безпечні умови праці, забезпечивши для цього адекватну сучасним умовам нормативно-правову базу регулювання охорони праці [3].

Положення статей 27 та 43 Конституції України відповідають нормам Міжнародного пакту про економічні, соціальні й культурні права ратифікованого нашою державою ще в 1973 р. У ст. 7 цього пакту визначено обов'язок держав, що беруть участь у цьому пакті, визнавати право кожного на справедливі і сприятливі умови праці. Під ними розуміються, зокрема, умови роботи, що відповідають вимогам безпеки та гігієни. Тобто актуальним завданням реалізації державної політики в галузі охорони праці є забезпечення всім громадянам України, які перебувають у трудових правовідносинах, захисту права на належні, безпечні і здорові умови праці [1].

Праця є основою життєдіяльності людини як індивіда і члена суспільства. Вона безпосередньо впливає на формування і розвиток суспільних відносин. З огляду на це, найважливішим завданням будь-якої демократичної держави є створення найбільш сприятливих умов для плідної праці та її охорони.

Статистика виробничого травматизму свідчить про його безперервне зростання у світі в цілому. За інформацією Міжнародної організації праці, щорічно трапляється близько 250 млн нещасних випадків на виробництві. У розвинених країнах із високим технічним рівнем він значно менший, ніж у країнах, що розвиваються, у тому числі й в Україні. У країнах Євросоюзу від нещасних випадків та професійних захворювань потерпає щорічно близько 10 млн осіб, з яких майже 8 тис. осіб гине [2].

Як свідчить аналіз виробничого травматизму в Україні, дві третини нещасних випадків на виробництві стаються через організаційні причини, недоліки й упущення в роботі керівників підприємств та фахівців з охорони праці [2].

Серед них:

1) порушення виробничої і трудової дисципліни, вимог безпеки праці під час експлуатації обладнання та відповідних механізмів;

2) допущення до роботи без попереднього навчання та перевірки знань з охорони праці;

3) відсутність або недосконалість системи управління охороною праці;

4) незадовільна організація виробництва;

5) низький рівень відповідальності за порушення безпеки праці як адміністрації підприємств, так і персоналу.

Державна політика в галузі охорони праці репрезентована Законом України «Про охорону праці».

Охорона праці – це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження життя, здоров'я і працездатності людини у процесі трудової діяльності [4].

Високий рівень захворюваності і смертності серед осіб працездатного віку, підвищений рівень виробничого і побутового травматизму, в тому числі з летальними наслідками, призводять до того, що трудові ресурси як основні об'єкти суспільного добробуту в сучасних умовах життєдіяльності вимагають захис-

ту і посиленої уваги на всіх рівнях управління. Створення повноцінних і безпечних умов праці для відтворення, збереження і розвитку робочої сили є надзвичайно актуальним. Соціальна захищеність людей найманої праці через безпеку й охорону праці має реально стати загальнонаціональним пріоритетом української держави. Працівникам також забезпечується право вимагати від роботодавців та відповідних органів держави виконання обов'язку щодо створення належних умов праці. На жаль така правозастосовна практика ще потребує вдосконалення [3].

Відповідно до ст. 3 Конституції України людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю: «Права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави [1].

Отже, держава повинна турбуватись про покращення умов охорони праці людей, її наукової організації, повної заміни важкої ручної праці, праці в шкідливих та небезпечних умовах на автоматизовану та механізовану, мінімізувати вплив виробництва на здоров'я людини.

Таким чином, у сучасних умовах економічного розвитку держави та суспільства, на законодавчих засадах державної політики в галузі охорони праці в умовах ринкових відносин необхідно створити дієвий механізм. За допомогою цього механізму впроваджувати весь комплекс заходів щодо створення безперечних умов праці. Ці умови повинні відповідати вимогам збереження життя та здоров'я працівників. Також необхідно посилити роль і значення колективного договору в забезпеченні належних, безпечних і здорових умов праці.

Список використаних інформаційних джерел

1. Конституція України // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 30. – Ст. 141.
2. Охорона праці : навч. посіб. / за ред. З. М. Яремка. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. – 68 с.
3. Трудове право України: академічний курс : підручник / А. Ю. Бабаскін, Ю. В. Баранюк, С. В. Дріжчана та ін. ; за заг. ред. Н. М. Хуторян. – Київ : А.С.К., 2004. – 608 с.
4. Про охорону праці : Закон України ред. від 20.01.2018 р.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ МИТНОГО КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

З. О. Кушнір, студентка групи ПБК-16-7, Навчально-науковий інститут права

Ю. О. Фоменко, старший викладач кафедри фінансового права
Університет державної фіскальної служби України

Важливе значення у науці митного права в сучасному світі належить дослідженням різних аспектів митного контролю. Митний контроль здійснюється з метою забезпечення дотримання державними органами, підприємствами та їх службовими особами, а також громадянами порядку переміщення через митний кордон України товарів та інших предметів. Митний контроль і митне оформлення здійснюється посадовими особами митних органів одночасно. Контрольна діяльність у галузі митної справи була предметом дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Зокрема, окремі питання контролю досліджували такі вчені як В. Батіг, Є. Березний, Д. Бахрах, С. Ківалов, Т. Корнева, І. Коросташова, А. Мазур, А. Новиков, В. Прокопенко, О. Соколенко, Ю. Соловков та ін.

Митний контроль утворює цілісну систему заходів, невід'ємною складовою частиною якої виступає система управління ризиками. Введення у митну практику митного контролю дало змогу сформувати систему контролю, яка базується на позитивному досвіді діяльності митних органів зарубіжних країн.

Представники науки митного права визначають митний контроль як функцію державного управління, завдання якої полягає у перевірці загальних напрямів управління у сфері митної справи, здійснення його у законодавчо визначених межах, узгодження з іншими функціями держави [1, с. 6]. Виділяють щонайменше чотири складові, відповідно до яких він розглядається як: 1) спосіб одержання інформації про об'єкт управління (інформаційноаналітична складова); 2) фактор оптимізації та кореляції інших функцій управління (функціональна складова); 3) джерело прийняття рішень, що зумовлюють виникнення, зміну та припинення організаційно-контрольних правовідносин (регулятивна складова); 4) засіб забезпечення законності, завдяки якому здійснюється вплив на об'єкт управління (правоохоронна складова) [2, с. 8].

Відповідно до п. 15 ст. 1 Митного кодексу України, митний контроль – це сукупність заходів, що здійснюються митними органами у межах своєї компетенції з метою забезпечення додержання норм Митного Кодексу, законів та інших нормативно-правових актів з питань митної справи, міжнародних договорів України, укладених в установленому законом порядку. Зі змісту ст. 41 Митного кодексу України випливає, що митний контроль здійснюється безпосередньо посадовими особами митних органів у формах, передбачених даною статтею [3].

У першу чергу варто зазначити, що визначення митного контролю через сукупність заходів загалом відповідає європейській практиці. Так, п. 13 ст. 4 Митного кодексу Європейського Союзу визначає митний контроль як сукупність заходів митних органів, спрямованих на забезпечення дотримання митних правил, при необхідності – інших положень, що діють стосовно товарів, які знаходяться митним контролем [4].

Для здійснення митного контролю законодавством передбачено право доступу посадових осіб митних органів на територію підприємств, установ та організацій, використання технічних і спеціальних засобів митного контролю, залучення до цієї роботи фахівців та експертів. Слід зауважити, що процедура огляду (переогляду) транспортних засобів, товарів та інших предметів, речей громадян повинна проводитись лише на підставах і в обсязі, передбачених чинним законодавством. Так, огляд (переогляд) здійснюється тільки за наявності в митниці підстав, що транспортні засоби, товари та предмети, які переміщуються через митний кордон, містять предмети контрабанди або предмети, що є безпосередніми об'єктами порушення митних правил. При цьому обов'язковою умовою для вчинення огляду (переогляду) є присутність представника підприємства, яке переміщує через митний кордон вказані транспортні засоби, товари чи предмети. Законом, крім вказаного порядку передбачено, що огляд (переогляд) речей громадян може здійснюватися у таких випадках: за відсутності власника (представника власника), за наявності підстав для припущення, що речі становлять небезпеку для життя і здоров'я людей, рослин, тварин чи можуть завдати шкоди громадянам (підприємствам); у випадку неявки власника протягом місяця; пересилання у міжнародних поштових відправленнях; при порушенні зобов'язання про транзит. Обов'язковою умовою огляду (переогляду) за відсут-

ності власника є присутність представника підприємства, яке здійснює перевезення, пересилання чи зберігання таких речей.

Винятковою формою митного контролю є особистий огляд. Його суть полягає в тому, що дії, пов'язані з проведенням особистого огляду, регулюють охоронювані Конституцією України права та свободи громадян, їх особисту недоторканність, а також недоторканність їх честі й гідності.

Згідно з чинним законодавством існують особливі режими митного контролю, які передбачають застосування для певних категорій суб'єктів звільнення від митного контролю, а також спеціальні митні режими огляду речей. Перш за все звільнення від митного огляду передбачено для військових кораблів, суден забезпечення Військово-морських сил, повністю укомплектованих військовою командою, та бойових повітряних суден. При цьому відповідальність за порушення митного законодавства несуть командири (капітани) зазначених кораблів та суден. Існують також спеціальні митні режими огляду, які застосовуються у випадках переміщення через митний кордон речей, що не підлягають обов'язковому декларуванню й обкладенню митом і не підпадають під категорію предметів, щодо яких встановлено заборони чи обмеження. Спеціальні режими застосовуються на митницях, де обладнано зони (коридори) спрощеного митного контролю. Громадяни, які проходять через такі зони (коридори), звільняються від подання митної декларації, що не означає звільнення від обов'язку дотримуватися порядку переміщення через митний кордон речей та інших предметів. Сьогодні режим спрощеного контролю існує лише в міжнародних аеропортах Борисполя, Дніпропетровська, Одеси та Сімферополя, а також у міжнародному автомобільному пункті пропуску.

Отже, митний контроль як ефективний та всеохоплюючий інструмент забезпечення національних інтересів держави займає досить важливе місце у загальній ієрархії митної системи. Організація ефективного митного контролю має вплив на економіку та бюджет держави, адже приблизно половина усіх податкових надходжень до державного бюджету формується за рахунок митних платежів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Корнева Т. В. Митний контроль в Україні: організаційно-правові питання : автореф. дис. ... к. ю. н. / Корнева Т. В. – Київ, 2003. – 20 с.

2. Коросташова І. М. Організаційно-правові засади контролю в митній службі України : автореф. дис. ... к. ю. н. / Коросташова І. М. – Харків, 2006. – 21 с.
3. Митний кодекс України від 17 липня 2002 р. [Електронний ресурс] // Офіційний вісник України. – 2002. – № 31. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення: 13.11.2019). – Назва з екрана.
4. Регламент Ради (ЄЕС) від 12 жовтня 1992 р. № 213/92, що засновує Митний кодекс співтовариства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_742. – Назва з екрана.

НОВАЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ В ПРОЦЕСІ ВИЗНАННЯ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ НЕДІЄЗДАТНОЮ

А. Д. Литвиненко, студент групи 108-К, спеціальність
Комп'ютерна інженерія

Н. С. Шмарко, викладач

ВП «Ірпінський економічний коледж» НУБіП України

Згідно зі статтею 39 Цивільного кодексу фізична особа може бути визнана недієздатною, якщо вона внаслідок хронічного стійкого психічного розладу не здатна усвідомлювати значення своїх дій та (або) керувати ними. Тому до заяви мають бути додані докази такого психічного стану: довідка про стан здоров'я та виписка з історії хвороби.

Для встановлення психічного стану фізичної особи суд призначає судово-психіатричну експертизу. Справа розглядається судом за участі заявника, представника органу опіки та піклування, особи, щодо якої розглядається справа про визнання її недієздатною.

Суд вирішує питання про виклик особи щодо якої слухається справа з урахуванням стану її здоров'я. Суд також може призначити експертизу, щоб визначити фактичну можливість особи взяти участь в судовому засіданні та надати особисто свої пояснення по справі. Крім того, суд може прийняти ухвалу про участь особи на засіданні в режимі відео-конференції з психіатричного закладу в якому вона перебуває.

Згідно зі статтею 14 ЗУ «Про безоплатну правову допомогу» особа щодо якої суд розглядає справу про визнання її недієздатною має право отримати безоплатну правову допомогу в місцевому центрі з надання безоплатної вторинної правової допомоги

протягом розгляду справи в суді. Безоплатна вторинна правова допомога включає наступні види правових послуг: захист, складання процесуальних документів, здійснення представництва інтересів в судах, інших державних органах, органах місцевого самоврядування, перед іншими особами.

Фізична особа визнається недієздатною з моменту набрання законної сили рішення суду.

Проте, якщо час виникнення недієздатності впливає на визнання дійсності шлюбу, договору або іншого правочину, суд, з урахування висновку судово-психіатричної експертизи та інших доказів, може у своєму рішенні визначити день, з якого особа визнається недієздатною.

Строк дії рішення про визнання недієздатності визначається судом, але не може перевищувати 2 років. За заявою опікуна, членів сім'ї, органу опіки та піклування або самої особи визнаної недієздатною суд може скасувати рішення щодо недієздатності в разі її видужання або значного поліпшення її психічного стану. Такий стан обов'язково повинен бути підтверджений висновком судово-психіатричної експертизи.

Актуальність теми. Прийняття Конституції України ознаменувало початок процесу демократизації та гуманізації законодавства, встановивши основні гарантії діяльності держави та спрямованості її розвитку з огляду на принцип верховенства права, забезпечення прав і свобод громадян. Так, відповідно до статті 3 Конституції України, права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави; держава відповідає перед людиною за свою діяльність. Утвердження і забезпечення прав і свобод людини є головним обов'язком держави [1].

Втім, незважаючи на проголошену рівність перед законом та судом, також передбачено винятки із загального правила, що стосуються певних обмежень у реалізації своїх прав і свобод громадянами, що мають чітко визначений перелік підстав та умов такого законного обмеження. Однією з підстав часткового зменшення обсягу прав та свобод, що можуть бути реалізовані особою, є саме обмеження у цивільній дієздатності та визнання особи недієздатною.

Інститут визнання особи недієздатною існував ще у Стародавньому Римі, де його застосування мало на меті, передусім, забезпечення збереження родового майна особи, що визнавалась

недієздатною та була неспроможною вчиняти будь-які правочини. До таких категорій осіб, окрім тих, що мали тяжке психічне захворювання, належали також жінки, марнотратники та відсталі у розумовому розвитку [2]. У Законах XII таблиць, які належать до перших юридичних джерел, можна побачити таке положення: «Якщо людина збожеволіла, то нехай владу над не самою і над її майном візьмуть її агнати або родичі» [3].

Сьогодні такий інститут знайшов доволі детальну регламентацію як у Цивільному кодексі України, так і в Цивільному процесуальному кодексі України, що зумовлено суттєвим характером обмежень, яких зазнає особа, обмежена або позбавлена дієздатності.

Дослідження саме цього питання у наукових працях зумовлене не лише євроінтеграційним вектором розвитку нашої держави, що передбачає введення нових інститутів, пов'язаних із забезпеченням прав осіб, які були визнані судом обмежено дієздатними та недієздатними, а й тими законодавчими змінами, які відбулись нещодавно у цивільному процесуальному законодавстві. Важливим є також акцентування уваги на нових положеннях, що стали підґрунтям для гармонізації законодавства щодо реалізації прав даних категорій осіб на судовий захист, передбачений ст. 55 Конституції України, стосовно забезпечення ініціювання розгляду судом провадження щодо поновлення таких осіб у дієздатності [1].

Проте, незважаючи на суттєві покращення умов реалізації таких прав, досі існують певна неузгодженість законодавства, пов'язана як із теоретичними засадами сутності інституту обмеження в дієздатності та визнання особи недієздатною, так і з питаннями, що з великою вірогідністю можуть виникнути на практиці. Варто зазначити, що загалом правове регулювання цього інституту містить істотні відмінності від положень Цивільного Кодексу 1961 року СРСР, оскільки ним передбачена можливість позбавлення та обмеження у дієздатності осіб, які фактично на момент прийняття такого рішення не мають її у повному обсязі, а саме малолітніх та неповнолітніх осіб [4].

Мета. Аналіз проблематики та новацій в процесі визнання фізичної особи недієздатною.

Завдання:

– дослідження цивільно-процесуального порядку обмеження фізичної особи у дієздатності;

– визнання особи недієздатною та поновлення у дієздатності; аналіз законодавчих змін щодо цього питання;

– також визначення можливості вдосконалення положень, що стосуються окремих питань реалізації особи, обмеженої у дієздатності або позбавленої дієздатності, права на доступ до правосуддя у разі ініціювання нею цивільного провадження щодо поновлення у дієздатності.

Відповідно до ч. 2 ст. 237 Цивільного процесуального кодексу України (далі – ЦПК) заява про визнання фізичної особи недієздатною може бути подана членами її сім'ї, близькими родичами, незалежно від їх спільного проживання, органом опіки та піклування, психіатричним закладом. Перелік цих осіб є вичерпним і розширеному тлумаченню не підлягає.

Водночас, відповідно до п. 2 постанови Пленуму Верховного Суду України від 28 березня 1972 р. № 3 «Про судову практику в справах про визнання громадянина обмежено дієздатним чи недієздатним», якщо під час розгляду справи буде встановлено, що заяву подано неправомочною особою, суд повинен, не закриваючи провадження у справі, обговорити питання про заміну неналежного заявника належним, зважаючи на вимоги ст. 105 ЦПК.

При визначенні поняття «члени сім'ї» повинна враховуватися норма, що міститься у ч. 2 ст. 3 Сімейного кодексу України, відповідно до якої сім'ю складають особи, які спільно проживають, пов'язані спільним побутом, мають взаємні права та обов'язки.

До членів сім'ї та близьких родичів за аналогією ст. 52 ЦПК України слід віднести: чоловіка, дружину, батька, матір, вітчима, мачуху, сина дочку, пасинка, падчерку, брата, сестру, діда, бабу, внука, внучку, усиновлювача чи усиновлюваного, опікуна чи піклувальника, членів сім'ї чи близьких родичів цих осіб.

Список використаних інформаційних джерел

1. Новації та проблеми в процесі визнання фізичної особи недієздатною [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vidkryti-sercya.org.ua/2018/07/17/novatsiyi-v-protsesi-vyznannya-fizychnoyi-osoby-nediyezdatnoyu/> – Назва з екрана.
2. Підприємство господарство і право [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2018/5/10.pdf>. – Назва з екрана.

3. Визнання особи недієздатною: підстави та порядок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://khmelnyskyi.legalaid.gov.ua/ua/1489-vyznannia-osoby-nediiezdatnoiu-pidstavu-ta-poriadok>. – Назва з екрана.

НЕВІДВОРОТНІСТЬ ВИНИКНЕННЯ ПРАВА ТА ДЕРЖАВИ В СОЦІУМІ

В. В. Нагребельна, студентка групи П(б)-31, спеціальність *Право*
Н. В. Тарасова, викладач вищої кваліфікаційної категорії,
викладач-методист – науковий керівник
*Хмельницький кооперативний торговельно-економічний
інститут*

Анотація. Визначено основну причину появи права. Висловлено теорію з приводу неможливості нормального існування людей без появи певних норм поведінки та створення індивідами стійких складних груп, що в результаті утворюють державу.

Ключові слова: право, держава, первісне суспільство, правовий звичай, теорія походження держави

Актуальність теми. Дане питання займає основоположне місце в історії та теорії держави і права як таких. Єдиної думки з приводу походження держави і права не вдалось висловити жодному з науковців, дослідників, філософів, істориків та інших учених ні в минулому, ні в сьогоденні.

Метою дослідження є глибинне вивчення питання неминущості появи права та держави

Учені, що досліджували дане питання: Тома Аквінський, Платон, Аристотель, Р. Філмер Г. Гроцій, Т. Гоббс, Дж. Лок, Ж.-Ж. Руссо, О. Радіщев, Є. Дюрінг, Г. Спенсер, Л. Петражицький та інші.

Перше питання, що перед нами постає: що ж все-таки з'явилося першим – «держава» чи «право»? З огляду на набуті знання та свою суб'єктивну думку, схилиємо до думки, що першим було саме «право».

З появою homo sapiens, людини розумної, почало своє зародження і право, звісно ж, до сучасного розуміння йому було ще досить далеко, проте початок свій воно бере саме з моменту, коли людина почала мислити. Дане твердження має під собою, вважаємо, досить просте та зрозуміле підґрунття. Як тільки людина почала розвивати свої розумові здібності, вона зрозуміла, що жити групами простіше, що розподіл праці та обов'язків оптимізує

роботу і відповідно для того, щоб співіснувати та мати змогу безперешкодно користуватись всіма привілеями таких соціальних зв'язків, необхідні були правила. Тобто певні загально обов'язкові норми поведінки, які б забезпечили суспільний лад на певний період. Основною метою такого соціального регулювання у первісному суспільстві перш за все була охорона цілісності роду та забезпечення його нормального функціонування.

Однією з найперших формою прояву права є правовий звичай. Правовий (санкціонований) звичай – це визнане правило поведінки, що являє собою багаторазове повторення певних дій і стає частиною національного законодавства [1, с. 20]. Первісні люди активно користувались даним джерелом права, більше того, досить-таки тривалий час це було єдине джерело права. Однак основним негативним проявом права в первісному суспільстві було те, що воно відрізнялось жорстокістю та не передбачало соціальної активності.

Первісне право базувалось на поєднанні звичаїв, що включають мораль, етикету, релігійних приписів, та зачатків права, і саме це поєднання надавало нормам значущості. Прив'язка до певної релігійної або міфологічної течії надавало простору правилу поведінки загальнообов'язковий характер. Головними носіями нормативності у стародавньому суспільстві були сакралізовані заборони – табу, різноманітні обов'язкові правила та прийоми: добування їжі (особливо правила полювання), правила розподілу та споживання їжі (реципрокність та редистрибуція), порядок формування статевікових класів, магичні ритуали та приписи, що пронизували все життя стародавнього суспільства, порядок надання взаємодопомоги, правила кровної помсти.

Задля забезпечення дотримання відповідних норм була розроблена система санкцій, відповідно до яких найвищим покаранням була смерть; до менш суворих можна віднести: виключення з чоловічого союзу, обов'язок для воїна носити певний час жіночий одяг, заборона укладати шлюб, обов'язок провести очищувальний ритуал, принести спокутну жертву та інші.

Право є унікальним і багатовимірним, складним і багатогранним, суспільно необхідним і багатозначним феноменом, в якому тісно переплітаються духовні, культурні й етичні засади, внутрішньодержавні та міжнародні, цивілізаційні й загальнолюдські аспекти, наукова істина та цінності добра і справедливості, досягнення правової теорії та практичний юридичний досвід, правові ідеали, інституційно-нормативні утворення і правові відносини [2, с. 28].

За Т. Гоббсом, людина – це абстрактний індивід (рівний таким самим абстрактним індивідам), який керується виключно своїми інтересами [3, 144]. Виходячи з цього, людина під страхом загрози її життю або життю її нащадків, зі сторони інших індивідів, дійшла до висновку, що система загальнообов'язкових правил поведінки може забезпечити необхідний правопорядок. Досягнувши певного рівня усвідомлення, люди під впливом бажання збереження свого роду організуються в групу – державу, яка з'єднує індивідів в одне ціле.

Відомо, що держава виникла в результаті закономірного розвитку людської цивілізації. На її створення впливали певні соціальні фактори, такі як перехід до осілого способу життя, приріст населення на певній території в межах одного або кількох груп, посилення суперечок з приводу території, власності, майна та поступове ускладнення соціальної організації суспільства. У результаті виникає потреба створення механізму управління і відповідно – зародження перших органів управління.

Також позитивний вплив на створення держави мав розвиток землеробства, скотарства, торгівлі, металургія й обробка металів, суспільний поділ праці, виробництво надлишкового продукту тощо. Виходячи з цього, в первісному суспільстві з'являються класи з різними інтересами, які потребують організації функціонування соціуму в нових умовах, а саме постійному розширенню сфери панування одних народів над іншими.

Одним з найвагоміших, на нашу думку, факторів, які мали вплив на створення держави, є релігія. Поява єдинобожжя сприяла появі певному єдиному стандартному розумінні нормальності та моралі, і відповідно це зміцнює соціальні зв'язки.

Шляхи виникнення держави. Загальновизнаною формулою держави є триада: влада, населення і територія. Населення істотно зросло за кількістю, розширилися географічні масштаби людського освоєння природи, збільшилася потреба в урегулюванні ускладнених соціальних відносин.

Розглядаючи питання появи держави, слід зазначити, що це досить складний та довготривалий процес і єдиного алгоритму її утворення немає. Серед основних теорій походження держави можна виділити такі, як:

1. Теологічна теорія (Тома Аквінський, XIII ст.). Вона пояснює походження держави волею Бога, відстоює її недоторканність, залежність від релігії, закликає до підкорення всіх державній владі.

2. Патріархальна теорія походження держави (Платон, Аристотель, Р. Філмер) є продуктом її природного розвитку, результатом поступового розростання сім'ї.

3. За договірною теорією походження держави (Г. Гроцій, Т. Гоббс, Дж. Лок, Ж.-Ж. Руссо, О. Радішев та ін.: XVII–XVIII ст.) як акта доброї волі людей згоди про те, що одні будуть управляти, а інші – виконувати їхні управлінські рішення.

4. За теорією насильства (XIX ст. Є. Дюрінг) власність, класи і держава виникли внаслідок насильства однієї частини суспільства над іншою.

5. За расовою теорією у світі існують «вищі» раси, які покликані володарювати, та «нижчі», яким природою призначено бути в підкоренні.

6. Марксистська теорія, базується на вченні про суспільно-економічну формацію, засновану на конкретному способі виробництва і відповідних формах власності.

7. Органічна теорія походження держави (Г. Спенсер, XIX ст.) порівнює суспільство з біологічним організмом.

8. Виникнення держави зумовлювалося також психологічними чинниками – особливостями людської психіки, зокрема прагненням людей до пошуку авторитету, якому можна було б підкорятися (Петражицький) [4, с 55–59].

Кожна з зазначених теорій має право під собою історичне підґрунтя. У різних народів формування держави проходило по різному, однак воно результат майже ідентичний. У результаті зростання в первісному суспільстві певної суспільної свідомості та розуміння необхідності об'єднання в стійкі групи, на меті яких стояло збереження виду та забезпечення всіх індивідів однієї групи рівними між собою, поява права, а пізніше і держави були невідворотними.

Список використаних інформаційних джерел

1. Тлумачний словник з теорії держави і права / авт.-упоряд. К. Г. Волинка. – Київ : Магістр 20 ст., 2006.
2. Загальна теорія права : підручник / [М. І. Козюбра, С. П. Погребняк, О. В. Цельєв та ін.]; за заг. ред. М. І. Козюбри. – Київ : Ваіте, 2015. – С. 28.
3. Філософія права : підручник для студ. юрид. вищ. навч. закл. / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань, С. І. Максимов та ін. / за ред. д-ра філос. наук, проф. О. Г. Данильяна. – Харків : Право, 2009. – 208 с.
4. Загальна теорія держави і права : [підручник для студентів юридичних вищих навчальних закладів] / М. В. Цвік, О. В. Петришин, Л. В. Авраменко та ін. ; за ред. д-ра юрид. наук, проф., акад. АПрН України М. В. Цвіка, д-ра юрид. наук, проф., акад. АПрН України О. В. Петришина. – Харків : Право, 2009. – 584 с.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ПРАВА

*К. В. Поточная, студентка группы Ю-19-4, специальность
Юриспруденция*

*Ф. С. Момышева, к. ю. н., профессор, декан факультета
бизнеса и права – научный руководитель
Высшее учебное заведение, Карагандинский экономический
университет Казпотребсоюза*

Значительный шаг был сделан в развитии юриспруденции и профессиональных сообществ юристов в связи с внедрением многоуровневого, многофункционального и многопланового процесса глобализации.

Глобализация все более ощутимо и настойчиво входит в жизнь человечества, охватывая все страны и регионы мира. Объединяет международные экономические, информационные и технические связи народов. В то же время процессы глобализации, что парадоксально создают все больше проблем, обостряют существующие противоречия и иногда зарождают конфликты, которые могут повлечь за собой неожиданные последствия не совсем позитивного характера для мирного развития государств.

Что же такое глобализация права?

Правовая глобализация – это процесс создания глобального юридического пространства, в котором национальные правовые системы постепенно утрачивают свою значимость, сближение права является одним из инструментов построения глобальной правовой системы, целью которой является взаимопроникновение национальных правовых систем для выявления и применения наиболее эффективных национальных правовых практик. В то же время это достаточно условно, хотя единая правовая природа этих процессов несомненна.

Чтобы определить сущность правовой глобализации, важно учесть её соотношение с понятием «конвергенция права», которое также используется для обозначения интегрирующих процессов. Конвергенция, по мнению Ю. А. Ключковой, это процесс взаимодействия и сближения элементов механизма правового регулирования, принадлежащих различным национальным правовым системам. Модернизируя в ходе конвергенции правовые процессы правотворческого и правоприменительного характера, национальное право поневоле меняется и довольно суще-

ственно. По мнению Ю. А. Клочковой, конвергенция права – это в полной мере закономерное явление, имеющее место на самых разных исторических этапах, в разных регионах мира, хотя современная глобализация стимулирует конвергенцию права [1]. Таким образом, приходим к выводу, что глобализация, даже правовая более масштабный процесс по сравнению, с понятием «конвергенция права».

Чтобы успешно противостоять вызовам глобализации, необходима конвергенция правовых систем. Правовая конвергенция основывается на единстве интеллектуального содержания права, представляет собой исходную причину мировоззренческого порядка, глобальный перелом в человеческой цивилизации, обеспечивает формирование новой правовой однотипности современного гражданского общества [2].

Следовательно, понятна позиция многих исследователей, рассматривающих «конвергенцию» и «глобализацию» как часть единого интеграционного процесса.

По факту, глобализация жестко поделила планету на элитные страны, имеющие доступ к распределению огромных доходов в результате развития мировых экономических отношений, и страны, которые поставляют сырье и исключены из перераспределения таких доходов. Глобализация не смогла поднять экономический уровень развития таких стран (даже на примере Европейского Союза), породила конфронтацию между богатыми и бедными. Всё более усиливающиеся миграционные процессы, поставляющие дешевую рабочую силу в страны «золото миллиарда», усилили экологический кризис.

По нашему мнению, глобализационные процессы не привели к сплочению народов, а, напротив, обнажили все острые углы цивилизаций, отстаивающих свое право на самобытную культуру, религию, образ жизни, обычаи и их концепции морали и справедливости.

Базовыми кирпичиками как конвергенции, так и глобализации в современном мире являются:

1. Экономическая сфера отражает интеграцию рынков (капитала, труда, товаров и услуг) и экономических форм, что относится к расширению организационных структур экономики с появлением высшей формы организации капитализма – транснациональных корпораций.

2. Культурно-идеологическая сфера.

3. Территориально-политическая сфера – это процесс расширения государственных и надгосударственных образований.

4. Информационно-коммуникационная сфера.

5. Этническая интеграция, которая включает 2 фактора:
а) увеличение общей численности населения планеты и
б) взаимная ассимиляция различных этнических групп с постепенным размыванием границ между этническими группами.

6. Правовая интеграция.

Глобализация видна во всех отраслях правовой системы. В отраслях частного права глобализация проявилась в появлении новых сложных структурных элементов правовой системы, регулирующих различные виды предпринимательской и корпоративной деятельности (банковское право, энергетическое право и т. д.), а также в создании единых правовых норм для регулирования транснациональных правоотношений.

В отраслях публичного права правовая глобализация проявляется в создании наднациональных механизмов правового регулирования. Например, в уголовном праве есть особая категория международных преступлений – преступления против мира и безопасности человечества. В области уголовного правосудия глобализация проявляется в международных стандартах в области прав человека в области уголовного правосудия, закрепленных во Всеобщей декларации прав человека [3] и Международном пакте о гражданских и политических правах [4].

Правовая глобализация может быть не только отраслевой, но и региональной. Показательна здесь правовая система Европейского Союза, сформированная путем постепенного изъятия полномочий из национальных юрисдикций. В настоящее время в исключительную компетенцию Европейского Союза входит конкурентное право, ряд институтов финансового права (валютное право, Банковское право, энергетическое право, торговое право). Процесс изъятия юрисдикции включает создание общеевропейских надзорных структур, уполномоченных вводить санкции в отношении национальных юрисдикций, нарушающих общеевропейское законодательство. Таким образом, Европейский Центральный банк не только реализует денежно-кредитную политику Европейского Союза, но и осуществляет контрольные полномочия над банками еврозоны.

Итак, правовая глобализация – это интеграционный процесс, отраженный во всех отраслях правовой системы, суть которого

заключается в установлении единых правовых норм и стандартов правоприменения, а также в создании наднациональных правоохранительных структур экстерриториальной юрисдикции.

Список использованных информационных источников

1. Ключкова Ю. А. Конвергенционные правовые системы как результат современной глобализации / Ключкова Ю. А. // Гос. власть и местное самоуправление. – 2001. – № 4. – С. 6–10.
2. Алексеев С. С. Линия права / Алексеев С. С. – Москва, 2006. – С. 115–117.
3. Третьякова О. Д. Понятие правовой конвергенции / Третьякова О. Д. // Черные дыры в российском законодательстве. – 2008. – № 2. – С. 29.
3. Всеобщая декларация прав человека (принята Генеральной Ассамблеей ООН 10.12.1948) [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr
(дата обращения: 21.11.2019). – Название с экрана.
4. Международный пакт о гражданских и политических правах (Нью-Йорк, 19 декабря 1966 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactpol
(дата обращения: 21.11.2019). – Название с экрана.

ИСПОЛНЕНИЕ СУДЕБНЫХ АКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

***А. М. Сайдалин, магистр права, выпускник
Академия государственного управления при Президенте Рес-
публики Казахстан***

Главным предназначением правосудия является – защита прав, свобод и охраняемых законом интересов, которое является общественной потребностью, что должно оставаться неизменным.

Гражданская процессуальная форма осуществления правосудия обеспечивает принудительное осуществление прав и обязанностей, а исполнение вступившего в законную силу судебного акта является конечной процедурой восстановления справедливости.

Качественное и своевременное исполнение судебного акта представляющий собой важнейшую часть восстановления нарушенных прав, представляет эффективность правосудия и авторитет судебной власти.

В Республике Казахстан исполнительное производство ведется государственными и частными судебными исполнителями.

Исполнительное производство в Казахстане выведено в самостоятельный институт и в настоящее время государство активно проводит реформы в сфере исполнения судебных актов.

Опыт развития исполнительного производства в Республике Казахстан показывает, что в нашей стране заметна тенденция к стремлению к независимости от судебной системы. И действительно, передача оставшихся за судом полномочий, относящихся к исполнительному производству, Министерству юстиции, то есть перемещение их в сферу исполнительной власти, и есть тот реальный путь, от которого зависит в основном повышение эффективности исполнения и дальнейшее развитие законодательства.

Идея реформирования органов исполнительного производства и внедрения института частных судебных исполнителей в Казахстане была озвучена Главой государства в 2005 года на IV съезде судей республики. В течении трех лет активно изучался опыт стран, где функционирует подобный институт. На сегодня опыт более чем 60 стран мира свидетельствует о несомненной эффективности существующей системы органов исполнительного производства.

Если сравнить систему органов исполнительного производства Республики Казахстан и ряда европейских стран, таких как Франция, Бельгия и стран континентальной Европы к которым также характерно, что принудительными исполнителями являются частные лица, работающие по лицензии, и управление системой принудительных исполнителей осуществляют территориальные и национальные палаты как органы самоуправления, то, в отличие от них, в США существует институт маршалов, который рассматривается как влиятельный правоохранительный орган системы государственных учреждений. Маршаловская служба осуществляет не только исполнение судебных решений, но и обеспечивает безопасность судебных учреждений и участников судебного процесса, оказывает помощь Минис-

терству обороны и Военно-воздушным силам США при транспортировке боеголовок тактических ракет на военные базы.

Маршалльская служба США имеет в своем составе отряды назначения, оснащена необходимым современным вооружением, специальными средствами, транспортными средствами разных видов и др.

В Германии также устоялся институт частных судебных исполнителей, именуемых регистраторами суда. Полномочия по исполнению судебных актов они осуществляют на основании сертификата, представляющего им соответствующее право [1].

Общим в процедурах исполнительного производства различных стран являются способы взыскания, как и ряд фундаментальных принципов исполнительного производства: равноправие сторон, гласность, государственный надзор за системой исполнительного производства и др.

Хотя для обеспечения взыскания с целью восстановления имущественных прав важное значение имеют социально-экономические, природные, географические, социально-психологические, идеологические, образовательные, культурные, бытовые и другие факторы, находящиеся в непосредственной связи с механизмом правового регулирования, тем не менее даже самый совершенный закон не может действовать без принуждения. Подтверждением этому может служить опыт США, РФ. А принуждение – это одна из составных частей законодательства, характерная для старых и новых, слабых или сильных государств [2].

Сохранение государственной системы принудительного исполнения необходимо, поскольку частный судебный исполнитель не станет заниматься взысканием небольших сумм, периодических платежей, например, алиментов и штрафов, а частное судебное исполнительство рискует превратиться в бизнес, со всеми его издержками и пороками.

Поэтому основные меры надо направить на повышение эффективности работы существующей системы государственных органов исполнительного производства и повышение ответственности граждан за исполнение решений суда, и в то же время без объективности, честности и принципиальности судебных исполнителей добиться качественного и своевременного исполнения судебного акта невозможно.

Право на доступ к правосудию было бы абстрактным, если бы правовая система государства не обеспечивала бы обязательное исполнение вступившего в законную силу решения суда.

Список использованных информационных источников

1. Абдыкерим А. Обзор исполнительного производства в некоторых зарубежных странах / Абдыкерим А. // Мир закона. – 2008. – № 9. – С. 25.
2. Смагулова А. Новеллы в исполнительном производстве Республики Казахстан [Электронный ресурс] // Де-Юре. – 2011. – № 11. – С. 4. – Режим доступа:
http://www.concourt.am/armenian/con_right/4.222003. – Название с экрана.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОКУРАТУРЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ КОРРУПЦИИ

*Ю. С. Толкачева, студент группы Пп-21, специальность II ступени высшего образования «Правовое регулирование управленческой деятельности в социальных и экономических системах»
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»*

Проблема противодействия коррупции в современных условиях требует особого и постоянного внимания со стороны социума, поскольку это явление представляет опасность для национальной безопасности Республики Беларусь; порождает такие негативные последствия, как социальное неравенство, тотальное разрушение морально-этических устоев общества, недоверие населения к государственной власти и ее институтам. Противодействие коррупции должно носить системный, комплексный характер и не может быть ограничено лишь мерами уголовно-правового характера, назначаемыми по приговору суда, в данную деятельность необходимо вовлекать максимально широкие слои гражданского общества.

Анализ правовых основ антикоррупционной деятельности прокуратуры позволяет говорить об отсутствии единого законодательного регулирования такой деятельности в Республике Беларусь.

Профилактическая деятельность органов прокуратуры носит неотъемлемый и, бесспорно, необходимый характер в борьбе с коррупцией. Несмотря на отсутствие прямого указания на профилактическую деятельность в рамках коррупционных проявлений органов прокуратуры в Законе Республики Беларусь «О прокуратуре Республики Беларусь» 2007 г., такая деятельность регламентирована специальным законодательством – Законом Республики Беларусь «Об основах деятельности по профилактике правонарушений» 2014 г., на основе которого реализуется деление профилактической функции на две: воспитательную (профилактико-воспитательную) и собственно профилактическую. Последняя, в свою очередь, делится на общую и индивидуальную профилактику. Исследование каждого из видов деятельности показал, на наличие определенных пробелов в законодательстве, устранение которых, по нашему мнению, позволит говорить об увеличении эффективности профилактической деятельности органов прокуратуры по борьбе с коррупцией. Так, представляется возможным на законодательном уровне помимо криминологической экспертизы нормативных правовых актов и их проектов, выделить независимую антикоррупционную экспертизу данных актов гражданами и институтами гражданского общества. Также предлагается закрепить право на общественный контроль как один из действенных инструментов в сфере предупреждения коррупции. Что касается профилактических мер индивидуального характера, целесообразно закрепить их исчерпывающий перечень. В рамках воспитательной функции представляется целесообразным ее активизировать с применением инновационных методов, форм и подходов, шире используя современные информационные и коммуникационные технологии.

Надзорная деятельность за соблюдением антикоррупционного законодательства является неотъемлемой частью эффективной борьбы с коррупцией. Реализация данной функции органами прокуратуры происходит за счёт проведения выборочных и внеплановых проверок, каждая из которых характеризуется своими стадиями и особенностями, однако не имеет четкой и полной законодательной регламентации ни в Законе «О прокуратуре Республики Беларусь», ни в Законе «О борьбе с коррупцией», ни в иных нормативных правовых актах. Мы считаем возможным внесение предложения о принятии законода-

тельного акта, регламентирующего проверки за соблюдением антикоррупционного законодательства, поскольку данный вид проверок имеет существенные отличия от иных проверок, проводимых прокуратурой. Выработка методики проведения подобных проверок является неотъемлемой частью борьбы с данным негативным явлением, поскольку именно проверка соблюдения законодательства позволяет определить степень его эффективности и выработать определенные улучшения. Проверка органами прокуратуры соблюдения законодательства о государственных закупках, декларировании доходов и имущества, а также норм о недопущении легализации доходов полученных преступным путем играет одну из важнейших ролей в борьбе с коррупцией, поскольку позволяет выявить такие нарушения и предупредить их совершение в будущем, путём привлечения лиц совершивших данные нарушения к ответственности. И именно четкая регламентация методики проведения таких проверок позволяет говорить об их эффективности. Поэтому мы предлагаем разработать методику, которой смогут руководствоваться прокурорские работники, ведущие борьбу с коррупцией.

Меры и способы прокурорского реагирования на выявляемые факты нарушений законодательства по противодействию коррупции в Республике Беларусь как таковые не выделяются. Вывод о наличии каких-либо правовых возможностей реагирования прокуроров на совершение коррупционных нарушений вытекает из норм общего характера, которые регулируют в целом деятельность прокуратуры по реагированию на совершение правонарушений, что не позволяет учитывать природу и характер коррупционных проявлений при реагировании прокуратуры на их совершение, что в свою очередь влияет на уровень коррупции в Республике Беларусь. Целесообразным представляется внесение соответствующих изменений в законодательство, которые закрепят средства реагирования на совершение именно коррупционных нарушений. Также требуется внесение изменений в Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях и Уголовный кодекс Республики Беларусь, которые будут способствовать устранению оценочных понятий в антикоррупционных нормах. В частности, нуждаются в разъяснении понятия «предложения», «обещания», «просьбы» и «принятия предложения или обещания».

Список использованных информационных источников

1. О прокуратуре Республики Беларусь : Закон Республики Беларусь, 8 мая 2007 г. № 220-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
2. Об основах деятельности по профилактике правонарушений : Закон Республики Беларусь № 122-З, 4 янв. 2014 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. О борьбе с коррупцией: Закон Республики Беларусь, 15 июля 2015 г., № 305-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

ПРОБЛЕМА НАСИЛИЯ В СОВРЕМЕННЫХ СЕМЬЯХ

И. Д. Чебан, магистрант, специальность Юриспруденция, факультет «Экономики и права»

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО», Гомельский филиал

Т. П. Афонченко, к. ю. н., доцент, доцент кафедры права и экономических теорий – научный руководитель

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Семья обычно рассматривается как социальный институт, в котором изобилуют любовь и тёплые взаимоотношения. Однако противоположное тоже часто оказывается истиной, ибо насилие широко распространено в семьях и становится трагедией для многих людей.

Домашнее насилие было широко распространено, допустимо и легализовано на протяжении всей истории человечества. Достаточно вспомнить нормы римского права, разрешающего мужьям наказывать жен вплоть до состояния, близкого к смерти, английское законодательство 18 века, «импортированное» затем в Америку, которое разрешало мужьям бить своих жен палками «не толще, чем их большой палец». В Италии до 1981 года Уголовный кодекс относил к смягчающим обстоятельствам соображения чести в делах об убийствах женщин.

Углубляясь в историю, мы находим всё больше и больше потрясающих душу примеров насилия – жестоких избиений,

сексуальных злоупотреблений и даже убийств. Родительская власть на Руси была весьма сильна. Высокий авторитет родителей был подтверждён Соборным уложением. Хотя права жизни и смерти над детьми родители, по-видимому, формально никогда не имели. Убийство детей не рассматривалось в качестве серьёзного преступления [5, с. 66]. По соборному уложению за убийство ребёнка отец приговаривался к году тюремного заключения и церковному покаянию, «а смертию отца и матери за сына и за дочь не казнити» [2, ст. 89]. Но за убийство родителей детьми безоговорочно предусматривалась смертная казнь [3, ст. 1].

Рассматривая в истории тему насилия против женщин до недавнего времени была запретной. Такие термины, как «домашнее насилие» и «побои», нельзя было услышать в публичных разговорах или в средствах массовой информации. Соседи молча терпели крики, врачи принимали ложные объяснения по поводу сломанных ребер, а правительство с уверенностью провозглашало эмансипацию женщин и их равенство с мужчинами. Обзор истории семьи помогает найти объяснение возникновению этой ситуации. Например, одна из старинных свадебных традиций в России заключалась в том, что отец невесты дарил жениху плеть, которую необходимо было повесить над кроватью молодоженов. Этой традиции, разумеется, больше не существует, но ее корни относятся к периоду, когда в России появился «Домострой», не только памятник литературы, но, прежде всего, культурный феномен. Именно тогда, в 16 веке, мужчина считался хозяином в доме, а это означало, что он владел там не только собственностью, но и женщинами. Женщинам не позволялось уходить из дома без разрешения отца, брата или мужа [4, с. 8].

Существовали и «инструкции» о том, как мужчины должны «учить» женщин. Например: «Не бей её по лицу, иначе с ней нельзя будет появиться на людях», «не бей ее по животу, если она беременна», «жену лучше учить плетью, потому что это больнее, так она лучше усвоит урок». С 16 века в народной культуре распространена поговорка: «Бьет – значит любит». Идея патриархальной любви посредством контроля жива и по сей день.

По сути дела, проблема семейного насилия крепко укоренена в нормах и правилах, которые создают и «предписывают» правила поведения мужчин и женщин, поддерживают и вознаграж-

дают тех, кто придерживается этих правил, и наказывают не-соответствие или отклонение». Статистика не является точным показателем частоты и распространенности насилия. Общее для всех стран: в насилии не видят общественно значимую проблему, преуменьшают ее серьезность. Далее идет отсутствие специальной подготовки работников правоохранительных органов, недостаток социальных работников и так далее [1, с. 121–128].

Сложность данного аспекта состоит и в том, что семейное насилие – скрытое явление, в значительной степени носящее латентный характер.

Методы решения проблем насилия в семье должны носить межотраслевой характер, включать в себя правовые, организационные, социальные, психолого-педагогические, медицинские и другие аспекты, учитывать накопленный в этой сфере деятельности опыт отечественных и зарубежных социальных служб.

По итогам вышеизложенного можно сделать выводы о том, что по всей видимости, надо изменить менталитет человека, создать условия, при которых любое поправление прав в семье недопустимо и осуждается обществом.

И здесь основную роль должны сыграть средства массовой информации. Нужны программы, направленные на повышение грамотности, обучающие общению в семье, психологии поведения, уходу от конфликта. Нужны публикации, не просто осуждающие факты семейного насилия, а предлагающие иные, ненасильственные пути разрешения возникающих конфликтов. Нужны новаторские подходы в вопросах предупреждения или, как минимум, сдерживания насилия в семье.

Спокойствие граждан страны лежит в основном в руках своего государства. Поэтому власти должны действовать в интересах граждан своей страны, создавать все необходимые условия для устранения и сокращения такого феномена как семейное насилие, ведь семья – это место где человеку должно быть комфортно и тепло, где человек должен чувствовать себя защищенным, и где нет места такому явлению как насилие.

Список использованных информационных источников

1. Лысова А. В. Физическое насилие над жёнами в российских семьях / Лысова А. В. // Социс. – 2008. – № 9.
2. Соборное уложение. Гл. XXII. Ст. 3. См.: ПСЗ. Т. 1. – № 441.
3. Соборное уложение. Гл. XXII.

4. Сидоренкова Т. Насилие в семне / Сидоренкова Т. // Вестник. – 1996. – № 11.
5. Таганцев Н. С. Русское уголовное право / Таганцев Н. С. – Тула, 2001.

ПОНЯТИЕ АДМИНИСТРАТИВНОГО ПРАВОНАРУШЕНИЯ В ОБЛАСТИ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ, ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ

*А. К. Шубаев, студент группы Ю-32к, специальность Юрис-
пруденция*

*А. Б. Сопыханова, к. ю. н., доцент, доцент кафедры правового
регулирувания экономических отношений – научный руко-
водитель*

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза

В аспекте экологического права административное правонарушение в области охраны окружающей среды, использования природных ресурсов является одним из видов экологических правонарушений. По нашему мнению, экологическое правонарушение – это, как правило, виновное, противоправное деяние (действие или бездействие), причиняющее или несущее реальную угрозу причинения вреда экологическим правам и законным интересам физических и юридических лиц, крестьянских (фермерских) хозяйств, государства и окружающей природной среде, установленному порядку рационального природопользования. За совершение экологического правонарушения предусмотрено наступление административной, уголовной, гражданско-правовой, материальной и дисциплинарной ответственности. Основанием для административной служит административное правонарушение в области охраны окружающей среды, использования природных ресурсов, которое можно обозначить как «административное экологическое правонарушение». Административное экологическое правонарушение отличается от общего понятия экологического правонарушения тем, что оно является всегда виновным, следовательно, под ним нужно понимать виновное, противоправное деяние (действие или бездействие), причиняющее или несущее реальную угрозу причинения вреда экологическим правам и законным интересам физических и юридических лиц, крестьянских (фермерских) хозяйств, государства и окружающей природной среде, установленному порядку рационального природопользования.

Признаками административного экологического правонарушения являются: противоправность, виновность, деяние, т. е. действие или бездействие, а не мысли и убеждения, общественная опасность (или вредность), наказуемость [1]. Противоправность поведения нарушителя предполагает нарушение субъектом норм экологического законодательства.

«Виновность деяния», – считают Б. А. Жетписбаева, Д. Ш. Сартаева, А. С. Бахралинова, – «характеризует психоэмоциональную реакцию лица к совершенному правонарушению, и это в конечном итоге означает, что деяние совершено умышленно либо по неосторожности» [2]. Отдельные виды правонарушений в области охраны природы могут быть совершены только умышленно (незаконная охота, незаконное добывание водных животных, незаконная порубка леса). Некоторые нарушения экологического законодательства могут быть совершены как умышленно, так и по неосторожности, (в случаях загрязнения воды, земли, воздуха и т. д.). Существует мнение, что форма вины не играет особой роли при квалификации административного правонарушения. А. А. Таранов считает, что «наличие вины – обязательный признак административного правонарушения, отсутствие вины исключает признание деяния административным правонарушением, но форма вины не имеет квалифицирующего значения. Она учитывается практически в тех случаях, когда административная ответственность за совершение определенного (определенных) проступка (ков) выражена в относительно-определенных мерах взыскания, например, при наложении взыскания за множественность проступков, основного либо дополнительного» [3]. Деяние представляет собой акт волевого поведения человека. Большинство экологических правонарушений совершается в форме действия (незаконная охота, незаконная порубка леса и т. д.). Примером бездействия может служить непринятие мер предприятиями, оказывающими или могущими оказать неблагоприятное воздействие на окружающую природную среду, по обеспечению экологически безвредного производства. Наказуемость означает, что к нарушителю применяются меры юридической ответственности. Применительно к административному правонарушению ряд казахстанских авторов применяет понятие «административная взыскиваемость» [4], так как в КоАП РК, в отличие от КоАП РФ, используется термин «административное взыскание», а не «админист-

ративное наказание». В ст. 44 закреплено понятие и цели административного взыскания. Административное взыскание является мерой государственного принуждения, применяемой уполномоченными на то законом судьей, органами (должностными лицами) за совершение административного правонарушения, и заключается в предусмотренном настоящим Кодексом лишении или ограничении прав и свобод лица, совершившего такое правонарушение.

Итак, подводя итоги, можно отметить, что административное экологическое правонарушение – это виновное, противоправное деяние (действие или бездействие), причиняющее или несущее реальную угрозу причинения вреда экологическим правам и законным интересам физических и юридических лиц, крестьянских (фермерских) хозяйств, государства и окружающей природной среде, установленному порядку рационального природопользования.

Список использованных информационных источников

1. Григорьев В. И. Административная ответственность за нарушение санитарного законодательства Республики Казахстан / Григорьев В. И., Григорьев Ф. В.. – Алматы : Жеті Жарғы, 2007. – С. 5.
2. Жетписбаев Б. А. Административные правонарушения: опыт теории и практики : монография / Жетписбаев Б. А., Сартаев Д. Ш., Бахралинов А. С.. – Алматы : ТОО «НАС», 2005. – С. 60.
3. Таранов А. А. Административное право Республики Казахстан. Академический курс / Таранов А. А. – Алматы : Баспа, 2000. С. 133.
4. Жетписбаев Б. А. Административные правонарушения: опыт теории и практики : монография / Жетписбаев Б. А., Сартаев Д. Ш., Бахралинов А. С. – Алматы : ТОО «НАС», 2005. – С. 62

К ВОПРОСУ ТЕРМИНОЛОГИИ ВЕРХНЕЙ ШВЕЙНОЙ ОДЕЖДЫ

А. В. Быль, магистрантка группы Тм-1, специальность Товароведение и экспертиза товаров

*К. И. Локтева, к. т. н., доцент, доцент кафедры товароведения – научный руководитель
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»*

Стандартизации терминологии в последнее время уделяется значительное внимание и это вполне обоснованно, так как использование единой терминологии облегчает работу всех заинтересованных сторон в различных сферах деятельности, обеспечивает высокое качество технических нормативных правовых актов. Работа по стандартизации терминологии, используемой для названия видового ассортимента разнообразных групп непродовольственных товаров, ведется систематически.

Анализ терминов, применяемых для обозначения видов верхней швейной одежды, используемых в Общегосударственном Классификаторе продукции по видам экономической деятельности Республики Беларусь (ОК РБ 007-2012) [1] и СТБ 947-2003 «Изделия швейные и трикотажные. Термины и определения» [2], показал, что имеется ряд вопросов, которые, на наш взгляд, должны быть согласованы.

В ОК РБ верхняя швейная одежда относится к секции С «Продукция обрабатывающей промышленности», подсекции СВ «Текстиль и изделия текстильные; Одежда и обувь; Кожа и кожаные изделия», разделу 14 «Одежда», группе 14.1 «Одежда, кроме меховой одежды», классу 14.13 «Одежда верхняя прочая». Она представлена категориями: 14.13.2 «Одежда верхняя прочая (кроме трикотажной) мужская или для мальчиков», 14.13.3 «Одежда верхняя прочая (кроме трикотажной) женская или для девочек». Перечисленные категории включают подкатегории: 14.13.21 – пальто, полупальто, дождевики, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и изделия аналогичные (кроме трикотажных машинного или ручного вязания) мужские или для мальчиков; 14.13.22 – костюмы и

комплекты (кроме трикотажных) мужские или для мальчиков; 14.13.23 – пиджаки и блейзеры, жакеты, куртки типа пиджаков (кроме трикотажных) мужские или для мальчиков; 14.13.24 – брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме трикотажных) мужские или для мальчиков. Соответственно аналогичные подкатегории 14.13.31 – 14.13.34 выделяются для одежды женской и для девочек.

Сопоставляя приведенную видовую номенклатуру швейной верхней одежды пальтово-костюмного ассортимента с терминологией, приведенной в вышеуказанном стандарте, видим, что в классификаторе применяется ряд нестандартизированных терминов: дождевики, ветровки, штормовки, куртки типа пиджаков, комбинезоны с нагрудниками и лямками. Термин «пиджак» применяется и для женского ассортимента, тогда как традиционно считается, что в женском гардеробе изделия, близкие по конструкции к мужскому пиджаку, принято называть жакетом.

Современный ассортимент швейной верхней одежды не остается неизменным. Появляются новые термины, вторую жизнь получают названия, некогда популярные, на время забытые, ставшие вновь актуальными.

Стандарт в последнее время дополнился рядом терминов из области верхней одежды пальтово-костюмного ассортимента. Так, появились термины: «дубленка» (швейная плечевая одежда, изготовленная из натуральных кожаных с ворсом или текстильных, дублированных на основе ворсового трикотажного полотна материалов, для ношения в зимний и в весенне-осенний период), «блейзер» (швейная или трикотажная плечевая одежда свободного покроя с рукавами, с застежкой, покрывающая туловище и частично бедра).

Включение в стандарт, на наш взгляд, таких терминов из ассортимента верхней швейной одежды как свингер, шазюбль, представляется, не полной мере обоснованным по причине редкого их использования. Тогда как практически всем знакомые такие разновидности брюк как джинсы, галифе, гольф, скинни; курток – ветровка, штормовка, парка, аляска, косуха, бомбер, мандарин; пиджака – фрак, спортук; накидки – кейп и т.п. не нашли отражения в стандарте. В то же время модная индустрия постоянно их применяет. По-видимому, следует рассмотреть вопрос о включении ряда терминов из области пальтово-костюмного ассортимента в стандарт.

Нередки случаи, когда один и тот же термин имеет двойное значение. Так, например, термин «кюлоты», определяемый стандартом как «чулочно-носочное мужское изделие, покрывающее нижнюю часть туловища и ноги до стопы (или верхние части ног до колена, или верхние части ног и часть голени), каждую в отдельности» часто используется в области моды для названия укороченных широких брюк.

Представляется, что решение о включении в стандарт того или иного термина должно опираться на информацию о мониторинге частоты его использования.

Таким образом, работа по стандартизации и систематизации терминов, используемых для характеристики ассортимента непродтоваров, в том числе для верхней одежды пальтово-костюмного ассортимента, не утрачивает своей актуальности, должна вестись систематически, любые изменения в терминологии должны находить отражение в соответствующих документах. Подходы при создании документов, связанных с терминологией товаров, должны быть продуманными и унифицированными, исключающими двойные толкования.

Список использованных информационных источников

1. Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОК РБ 007-2012: Классификатор продукции по видам экономической деятельности Республики Беларусь : в 2 ч. – Дата введения 2016-01-01. – Минск : Госстандарт, 2013. – Ч. 1. – 447 с.
2. Изделия швейные и трикотажные. Термины и определения: СТБ 947-2003. – Введ. 2003-11-01. – Минск : Госстандарт, 2008. – 19 с.

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА ЖИДКОГО МЫЛА

***Е. С. Игнатик, студентка группы Кс-21, специальность
Коммерческая деятельность***

К. И. Локтева, к. т. н., доцент, доцент кафедры товароведения – научный руководитель

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Среди товаров народного потребления совершенно особое место занимает мыло – гигиенический продукт, без которого не

обходится практически ни один человек. В последние годы все больше твердое туалетное мыло вытесняется жидким мылом. Преимущества жидкого мыла обусловлены его приятной текстурой, удобством пользования, гигиеничностью, оригинальным ароматом, хорошей очищающей способностью, многокомпонентностью и вариативностью состава, многофункциональностью, экономичностью, привлекательностью оформления упаковки. Широкий ассортимент жидкого мыла предлагается в розничной и оптовой торговле, набирает свою силу электронная торговля, где ассортимент жидкого мыла также хорошо представлен [1].

С целью выявления особенностей формирования ассортимента жидкого мыла был проведен анализ структуры ассортимента мыла в интернет – магазине Маркет Яндекс в Гомеле по состоянию на 08.10.2019 г. [2].

Установлено, что предлагаемый покупателям ассортимент мыла очень разнообразен. Причем, в общем количестве представленных наименований твердое туалетное и жидкое мыло существенно преобладают – 97,6 % составляет их удельный вес, на долю хозяйственного мыла приходится всего 2,4 %. Сложившаяся ситуация вполне объяснима, так как хозяйственное мыло в настоящее время востребовано меньше по причине широкого распространения других более современных видов моющих средств.

Выявлено, что покупателям интернет-магазина представлена продукция широкого круга отечественных и зарубежных предприятий-изготовителей. При этом в предложенном ассортименте мыла преобладают изделия импортные. Продукция белорусских предприятий представлена достаточно узким ассортиментом.

По консистенции в структуре ассортимента наиболее широко представлено традиционное твердое мыло (49,9 % от общего количества наименований). Немного уступает ему жидкое мыло – 44,4 %. Имеется в ассортименте и мягкое мыло (5,7 %), которое отличается более густой мазеобразной консистенцией по сравнению с классическим жидким мылом, оно преимущественно используется для мытья рук и для бани.

Установлено, что в структуре ассортимента жидкого мыла по назначению существенно превалирует мыло для рук (66,7 %); по функциональному использованию – мыло увлажняющее и антибактериальное.

В ассортименте жидкого мыла представлены изделия без дозатора и с дозатором. При этом доля последних пока невелика – всего 17,8 %. Представляется, что удельный вес жидкого мыла с дозатором будет в перспективе увеличиваться вместе с ростом числа потребителей, оценивших несомненные достоинства такой упаковки.

Выявлено, что не все линейки жидкого мыла имеют в своем составе запасные блоки в мягкой упаковке, хотя преимущества их также хорошо известны: они позволяют увеличить объемы продажи конкретной линейки товара, так как потребитель экономит свои средства на покупке второго товара идентичного качества, но по меньшей цене.

По объему в структуре ассортимента преобладает продукция в упаковке от 125 до 500 мл – наиболее востребованная потребителями. Видно, что с оснащением туалетных комнат, столовых и других помещений организаций и предприятий дозаторами для жидкого мыла разнообразной конструкции повышается интерес к расфасовкам большого объема, так как они для предприятий и организаций значительно выгоднее.

Современный ассортимент жидкого мыла имеет большое число изделий с дополнительными свойствами. Выявлено, что в представленном ассортименте жидкого мыла с дополнительными свойствами преобладают изделия со смягчающим и питательным эффектом, гипоаллергенные. Реже встречается мыло-скраб, омолаживающее мыло. Однако проверить по составу наличие этих свойств достаточно непросто: состав, рН при характеристике на сайте в ряде случаев не указан; маркировка на самом изделии встречается на русском и английском языке; далеко не каждый покупатель понимает, присутствие каких ингредиентов в составе жидкого мыла обеспечивает наличие тех или иных свойств. В ряде случаев используется разная терминология, например, для увлажняющего мыла применяется термин «увлажняющее» и «глицериновое», для биоразлагаемого мыла – «биоразлагаемое» и «экологическое».

Ассортимент жидкого мыла в интернет – магазине по характеру отдушки (аромату) разнообразен: представлены варианты мыла без запаха (их меньшинство) и с ароматом фруктовым, ягодным, травяным, цветочным, фантазийным и др.

Наблюдается тенденция к увеличению выпуска неокрашенных мыл как твердых, так и жидких, так как красители

могут оказывать негативное воздействие на кожу, вызывая аллергические реакции. Часто встречаются необычные расцветки мыла (с перламутровым отливом, с металлическими блестками и т. п.). Популярны прозрачные мыла.

Таким образом, установлено, что при формировании современного ассортимента жидкого мыла, реализуемого через интернет-магазин, есть ряд вопросов, обусловленных узостью ассортимента представленной белорусской продукции, отсутствием в некоторых линейках жидкого мыла запасных блоков. В ряде случаев используется разная степень детализации информации о предлагаемой продукции; в отдельных случаях не указан состав жидкого мыла; применяется различающаяся терминология при характеристике свойств жидкого мыла. По-видимому, назрел вопрос разработки самостоятельного стандарта по жидкому мылу.

Список использованных информационных источников

1. Локтева К. И. Жидкое мыло: состояние, тенденции рынка Республики Беларусь, особенности ассортимента / К. И. Локтева, Е. С. Игнатик // Современное материаловедение и товароведение: теория, практика, образование : материалы VI Междунар. науч.-практ. интернет-конф. (14–15 марта 2019 г.). – Полтава : ПУЭТ, 2019. – С. 160–163.
2. Маркет Яндекс в Гомеле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://market.yandex.by/search> (дата доступа: 08.10.2019). – Название с экрана.

ВНЕДРЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО СТАНДАРТА ИСО 14001:2015 В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

***Р. К. Иманбеков, магистрант группы С-21НП, специальность
Стандартизация и сертификация***

***Б. Б. Базаров, д. т. н., доцент, доцент кафедры товароведения и сертификации – научный руководитель
Карагандинский экономический университет, г. Караганда
Республика Казахстан***

Развитие рыночной экономики в Казахстане определило новые приоритеты развития производства: повышение конкурентоспособности производимой в Казахстане продукции; осуществление перехода от добывающей промышленности к перера-

батывающей; удовлетворение растущих потребностей населения; создание системы обеспечения безопасности потребляемой продукции.

В этом контексте рассмотрим особенности внедрения нового стандарта систем экологического менеджмента на казахстанских предприятиях.

В настоящее время общее количество предприятий, внедривших и сертифицировавших системы менеджмента на соответствие ИСО 14001 превышает 13 тысяч, при этом большинство из этих предприятий создали интегрированные системы (ИСО 9001 и ИСО 14001) [1]. Несмотря на положительную динамику, следует признать, что темпы внедрения международных стандартов экологического менеджмента пока недостаточны.

В условиях глобализации экономики проблема конкурентоспособности продукции для предприятий приобретает особую актуальность и стимулирует их к поиску эффективных решений. Одним из наиболее перспективных, на наш взгляд, подходов является комплексный подход, основанный на постоянном улучшении результативности интегрированных систем менеджмента предприятия.

Как показывает международная практика, широкому внедрению системы экологического менеджмента способствует применение ряда льготных мер, таких как:

- преимущества и льготы, получаемые экологически более состоятельными предприятиями при инвестициях;
- получение дополнительной прибыли, связанной с экологическими аспектами деятельности предприятия;
- возможности воздействия на фондовые рынки и увеличения стоимости акционерного капитала;
- преимущества в развитии двусторонних отношений с отечественными и зарубежными партнерами;
- система налоговых и таможенных льгот для экологически сертифицированных предприятий;
- льготное лицензирование производственной деятельности для экологически сертифицированных предприятий;
- упрощение условий государственной и общественной экологической экспертизы для экологически более состоятельных предприятий;
- дополнительный экологический маркетинг производимых товаров и услуг;

– снижение ставок страховых платежей и упрощение процедур экологического страхования для экологически более состоятельных предприятий;

– формирование благоприятного общественного мнения о деятельности предприятия и др. [2].

В 2015 году была принята новая версия международного стандарта ИСО 14001. Видимо тот факт, что данный стандарт не пересматривался более 10 лет, вызвал дополнительные затруднения у отечественных предприятий, ранее внедривших систему экологического менеджмента и не готовых к ее коренным изменениям. Каковы же эти изменения?

Во-первых, была изменена сама структура международного стандарта ИСО 14001 (как, кстати, и международного стандарта ИСО 9001:2015). С одной стороны, положительным является приведение к единообразию требований, что удобно для интегрированных систем менеджмента. В контексте требований экологического менеджмента, это может касаться определения единого порядка документооборота на предприятии, учета природоохранных требований в рамках процедур выбора поставщиков и подрядчиков или процедур организации обучения персонала. С другой стороны, это потребовало от предприятий пересмотра как самой действующей системы экологического менеджмента, так и ее описания.

Во-вторых, новый стандарт подразумевает управление экологическими аспектами на базе анализа ожиданий заинтересованных сторон, что предполагает проведение анализа особенностей самой организации.

В-третьих, в новой версии ИСО 14001 расширены требования непосредственно к охране окружающей среды, что было «слабым элементом» в предыдущей версии, в которой звучало только обязательство по «предотвращению загрязнения».

В-четвертых, новым является применение риск-менеджмента при постановке экологических целей, т. е. процедура планирования должна базироваться не только на результатах оценки соответствия компании природоохранному законодательству и выявленным существенным экологическим аспектам, как этого требует действующая версия стандарта, а на базе оценки возможностей и угроз для бизнеса [3].

Неудивительно, что, несмотря на завершение переходного периода по внедрению новой версии ИСО 14001:2015, реальный переход нельзя считать полностью завершенным, и предприятия испытывают множество затруднений в этом вопросе.

В нашей стране для стимулирования внедрения экологического менеджмента на предприятиях были проведены следующие мероприятия:

- установление понижающего коэффициента к ставкам платы за эмиссии в окружающую среду для организаций, сертифицированных на соответствие стандартам ISO 14001:2015;

- предоставление налоговых льгот для организаций, внедривших СМК и систему экологического менеджмента, ставших лауреатами Премии Президента РК «За достижения в области качества» и выпускающих продукцию собственного производства, в части сокращения суммы начисленного корпоративного подоходного налога за один налоговый период);

- частичное возмещение государством расходов субъектов предпринимательства – переработчиков сельскохозяйственного сырья на формирование СМК.

Все это направлено на ускорение внедрения нового стандарта, оптимизацию документооборота систем менеджмента, внедрение современных методов электронного документооборота, а результат покажет практика применения новой версии стандарта.

Список использованных информационных источников

1. Система менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://memst.miid.gov.kz/ru/pages/sistema-menedzhmenta-0> (дата обращения: 10.04.2019). – Название с экрана.
2. Выгоды от внедрения системы экологического менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://libraryno.ru> (дата обращения: 10.04.2019). – Название с экрана.
3. Хорошавин А. В. Анализ новых требований международного стандарта ISO 14001 версии 2015и процедура его внедрения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-novyh-trebovaniy-mezhdunarodnogo-standarta-iso-14001-versii-2015-goda-i-protsedura-ego-vnedreniya> (дата обращения: 10.04.2019). – Название с экрана.

КЛАСИФІКАЦІЯ ЙОГУРТІВ

В. В. Олефіренко, студент групи ТТБД м-21, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

О. В. Калашник, к. т. н., доцент, доцент кафедри підприємництва і права – науковий керівник
Полтавська державна аграрна академія

Ефективне управління асортиментом – одне з найбільш складних завдань, які сьогодні стоять як перед торговими, так і перед виробничими підприємствами [1]. Не можна ефективно управляти асортиментом товарів без ґрунтовних знань про класифікаційні угруповання, які є основою для його формування.

Об'єктом дослідження є йогурт – популярний молочний продукт, який став в наш час одним із символів здорового харчування. Проте єдиної класифікації йогуртів не існує. Очевидно, що кількість ознак, які обираються, і порядок їх використання (за ступенем важливості або істотності) визначаються метою класифікації. Розглянемо класифікацію йогуртів за нормативними документами, різними класифікаторами, науковими працями тощо.

В Україні прийнятий національний стандарт, що регламентує вимоги до якості йогурту, а саме ДСТУ 4343:2008 Йогурти. Загальні технічні умови [2], згідно з яким йогурти поділяють на види залежно від виду закваски, що застосовують:

– йогурт – кисломолочний продукт з підвищеним вмістом сухих речовин, який отримують сквашуванням молока;

– біойогурт – кисломолочний продукт, що виготовляється із застосуванням закваски на молочнокислих бактеріях і пробіотичних культурах, які благотійно впливають на мікрофлору кишечника людини;

– біфідойогурт – біфідопродукт на основі йогурту, який додатково містить *Bifidobacterium*, в кінці терміну придатності до споживання.

Відповідно до ДСТУ 4343:2008 [2] залежно від масової частки жиру йогурти, виробляють: нежирні (0,05–1,0 %), жирні (1,5–6,0 %), вершкові (понад 6,0 %).

Йогурти виробляють із застосуванням або без застосування харчових добавок або наповнювачів. Різноманітні фрукти: екзотичні – банани, ананаси, ківі, та традиційні – вишні, суниці, малина створюють цьому продукту неповторний аромат і додатково збагачують його вітамінами. Окрім натуральних наповнювачів використовують штучні ароматизатори, барвники. Безпе-

речно, харчова цінність йогуртів з натуральними добавками значно вища. У торгівлі асортимент йогуртів поділяють залежно від застосовуваної сировини, від використовуваних смако-ароматичних речовин тощо [3].

Джерелом інформації про класифікаційні угруповання можуть бути Класифікатори, які утворюють основу для збору, обробки, аналізу та поширення великих обсягів даних у стандартному, зрозумілому для користувача форматі [4–6].

Аналіз Номенклатури продукції промисловості (НПП) [4] показав, що йогурт може бути класифікований у двох типах та відрізняється способом виробництва, без додавання або з додаванням наповнювачів, ароматизаторів тощо.

Іншим класифікатором є Державний класифікатор продукції та послуг (ДКПП) – систематизоване зведення назв угруповань продукції та послуг, кодування яких побудовано на ієрархічній системі класифікації [5]. Розгортання кодів у ДКПП для об'єкту даного дослідження дало змогу встановити, що ознаки класифікації відповідають класифікатору НПП.

Аналіз класифікації йогуртів за Статистичною класифікацією продукції (СКП) [6], що призначена для розподілу даних за категоріями продукції, яка має спільні характеристики, дав змогу встановити, що асортимент йогуртів розрізняють за технологією виготовлення.

Аналіз асортименту йогуртів за джерелами літератури [2–6] дав змогу уявити класифікацію асортименту йогуртів у вигляді схеми (рис. 1).



Рисунок 1 – Класифікація асортименту йогуртів

На нашу думку, представлена класифікація асортименту йогуртів узагальнює і впорядковує існуючу інформацію, сприяє подальшим дослідженням щодо формування промислового і торгового асортименту і його управління.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сумець О. М. Товарна інноваційна політика [Електронний ресурс] / Сумець О. М., Ігнатова Є. М. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/1173101850424/marketing/upravlinnya_tovarnim_asortimentom (дата звернення: 25.11.2019). – Назва з екрана.
2. Йогурти. Загальні технічні умови ДСТУ 4343:2004. Національний стандарт України [чинний від 01.10.05]. – Київ: Держспоживстандарт України, 2005. – 5 с.
3. Йогурт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.goodsmatrix.com.ua/goods-catalogue/Sour-milk-products/Yoghurts.html> (дата звернення 26.11.2019). – Назва з екрана.
4. Номенклатура продукції промисловості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_npp_2016.htm (дата звернення 27.11.2019). – Назва з екрана.
5. Державний класифікатор продукції та послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dkpp.rv.ua/> (дата звернення 27.11.2019). – Назва з екрана.
6. Статистична класифікація продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_skp_2016.htm (дата звернення 27.11.2019). – Назва з екрана.

СТАН СКЛЯНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Т. А. Пушкар, студент групи ОБО-31д, спеціальність Облік та оподаткування

О. В. Василюшина, асистент кафедри товарознавства – науковий керівник
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Скляна промисловість є однією з базових галузей економіки України і відіграє важливу роль у формуванні макроекономічних показників окремих регіонів і держави в цілому.

Скляна промисловість – галузь промисловості, що виробляє будівельно-технічне (віконне скло, скляні блоки й труби), тарне

(пляшки, консервну й парфумерну скляну тару тощо), хімічно-лабораторне та приладобудівне, господарсько-побутове (посуд, дзеркала тощо), електро-технічне і вакуумне, медичне, оптичне й інші види скла, скловолокно, мистецькі вироби зі скла і кришталю [1, с. 40].

До середини ХІХ ст. скло вироблялося на невеличких гутах; тепер скло відіграє щораз більше значення в будівництві та в інших ділянках промисловості, і тому збільшується його виробництво й асортимент виробів.

Скляні вироби відносяться до виробів багатократного використання, тривалість використання яких визначається здатністю зберігати головні показники фізико-технічних властивостей в процесі експлуатації. Збільшення часу експлуатації виробів із скла рівноцінно додатковому збільшенню її випуску без будь-яких збитків.

Скло має ряд особливо цінних переваг:

- хімічна нейтральність забезпечує збереження харчових продуктів без суттєвих змін;
- прозорість особливо цінна для деяких харчових продуктів, хоча вимагає додаткового захисту від дії світла; для більшості видів;
- міцність та стійкість до навантажень забезпечує розливання, закупорювання, в окремих випадках – вакуумування;
- стійкість до внутрішнього тиску дає змогу випускати газовані напої та аерозольні товари;
- стійкість до нагрівання. Скло витримує температуру до 500 °С, хоча різка зміна температури не повинна бути надвеликою та швидкою. Значна кількість товарів фасується в нагрітому стані або після фасування проводиться їх стерилізація.

Значну питому вагу в товарообігу займає скляна тара. Скляною тарою називають групу скляного посуду, яка призначена для фасування, транспортування, зберігання і використання при споживанні різних продуктів. Скляна тара є незамінною для упакування багатьох харчових продуктів і напоїв [2].

Слід зазначити, що останнім часом скляна тара набирає популярність у зв'язку з домінуванням тенденції до використання екологічних матеріалів. Це дозволяє стверджувати, що ринок склотари є та залишатиметься перспективним і спостерігатиметься подальше зростання обсягу споживання.

У структурі виробництва склотари за видами переважають скляні ємності для напоїв та харчових продуктів (близько 70 %), частку в 22 % займають банки для консервування [3, с. 616].

З розвитком ринкових відносин в Україні створюються умови для повного задоволення потреб населення товарами високої якості різноманітного асортименту при мінімальних витратах підприємств на їх виробництво. Це безпосередньо стосується формування споживчого ринку скляних побутових товарів, який забезпечується як вітчизняними, так і зарубіжними виробниками.

За даними 2018 року Українського державного науково-дослідного інституту скла, в Україні сьогодні нараховується 37 підприємств, що виробляють скло або ж мають до скловаріння безпосереднє відношення.

Проблема технічного переобладнання вітчизняних підприємств скляної промисловості є найважливішою передумовою виробництва високоякісних та конкурентоспроможних товарів вітчизняного виробництва. Вирішення технічного переоснащення і реконструкції скляних заводів на основі світових досягнень науково-технічного прогресу розпочала Українська державна корпорація «Укрбудматеріали».

Виробництво скляних товарів в Україні, порівняно з закордонними виробниками, є надто енергомістким. Введення нових сучасних технологій, нового устаткування на склозаводах дозволить зменшити кількість відходів та дасть можливість різко зекономити паливо й енергоресурси, а отже, знизити собівартість продукції. Сучасні технології виробництва склотари дозволяють робити вироби не тільки полегшеної ваги, але й оригінальних конструкцій.

Щодо стратегічних планів галузі, то скляна промисловість України розширює сферу ділових інтересів, налагоджуючи комунікацію все з більшою кількістю суміжних ринків. Адже процеси глобалізації усе ширше охоплюють як ринки споживання склотари, так і ринки сировинного постачання [4].

Список використаних інформаційних джерел

1. Качалов Н. Стекло / Качалов Н. – Москва : Изд-во АН СССР, 1959.
2. Енциклопедія українознавства : Словникова частина : [в 11 т.] / Наукове товариство імені Шевченка ; гол. ред. проф.,

д-р Володимир Кубійович. – Париж : Нью-Йорк : Молоде життя ; Львів ; Київ : Глобус, 1955–2003.

3. Сирохман І. В. Товарознавство пакувальних матеріалів і тари : підручник (для студ. вищ. навч. закл.) / І. В. Сирохман, В. М. Загородня. – Київ : Центр учб. л-ри, 2009. – 616 с.
4. Технології пакування харчової продукції (фізичне і термодинамічне підґрунтя) / О. Ю. Шевченко, В. А. Піддубний // Упаковка. – 2006. – № 1.

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ АССОРТИМЕНТА КЕТЧУПА

Е. В. Рощина, к. т. н., доцент, заведуючий кафедрами товаро-
роведения

В. В. Волк, студентка групи Щс-31, спеціальність Товаро-
ведение и торговое предпринимательство

Учреждение образования «Белорусский торговое-экономический
университет потребительской кооперации»

Кетчуп – продукт, изготавливаемый из свежих томатов или концентрированных томатных продуктов с добавлением вкусовых веществ, с добавлением или без добавления фруктовых и овощных пюре, грибов, овощей, орехов, сухофруктов, воды, растительного масла, пищевых кислот, загустителей, стабилизаторов, консервантов, с массовой долей растворимых сухих веществ не менее 14 % [2].

С расширением ассортимента кетчупа повышаются требования потребителей к его потребительским свойствам, в связи с чем возрастает роль оценки рациональности его ассортимента, что и обуславливает актуальность нашего исследования. Рациональность ассортимента – способность набора товаров наиболее полно удовлетворять потребности потребителей [1].

Количественную оценку степени рациональности ассортимента кетчупа проводили на примере магазинов «Родны кут» Гомельского филиала Гомельского областного потребительского общества и Костюковичского райпо Могилевского областного потребительского союза по следующему алгоритму:

- разработка анкеты для изучения потребительских предпочтений;
- проведение опроса респондентов;
- обработка и анализ полученной информации;

– изучение фактического наличия товара в торговой сети (по результатам двух проверок);

– оценка степени рациональности ассортимента по методу ранговой корреляции Спирмена.

Результаты расчета рациональности ассортимента кетчупов представлены в табл. 1–2 [3].

Таблица 1 – Оценка коэффициента ранговой корреляции по структуре ассортимента кетчупа в магазине № 6 «Родны кут» Гомельского филиала Гомельского ОПС по состоянию на 20 ноября 2019 г

<i>N</i>	Значение А	Ранг А	Значение В	Ранг В	<i>d</i> (ранг А – ранг В)	<i>d</i> ²
1. Количество видов в разрезе наименований	6	5	8	5	0	0
2. Вид упаковки	3	2,5	4	2,5	0	0
3. Объем расфасовки	3	2,5	4	2,5	0	0
4. Товарный знак (изготовитель)	4	4	5	4	0	0
5. Способ обработки	2	1	3	1	0	0
Суммы	–	15	–	15	0	0

Таблица 2 – Оценка коэффициента ранговой корреляции по структуре ассортимента кетчупа в магазине «Родны кут» Костюковичского райпо по состоянию на 21 ноября 2019 г

<i>N</i>	Значение А	Ранг А	Значение В	Ранг В	<i>d</i> (ранг А – ранг В)	<i>d</i> ²
1. Количество видов в разрезе наименований	7	4,5	7	4,5	0	0
2. Вид упаковки	3	2	4	3	–1	1
3. Объем расфасовки	4	3	3	2	1	1
4. Товарный знак (изготовитель)	7	4,5	7	4,5	0	0
5. Способ обработки	2	1	2	1	0	0
Суммы	–	15	–	15	0	0

Коэффициент ранговой корреляции (r_s) по исследуемым объектам составил 1.

Критическое значение для $r_{\text{крит}}$ составили ($N = 5$ и $p = 0,05$) 0,94. Ответ H_0 принимается. Корреляция между А и В статистически значима.

По результатам оценки необходимо отметить, что полностью рационального ассортимента в магазинах на момент проверок не наблюдалось. Потребности потребителя в кетчупах по большинству классификационных признаков ниже предлагаемого ассортимента в анализируемых торговых объектах, что может способствовать замедлению оборачиваемости данной группы товаров.

Список использованных информационных источников

1. Рощина Е. В. Оценка степени рациональности ассортимента кетчупов, вырабатываемых ЧТУП «Молодечненский пищевой комбинат» / Е. В. Рощина // Инновационные технологии в промышленности – основа повышения качества, конкурентоспособности и безопасности потребительских товаров : материалы II междунар. науч.-практ. конф., г. Москва, 31 октября 2014 г. – Ярославль ; Москва : Канцлер, 2014. – С. 364–368.
2. Соусы и кетчупы. Общие технические условия : СТБ 1000-96. – Введ. 01.07.1997. – Минск : БелГИСС, 2011. – 15 с
3. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров, товарная экспертиза: пособие по выполнению курсовых работ для студентов / авт.-сост.: Е. В. Рощина, Д. П. Лисовская, Н. Т. Пехтерова. – Гомель : Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2012. – 100 с.

ВЛИЯНИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ЭКОНОМИКУ КАЗАХСТАНА

Г. А. Сакенова, магистрант 2 курса С-21НП

***К. С. Какенов, к. т. н, профессор – научный руководитель
Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза,
г. Караганда, Республика Казахстан***

Евразийская идея первого Президента Казахстана Н. Назарбаева осуществилась в трех нахожденииях интеграции на регио-

нальном уровне в три этапа – первоначально экономическое измерение, кроме того военно-политическое и гуманитарное.

Можно сделать вывод, что ни один лидер ни одной страны мира не демонстрирует такой настойчивости в развитии интеграционных идей, в частности евразийской интеграции. Консерватизм продвижения внешней политики Республики и налогообложения задач, стоящих перед страной, отражен в новом документе «Концепция внешней политики Республики Казахстан на 2014–2020 годы». Прежде всего, следует отметить дальнейший прогресс Казахстана в продвижении интеграционных процессов. Евразийская интеграция для нас является одним из основных частей общей интеграции Казахстана в мировую экономику и международные экономические отношения.

Интеграция человечества и государств стала неотъемлемой частью современного мира. Практически во всех областях, во многих регионах наблюдается многообразная интеграция, и региональная интеграция формируется на основе исследований. И Евразийский регион не особенный. Каждый регион с древних времен имел культурные, социальные, экономические и политические успехи, глубокие традиции и служил основой для длительной эпохальной практики. В настоящее время Республика Казахстан играет важную роль в интеграционных процессах в регионе, и является инициатором во многих аспектах.

Высшим Евразийским экономическим советом приняты документы для развития евразийской интеграции в сфере технического регулирования.

В области аккредитации и стандартизации созданы Советы руководителей уполномоченных органов государств-членов Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС, Союз).

В новые вспомогательные органы Союза войдут руководители профильных министерств и ведомств, а также член коллегии (министр) Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) по вопросам технического регулирования.

В новые вспомогательные органы союза входят руководители профильных министерств и ведомств, а также член коллегии (министр) Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) по вопросам технического регулирования.

Исполнительные советы станут иметь дополнительные площадки для координации работы в сфере технического регулирования в рамках ЕАЭС.

Предусматривается содействие разработке и реализации согласованных мероприятий по совершенствованию развития стандартизации и аккредитации, развитию информационного обмена между государственными органами и ускорению интеграционных процессов в рамках Союза.

Вместе с тем, роль ЕЭК в работе этих советов как органа, координирующего интеграционные процессы в ЕАЭС, заключается в обеспечении возможностей для непрерывного и эффективного взаимодействия органов государств-членов ЕАЭС.

Также члены Консультативного комитета утвердили два документа, обеспечивающих реализацию ТП ЕАЭС «О безопасности нефти, подготовленной к транспортировке и (или) эксплуатации», которые вступают в силу с 1 июля 2019 года. Это стандарты, правила, в том числе 14 межгосударственных стандартов, 1 государственный стандарт Республики Беларусь, 13 национальных стандартов Республики Казахстан, 6 национальных стандартов Российской Федерации, а также программы по разработке межгосударственных стандартов к техническому регламенту ЕАЭС «О безопасности нефти, подготовленной к транспортировке и (или) эксплуатации», предполагающие редакцию восьми межгосударственных документов на 2021 год. Эти стандарты обеспечивают соблюдение технических регламентов, определяющих требования безопасности к поставкам по магистральным трубопроводам, транспортировке железнодорожным, автомобильным или водным транспортом, а также нефти, намеревающейся использовать в качестве сырья на нефтеперерабатывающих и нефтехимических заводах.

Казахстан успешно развивается на пути становления современного индустриального государства, являясь прогнозируемой и сбалансированной внешней политикой, конкурентоспособной экономикой, активно использует множество всесторонних интеграционных объединений для дальнейшего продвижения, достижения и защиты национальных интересов страны. С момента обретения независимости Республика Казахстан периодически является главным инициатором и активным участником проектов по интеграционным процессам постсоветских государств. Активная позиция Казахстана в области интеграционных процессов Евразийского региона проявляется в таких инициативах, как идея создания Таможенного союза, а затем Евразийского союза, а также Единого экономического пространства. Кроме

того, Казахстан является активным участником, например, ОДКБ, ОЭС, ШОС и других региональных организаций.

В качестве организации на этапе развития СНГ Президент Республики Казахстан Н. Назарбаев выдвинул о создание Евразийского Союза во время выступления в Московском государственном университете в 1994 году. Суть этой идеи заключается в том, что «добровольная, равноправная интеграция, совместное политико-экономическое развитие постсоветских государств, общем продвижении стран СНГ на сильные позиции в глобальном мире».

На данном этапе приоритет в евразийской интеграции принадлежит экономическому аспекту, а не политическому. Создание Евразийского экономического союза стало венцом многолетних усилий и стремлений к интеграции, теперь это союз Казахстана, России и Беларуси, к которому вскоре присоединятся Армения и Кыргызстан. Этот союз чисто экономический, что вполне логично, потому что в его время европейская интеграция была чисто экономической целью.

Как показывает опыт Европейского Союза, наиболее удачного интеграционного объединения в современном мире, для уверенного продвижения качественной и выгодной интеграции необходим некий «локомотив», коим в европейском случае являлись Германия и Франция. Следовательно, в евразийской интеграции эта роль должна отойти странам в лице Казахстана, России и Беларуси, именно с союза этих государств начиналось воплощение идеи евразийства, и дальнейшее их продвижение.

Трудно создать единое экономическое пространство без качественной системы коллективной безопасности. Сотрудничество в области экономики не может полноценно развиваться без нормального обеспечения военно-политической безопасности. Поэтому обеспечение безопасности государства является главным приоритетом как для Казахстана, так и для других стран региона.

Есть такие региональные объединения безопасности, как ОДКБ и ШОС, но говорить о военно-политической составляющей Евразийского союза пока рано. Казахстан в ближайшее время может сыграть роль буфера и щита для сдерживания негативных политических тенденций, а также претендовать на роль Центра экономической интеграции, в силу своего выгод-

ного геополитического положения, амбиций и инициативы в области экономики.

Таким образом, евразийская идея Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева и их развитие в современной истории является прогрессивной и динамичной. Дальнейшие перспективы реализации этой инициативы представляют собой один из приоритетов развития страны, более того, значительная часть уже реализована на практике. Евразийской интеграции наглядно демонстрирует, что формирование аналогичных национальных моделей не отменяет политической независимости государств региона. Это создает многочисленные предпосылки для модернизированного типа их взаимоотношений, основанных на доверии, партнерстве и применении одних и тех же принципов и критериев как к экономическому, так и к политическому взаимодействию.

Список использованных информационных источников

1. Кэмпбелл Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика : в 2 т. : [пер. с англ.] / Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стенли Л. Брю. – Баку : Азербайджан, 1992. – Т. 2. – 400 с.
2. Шимко П. Международная экономика : учеб. пособие / Шимко П. – Москва : Юрайт, 2010. – 752 с.
3. Гурова И. П. Мировая экономика / Гурова И. П. – Москва : Омега-Л, 2008. – 394 с.
4. Население Казахстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki>. – Название с экрана.
5. Мировая экономика : учебник / под ред. И. П. Николаевой. – Москва : Проспект, 2010. – 240 с.
6. Акопова Е. С. Мировая экономика и международные экономические отношения / Акопова Е. С., Воронкова О. Н., Гаврилко Н. Н. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. – 416 с.

ОЦЕНКА СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ ПОЗИЦИЙ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. В. Березина, студентка группы ГБ-11, специальность
«Бухгалтерский учёт, анализ и аудит»

А. В. Кравченко, м. э. н., ст. преподаватель кафедры «Бухгалтерский учёт, анализ и аудит» – научный руководитель
Учреждение образования «Белорусский государственный университет транспорта»

Ассортимент услуг, которые может предоставлять агротуризм, постоянно увеличивается. Уже сегодня туристы в сельской местности Беларуси могут получать такие виды услуг: ночлег, питание, рыбалка, купание в водоемах, баня, сбор грибов, ягод и трав, спортивные игры, лыжные походы, верховая езда, наблюдение за животными развлечения, организация пеших, водных, велосипедных прогулок, фотоохота, лицензированная охота, посещение близлежащих объектов истории и культуры, концерты местных фольклорных групп, встречи с населением и знакомство с ручными изделиями местных умельцев и др. Важным направлением развития агротуризма региона может быть оздоровление детей, учитывая невысокий уровень доходов и тенденции постоянного роста цен на туристические путевки в традиционные учреждения отдыха.

В настоящее время в Беларуси формируется свой национальный туристский продукт – отдых в деревне.

Сельский туризм – это один из самых динамично развивающихся сегментов туристского рынка страны и прекрасная возможность для жителей крупных городов и мегаполисов мира получить полноценный отдых экологически чистых регионах Беларуси, а также насладиться ее живописными пейзажами. Вступление Беларуси во Всемирную туристскую организацию (ЮНВТО), членство в известных организациях – Европейском центре эко- и агротуризма (ЕСЕАТ) и Международном обществе экотуризма (ТIES) должно способствовать формулированию целей и способов развития агротуризма в стране.

Эффективное развитие сельского туризма возможно лишь в случае баланса интересов местного населения, туристов и окру-

жающей среды. Равновесие этих трех составляющих устойчивого развития сельского туризма может обеспечить реализация следующих основных принципов:

- природоохранных, обеспечивающих защиту природной среды от разрушения, контролируемых допустимых нагрузок на сельскую территорию;
- социальных, гарантирующих защиту и нерушимость культурного многообразия и уклада жизни местного сообщества;
- экономических, способствующих развитию разнообразия видов экономической деятельности в регионе, созданию рабочих мест, сдерживанию миграции сельского населения в город;
- культурно-исторических, обеспечивающих благотворное воздействие туризма на местное население и культурное разнообразие регионов.

Использование перечисленных принципов актуально при региональном планировании развития сельского туризма и деятельности всех субъектов: не только производителей услуг сельского туризма – усадеб, этнографических центров, тематических сельских парков, но и туристских агентств, туристов, органов государственной власти и местного самоуправления. Это обеспечит гармоничное и эффективное развитие сельского туризма при сохранении национальной самобытности.

Однако в Беларуси имеются факторы, не только стимулирующие развитие агротуризма, но и препятствующие этому процессу, а именно:

- Несовершенство налоговой политики;
- Отсутствие стимулирования развития всех форм агротуризма;
- Слабое развитие коммуникаций в сельской местности;
- Незрелость туристской инфраструктуры;
- Недостаточная рекламно-информационная деятельность по продвижению туристического продукта на международный и отечественный рынки;
- Слабое использование Интернет-ресурсов.

Идея развития агротуризма в белорусском обществе требует проведения определённых мероприятий в области нормативно-правовых актов, финансирования, налогообложения, маркетинговой политики и т. д.:

– агроэкотуризм требует осуществления специальной политики и соответствующих программ в нашей республике, т.к его нельзя устойчиво развивать, просто копируя то, что уже сделано в других странах, а тем более нельзя допускать его развития на беспорядочной основе;

– государственным органам власти следует упростить визовый режим при въезде в Республику Беларусь иностранных туристов. Изнурительные таможенные формальности сокращают количество потенциальных туристов;

– для развития агроэкотуризма требуются практические и эффективные системы координации между всеми заинтересованными сторонами, включая правительство, частные предприятия, местные органы власти;

– необходимо создавать благоприятные инвестиционные условия в целях притока отечественного и иностранного капитала;

– следует уделить внимание проблеме сертификации белорусских усадеб для того, чтобы гарантировать соответствие их качества международному уровню;

– дизайн сельских усадеб, в т. ч. гостиниц и других средств размещения, ресторанов, кафе, баров, должен осуществляться таким образом, чтобы не допускать или сводить к минимуму любое негативное воздействие на природную среду;

– агроэкотуризм должен способствовать охране и улучшению природных территорий;

– профессионализм – важное условие развития туристической деятельности в Республике Беларусь и агроэкотуризма в частности. В последнее время возросла потребность в знании иностранных языков гидах-экскурсоводах;

– туристы, предпочитающие указанный вид отдыха, нуждаются в подробной специализированной информации как до, так и во время поездки, причем, эта информация может быть представлена в различных формах: брошюрах, буклетах, картах.

Список использованных информационных источников

1. Лашкевич К. Куда движется белорусский агротуризм [Электронный ресурс] / К. Лашкевич. – 2019. – Режим доступа: <http://www.nest.by/> (дата доступа: 25.10.2019). – Название с экрана.

2. О развитии агротуризма [Электронный ресурс]: Указ Президента Республики Беларусь от 09.10.2017 № 365 // Эталон – Беларусь : интернет-портал законодательной базы Республики Беларусь «Право». – Минск. – Режим доступа: <http://www.levonevski.net/pravo/razdel2/num1/2d1006.html> (дата доступа: 15.11.2019). – Название с экрана.

АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ КІНОТУРИЗМУ

***В. М. Бонтей, студентка групи МТЕ-117, спеціальність Туризм
Д. Д. Гурова, к. геогр. н., доцент, доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу – науковий керівник
Національний університет «Запорізька політехніка»***

Кінотуризм – це явище пересування людей поза місцями їх проживання і заробляння грошей, викликане подіями, місцями та пам'ятками, спільною рисою яких є фільм. Завдяки мистецтву кінематографу створюються нові пам'ятки і місця, знову відкриваються міста і регіони, до яких приїжджають все більше туристів, що розширює фазу зростання туристичного продукту. Аналіз досліджень ТСІ показує, що майже 40 мільйонів туристів натхненні своїм улюбленим фільмом. Вони в основному молоді мандрівники, які відвідують нові місця. У багатьох напрямках від 1 до 10 % відвідувачів фільму називають туристами. Люди схильні відвідувати певні місця по конкретних образах, спогадах, асоціаціях та емоційними прихильностями до місць і змісту [1].

Слід виділити такі причини для відвідування місць зйомок кіно:

- слідувати стопами своїх улюблених акторів;
- позиціонувати себе в розташуванні фільму;
- відвідати об'єкти нерухомості виключно за їх історичне значення після перегляду фільму;
- відвідування місць, включених в адаптацію літературної класики;
- закордонні туристи вражені привабливими фонами і хочуть відвідати їх.

Деякі фільми, ймовірно, будуть більш успішними, ніж інші в залученні ряду туристів на популярні напрямки. Такий успіх включає в себе різні фактори. Сюжетна лінія та сценарій повинні бути тісно пов'язані. Глядачі відчувають емоційний

сплеск, який відмінно пов'язаний з місцем розташування. Всі ці елементи стануть чинниками руху для аудиторії відвідувати країни і місця у представленому фільмі [2].

Крім впливу фільму на попит у туризмі, ключовими питаннями є визначення і розвиток ефективного співробітництва між сектором екрану і туристичною галуззю, що може призвести до отримання інвестицій і залучення кіно і телевізійних постановок.

Кінотур – це особливий вид туристського продукту, нитка маршруту якого вибудовується за трьома основними позиціями:

- з найбільш цікавих місць і пам'яток, де проходили зйомки;
- найбільшими відомими об'єктами індустрії кіно і, насамперед, кіностудіями;
- місцями найбільш значущих кіноподій (фестивалям, конференціям тощо).

З перерахованих варіантів формування маршруту кінотурів найбільш популярним є перший – кінотур місцями зйомки, так як він проектується на топографічній основі з дотриманням усіх класичних прийомів і методів туристичного проектування.

На сплеск туристичної активності в місцях, пов'язаних з картинами які нещодавно з'явилися, науковці почали звертати увагу на очевидну закономірність. Наприклад, найвідвідуваніший музей світу – «Лувр» після екранізації книги «Код да Вінчі» Дена Брауна, став цікавий навіть дуже далеким від світу мистецтва туристам, увійшовши в масштабний кінотур Парижем [3].

Початок «індустріального підходу» багато хто пов'яже з космічною сагою Джорджа Лукаса «Зоряні війни». Вигаданий всесвіт, який створювався в самих різних точках планети – від іспанського острова Тенерифи, з його знаменитими «місячними» ландшафтами, до національного парку Ревуд, що знаходиться в США. З моменту виходу на екрани перших епізодів культової кіносаги минуло 40 років, але кіноманів, як і раніше, приваблюють місця, де розгорталися фантастичні події. Головним пунктом програми стала поїздка на позашляховиках до вулкану Крабла і в розташовану неподалік долину Гястикі. Ці земні місця являють собою фантастичне видовище – поверхню в долині, вкриту кольоровими шарами пористої лави, яка досі парує. Саме в цих «неземних» пейзажах знімали сцени сьомого епізоду [29].

В цілому найбільш розвиненим і економічно ефективним напрямком є туризм вздовж місць зйомок фільмів і серіалів, йому приділяється найбільша увага. Екскурсії з гідом, в тому числі численні відвідування місць зйомок і кіностудій павільйонів, що коштують досить дорого, тому самостійні подорожі стають популярними. Пошук туристичної інформації, самостійний вибір маршрутів, використання послуг місцевих гідів, які пропонують унікальні екскурсійні продукти, що сприяють подальшому зануренню в атмосферу фільму.

Коли справа доходить до кінотурів, важливо не тільки відвідати місця, де був знятий фільм, але і забезпечити основу фільму, яка використовувалася, а також організувати зустріч з людьми, які були залучені в процес виготовлення фільму. Для тих учасників, супроводжуючих шанувальників фільму, гід повинен також включати загальну інформацію про регіон.

Основною перевагою кінотуризму є його внесок у просування територій, пам'яток та об'єктів туристичної інфраструктури: кафе, ресторанів, готелів. Так, наприклад, фільм «Сніданок у Тіффані» після виходу викликав підвищений інтерес до бренду. Візити туристів в закриті і діючі студії також дозволяють створити ексклюзивний туристичний продукт.

Кінотуризм частково заснований на туристичних вимогах уникнути дійсності, і увійти до кращого світу, представленого у фільмах. В додаток, до цього заявою багатьох дослідників вказували, ту ж причину, а саме бажання втекти від реального світу на деякий час, як основною рушійною силою кіно туризму [3]. Фільм може мати дуже сильний вплив на імідж місця призначення і рішення подорожувати, і тому вносить важливий внесок у сферу туристичного маркетингу і кінотуризму зокрема.

Список використаних інформаційних джерел

1. Hudson S. Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin / Hudson S., Ritchie J. R. B. // Journal of Vacation Marketing. – 2006. – 12 (3). – P. 256–268.
2. Ward S. The film producer as the long-stay business tourist: rethinking film and tourism from a Gold Coast perspective / Ward S., O'Regan T. // Tourism Geographies. – 2009. – 11 (2). – P. 214–232.
3. Nicosia E. Special issue film-induced tourism / Nicosia E., Dallari F. // Journal of Tourism Culture and Territorial Development. – 2015. – 6 (4). – P. 23–26.

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МИКОЛАЇВЩИНИ В РАМКАХ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

*Д. В. Бушуєв, студент групи ТУ-2М, спеціальність Туризм
Ю. І. Сологуб, к. геогр. н., доцент кафедри туристичного та
готельного бізнесу – науковий керівник
Національний університет харчових технологій*

Основою ефективного функціонування та розвитку туристичного підприємства в сучасних умовах різнорівневих туристичних ринків виступає спроможність підприємства запропонувати споживачу неординарний та інноваційний туристичний продукт.

Враховуючи динаміку сучасного життя та особливості попиту на туристичний продукт серед різних верств населення, можна стверджувати, що на сьогодні актуальною складовою турпродукту стає екологічна складова туризму.

Екологічний туризм становить значну частку туристичного ринку, а темпи його росту перевищують відповідні темпи у всій індустрії туризму. Головною рушійною силою такого бурхливого розвитку є швидко зростаючий попит на рекреацію на природі, отже, успіх розвитку екотуризму, як ніякої іншої галузі, залежить від якості навколишнього середовища.

При відповідному розвитку інфраструктури, сервісу та реклами гірські території регіонів України можуть стати основними привабливими центрами такого виду рекреаційно-туристичної діяльності на природно-заповідних територіях, як екологічний туризм.

Базою розвитку екологічної складової туристичної сфери регіону можуть стати об'єкти природно-заповідного фонду області.

Зауважио, що природно-заповідний фонд Миколаївщини налічує 140 об'єктів загальною площею 75 450,27 га. З них 7 об'єктів – загальнодержавного значення та 133 – місцевого.

Однією з базових функцій екологічного туризму є економічна. Вона орієнтована на такі цілі, як: надання господарської цінності службам, що здійснюють функціонування екосистеми, яка включає в себе території, що охороняються; утворення безпосереднього доходу для захисту охоронюваних територій, у тому числі для програм охорони природи; отримання еконо-

мічної вигоди для місцевих зацікавлених кіл, у тому числі для населення.

Екотуризм є особливим випадком туризму і йому властиве виконання своїх функцій через дбайливе ставлення до навколишнього середовища.

Саме тому, для Миколаївщини важливим є розробка реєстру туристичних об'єктів та їхній детальний опис, аналіз наявної туристичної інфраструктури тощо.

Це повинно дати поштовх до формування єдиного туристичного продукту екологічного спрямування, який реалізовуватимуть туристичні фірми на загальнодержавному та світовому ринках.

Перспективним є активний, екстремальний відпочинок в Національному природному парку «Бузький Гард», розвиток пішохідних і велосипедних туристичних маршрутів Миколаївщини. Аналогічний турпродукт можна також формувати на базі решти ПЗФ регіону.

Однак існує ряд загальнодержавних проблем розвитку екологічного туризму, що є характерними і для регіонів, зокрема: недосконала система обмежень на відвідання туристами привабливих місць; відсутність спеціалізованих туроператорів та тур агентів з приводу; слабка взаємодія суб'єктів діяльності у сфері екологічного туризму; відсутність фінансового стимулювання створення екологічних центрів; низький рівень туристичної інфраструктури екологічного спрямування на місцях; низький рівень надання туристичних послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гурбик Ю. Ю. Сучасні проблеми розвитку екологічного туризму в Україні. Екологія – філософія існування людства : зб. наук. пр. учасників III Міжнар. наук.-практ. конф. 26 травня 2016 р./ Гурбик Ю. Ю. – С. 15–16.
2. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту і маркетингу : навч. посіб. / Дмитрук О. Ю. – 2-е вид., перероб і допов. – Київ : Альтерпрес, 2004. – 192 с.
3. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України : навч. посіб. / Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. – Київ : Альтерпрес, 2007. – 369 с.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОМЕЛЯ

О. В. Герасимчук, студентка группы Г-21, специальность «Логистика»

Л. В. Вишневецкая, к. пед. н., доцент – научный руководитель
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Актуальность нашего исследования обусловлена мерами, принимаемыми государством для развития туристической отрасли в Республике Беларусь.

Целью исследования является раскрытие потенциала ведущих предприятий города Гомеля как объектов промышленного туризма.

Для достижения цели мы проанализировали информацию веб-сайтов трех ведущих промышленных предприятий Гомеля, вносящих существенный вклад в развитие внешнеэкономической деятельности города

Под туризмом мы понимаем выезды (путешествия) граждан в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок менее года с любой целью, кроме трудоустройства [1].

Промышленный туризм – один из видов туризма, заключающийся в организации экскурсий на действующие предприятия. Промышленный туризм предоставляет возможность предприятиям познакомить потребителей со своей продукцией посредством ее рекламы, дегустации, и, соответственно расширить географию потребления. Для промышленных туристов подобные экскурсии позволяют расширить их знания о процессе производства, условиях и качестве производимого товара.

Перейдем к анализу туристического потенциала ведущих гомельских предприятий.

Совместное предприятие (далее СП) открытое акционерное общество (далее ОАО) «Спартак» образовано 4 июня 1924 года как кондитерская фабрика «Просвет». К концу 1924 года фабрика выпускала карамель, конфеты, ирис, мармелад. Название «Спартак», присвоенное фабрике 8 ноября 1931 года. В 1994 году

кондитерская фабрика «Спартак» была преобразована в открытое акционерное общество «Спартак», а в 1998 году – в совместное предприятие открытое акционерное общество «Спартак».

Современное производство налажено по последним технологическим стандартам. Стратегия развития фабрики также предусматривает значительное изменение ассортимента продукции и повышение её качества за счёт сети цеховых и центральных лабораторий, оснащённых современным оборудованием, где осуществляется строгий входной контроль сырья, полуфабрикатов и готовой продукции.

Сегодня СП ОАО «Спартак» – один из крупнейших производителей кондитерских изделий и полуфабрикатов собственного производства в Республике Беларусь, выпускающий около 350 наименований кондитерских изделий, включая изделия лечебно-профилактического действия (конфеты, шоколад, вафли, мармелад и др.). Продукция экспортируется в Российскую Федерацию, Украину, США, страны Европы и Азии [2].

История предприятия ОАО «Коминтерн» начинается с марта 1919 года, когда была открыта первая военно-обмундировочная фабрика, которая с февраля 1922 года перешла на массовое изготовление гражданской одежды. Изначально предприятие носило название «Гомодежда», а в апреле 1928 фабрике было присвоено имя «Коминтерн». В 1964 году прошло преобразование в Гомельское производственное швейное объединение (далее ГПШО) «Коминтерн». С 1993 по 1995 ГПШО «Коминтерн» преобразовано в ОАО «Коминтерн». Постоянно идет активное перевооружение и технологическое обновление производства. Внедрены современные машины и оборудование, позволяющие максимально автоматизировать производство и повысить качество продукции.

Ассортимент предприятия, выпускаемые коллекции классических мужских костюмов, обновляются каждый год более чем на 60 %. Продукция предприятия продается как в Республике Беларусь в 14 фирменных магазинах, так и экспортируется на рынки Германии, Ирана, Российской Федерации, Эстонии, Латвии, Казахстана, Армении, Туркменистана [3].

ОАО «Милкавита» было создано в 1927 году на базе артели «Молочная лавка», которую в последующем назвали «Цент-

ральная молочная». Для ее оснащения у немецкой фирмы «АстроВерс» был закуплен комплект оборудования. Сегодня ОАО «Милкавита» является современным предприятием, оснащённым высокотехнологичным оборудованием ведущих отечественных и зарубежных компаний.

Предприятие производит молоко, кефир, сливки, сыр весомой, сыр тертый, сыр фасованный, творог. Данная продукция была представлена на международных выставках и конкурсах в Беларуси и за рубежом «Белагро», «Весна в Гомеле», «MadeinBelarus», «Сто дорог экспорта» и отмечена дипломами и наградами. Продукция ОАО «Милкавита» известна и востребована в Республике Беларусь, Российской Федерации, Республике Казахстан, Китайской Народной Республике, Туркменистане и других странах ближнего и дальнего зарубежья [5].

Таким образом, перечисленные ведущие предприятия города Гомеля имеют достаточно весомый потенциал для развития промышленного туризма, привлечения в город гостей и инвесторов из разных стран, популяризации белорусских товаров. Все перечисленные предприятия имеют богатую историю развития, разнообразный ассортимент продукции, характеризующейся высоким качеством и соответствующей мировым стандартам, широкую географию экспорта от стран Ближнего зарубежья до США и стран Средней Азии

Список использованных информационных источников

1. Виды туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата доступа: 09.11.2019). – Название с экрана.
2. Кондитерская фабрика «Спартак» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spartak.by/> (дата доступа: 09.11.2019). – Название с экрана.
3. Коминтерн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://comintern.by/> (дата доступа: 09.11.2019). – Название с экрана.
4. ОАО «Милкавита» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gomelmilk.com/ru/> (дата доступа: 09.11.2019). – Название с экрана.

ПОШТОВИЙ ЗВ'ЯЗОК ТОВ «НОВА ПОШТА» ЯК ЕЛЕМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Р. Є. Качаровський, інженер II категорії навчальної лабораторії краєзнавчих атласів, кафедра фізичної географії географічного факультету, магістр географії
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки;*

*Н. В. Чур, к. геогр. н., доцент кафедри туризму факультету туризму та міжнародних комунікацій
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»;*

І. В. Єрко, к. геогр. н., доцент кафедри туризму та готельного господарства географічного факультету;

*О. В. Антилюк, інженер II категорії навчальної лабораторії краєзнавчих атласів, кафедра фізичної географії географічного факультету
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки*

Тривалий час поштовий зв'язок, як елемент рекламно-інформаційної політики туристичної галузі, був представлений лише монополістом ПАТ «Укрпошта». Нині на ринку поштових послуг, що здатні забезпечити інформування потенційних туристів про об'єкти туризму, рекреації та інфраструктури, з'явилась – ТОВ «Нова Пошта», що діє з 2001 р., у правовому полі ЗУ «Про поштовий зв'язок» [2]. У Волинській області діє 76 її відділень (табл. 1). До складу групи «Нова Пошта» входять окремі компанії «Нова Пошта», «НП Логістик», «ПОСТ ФІНАНС» і «Нова Пошта Ітернешнл» [3-5].

Таблиця 1 – Структура ТОВ «Нова пошта» Волинської області [1; 3]

Назва районів та міст	Площа, км ²	Населення, осіб	К-сть відділень, од.	Коеф. забезпеч. відділень од./км ²
В.-Волинський	1 038	24 824	1	0,001
Горохівський	1 122	50 761	2	0,002
Іваничівський	645	31 620	2	0,003
К.-Каширський	1 747	64 040	4	0,002
Ківерцівський	1 414	63 837	4	0,003

Назва районів та міст	Площа, км ²	Населення, осіб	К-сть відділень, од.	Коеф. забезпеч. відділень од./км ²
Ковельський	1 723	40 457	3	0,002
Локачинський	712	21 852	1	0,001
Луцький	973	66 002	10	0,010
Любешівський	1 450	35 465	1	0,001
Любомльський	1 481	38 846	4	0,003
Маневицький	2 265	53 976	2	0,001
Ратнівський	1 437	52 063	2	0,001
Рожищенський	928	38 684	1	0,001
Старовижівський	1 121	29 898	2	0,002
Турійський	1 205	26 013	2	0,002
Шацький	759	16 685	1	0,001
м. В.-Волинський	17	38 577	3	0,176
м. Ковель	47	68 603	6	0,128
м. Луцьк	42	216 887	20	0,476
м. Нововолинськ	17	56 240	5	0,294
Всього	20 100	1 035 330	76	0,004

ТОВ «Нова Пошта» у діяльності акцент робить на пересиланні різногабаритних вантажів (хоча є послуги пересилання кореспонденції, зокрема листів, бандеролей). Зокрема «НП Логістик» надає послуги фулфілменту: зберігання товару на складах, комплектацію та відправку замовлень отримувачу. Тут потужний сектор поштових грошових переказів та операцій з електронними грошима компанії «ПОСТ ФІНАНС», діє тривала співпраця із закордонними операторами платіжних переказів, що забезпечує платіжні послуги потенційним туристам [3].

Судячи з табл. 1, коефіцієнт забезпеченості відділеннями в регіоні складає 0,004 од./км² – це досить низький показник. Більший він тільки у м. Луцьк (0,476), Нововолинськ (0,294), Володимир-Волинський (0,176), Ковель (0,128) і у Луцькому (0,010) районі, а в усіх інших він складає від 0,001 до 0,003.

На Волині відділення зосереджені у районних центрах та містах обласного (тут діють 34 відділення або 44,7 % загальної кількості) та районного значення, проте в сільській місцевості вони практично відсутні. В районах кількість відділень варіюється від одного (Володимир-Волинський, Локачинський, Любе-

шівський, Рожищенський та Шацький) до чотирьох (Камінь-Каширський, Ківерцівський та Любомльський), найбільше у Луцькому – 10.

Широкий спектр наявних послуг дозволяє задовольнити потребу багатьох туристів у найнеобхіднішому сервісі, відправка кореспонденції та вантажів, а також відправці чи отриманні невідкладних грошових переказів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Головне управління статистики у Волинській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. Про поштовий зв'язок: Закон України від 04.10.2001 р. № 2759-III // Відомості ВРУ України. – 2002. – № 6. – 39 с.
3. Нова пошта [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://novaposhta.ua/> – Назва з екрана.
4. Олійник Я. Б. Суспільно-географічне дослідження туристичної інфраструктури Волинської області: монографія / Я. Б. Олійник, І. В. Єрко. – Луцьк: ПрАТ «Волинська обласна друкарня», 2014. – 164 с.
5. Чир Н. В. Поштові відправлення як важливий елемент рекламно-інформаційної підтримки розвитку туризму Волинської області / Чир Н. В. Качаровський Р. Є., Єрко І. В., Антипюк О. В. // Суспільно-географічні чинники розвитку регіонів: матер. III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Луцьк, 11–12 квітня 2019 р.) / за ред. Ю. М. Барського, С. О. Пугача. – Луцьк: Волиньполіграф, 2019. – С. 119–122.

ПРИРОДНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК БАЗА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ

Ю. А. Ковальчук, студент групи ТУ-2М, спеціальність Туризм
Ю. І. Сологуб, к. геогр. н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник
Національний університет харчових технологій

Черкащина є потенційно привабливим туристичним регіоном України з огляду не лише на своє етно-культурне надбання, а й на власний природний потенціал.

Географічне положення регіону сприятливе для активізації туристичної діяльності, розширення туристичних можливостей та інфраструктурної підтримки туристів.

Фундаментальною базою розвитку туристичної сфери регіону може стати наявний природо-ресурсний потенціал території.

Зазначимо, що природно-заповідний фонд Черкаської області складає 531 об'єкт ПЗФ, а саме: національний природний парк «Білоозерський», Канівський природний заповідник, національний природний парк «Нижньосузьський», Черкаський зоологічний парк, регіональний ландшафтний парк «Трахтемирів», дендрологічний парк «Софіївка». Окрім цього, в області налічується 223 заказники, 192 пам'ятки природи, 58 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, 52 заповідні урочища.

Одним з перспективних напрямків використання ПЗФ області в туристичній діяльності може стати екологічний туризм.

Екологічний туризм на сьогодні займає свою визначену нішу на світовому туристському ринку. Сучасний міжнародний досвід засвідчує, що прискорений розвиток екологічного туризму може відіграти роль каталізатора структурної перебудови економіки та розв'язання ряду соціально-економічних проблем.

Темпи зростання популярності екологічного туризму прямо пропорційні темпам зменшення кількості незмінених природних та традиційних культурних ландшафтів.

Важливим також є поєднання таких компонентів, як культура, екологія, освіта, для організації та надання послуг зеленого туризму. Мається на увазі еколого-просвітницька діяльність, молодіжний і спортивно-оздоровчий туризм та багато інших видів туристичного продукту.

Ознаками привабливості області є наближення до столиці України, зручна логістична мережа, що є рушійною силою для створення нових робочих місць, удосконалення навчально-виробничого процесу для майбутніх працівників сфери послуг, розвитку туристичної інфраструктури [1].

У регіоні є цікаві природні та техногенні туристичні та рекреаційні об'єкти, наявність яких сприятиме розвитку таких видів туризму, як історичний, культурний, пізнавальний, сільський зелений туризм.

Як бачимо, Черкаська область у сучасних умовах має достатньо потужний потенціал для розвитку туристично-рекреаційної діяльності за рахунок використання природно-рекреаційних ресурсів території.

Сприятливі кліматичні, географічні умови розташування Черкаської області, багатий культурно-історичний спектр туристичної привабливості є базою для вдосконалення логістики туризму та рекреаційної інфраструктури.

Список використаних інформаційних джерел

1. Беляєва С. С. Фактори впливу на рівень розвитку Черкаської області: еколого-економічні стратегіями / С. С. Беляєва, С. А. Басок // Сучасні тенденції в економіці та управлінні: новий погляд : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. : у 3 ч., Донецьк, 29–30 листопада 2013 р. – Донецьк : ГО «СІЕУ», 2013. – Ч. 1. – С. 80–83.
2. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с.
3. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України : навч. посіб. / Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. – Київ : Альтерпрес, 2007. – 369 с.

ПРИОРЕТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Н. У. Матийзен, студентка группы ГБ-11

***А. В. Кравченко, ст. преподаватель кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», магистр экономических наук
Учреждение образования «Белорусский государственный университет транспорта»***

Туризм является одной из крупнейших и динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии. На сферу туризма приходится около 6 % мирового валового национального продукта, 7 % мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место, 11 % мировых потребительских расходов. Таким образом, в наши дни нельзя не заметить того влияния, которое оказывает индустрия туризма на мировую экономику. Сравнительно новым направлением в туризме является агротуризм.

Агротуризм выбирают различные сегменты туристов. Это и бизнесмены, уставшие от напряженной жизни мегаполисов, и семьи с детьми, которым полезен и интересен отдых, общение с

живой природой. Это и пожилые люди, которые могут заняться собиранием грибов и ягод в экологически чистых зонах, консервированием, обмениваясь навыками и опытом с местным населением. Это могут быть люди самого разного возраста, любящие активный образ жизни, стремящиеся к познанию нового, необычного.

Для развития агротуризма необходим эффективный маркетинг, который предполагает следующие условия: глубокое насыщение рынка услугами, как основными (проезд, проживание, питание), так и дополнительными (экскурсии, организация различных видов трудовой деятельности, досуговые мероприятия); развитие существующей инфраструктуры сельских регионов, строительство и реконструкция дорог, инженерных коммуникаций, создание сети мини-отелей, хостелов, коттеджей для проживания туристов; исследование и формирование предпочтений разнообразных сегментов рынка потребителей; создание базы данных деловых партнеров, в том числе с администрацией сельских районов; формирование разнообразной системы продвижения, включающей рекламу в сети Интернет, PR, директ-маркетинг, участие в выставках и ярмарках, создание рекламных туров и т. п. Существует проблема формирования конкурентоспособности агротуризма на основе использования ее связи с проблемами экологии и развития рынка экологически чистых товаров. Использование экологического маркетинга (и, как следствие, усиление темпов формирования рынка экологически чистых товаров) является ориентацией, как на интересы туристов, так и на критерии прибыльности аграрных предприятий, частных ферм, садово-огородных хозяйств. Это не только пример экологически ориентированного партнерства, но и интеграция усилий частных предпринимателей и предприятий на взаимодействие с местными органами власти и консультантами в ходе формирования устойчивых ассоциаций в регионе развития агротуризма. Для региональных властей экологический маркетинг предоставляет следующие преимущества: улучшение экологической обстановки, обеспечивающее экономически эффективные меры и лучшее использование природных ресурсов; формирование устойчивых объединенных структур по поддержке и продвижению передового опыта по экологической, социальной и экономической эффективности; сохранение в регионе рабочих мест и своевременное решение социальных

проблем и проблемы оттока молодежи из сельской местности; повышение качества жизни сельского и городского населения, улучшение здоровья и рост туристской привлекательности, снижение расходов на медицинское обслуживание; рост инвестиционной привлекательности региона, важнейшим компонентом которой является благоприятная экологическая обстановка и сохранение природных ресурсов. Преимущества участия в ассоциации для предприятий, наряду с отмеченными выше эффектами, обусловленными повышением эффективности использования дефицитных сырьевых ресурсов, снижением издержек производства, более эффективной реализацией продуктов и т. д., заключаются также в следующем. Предприятиям, являющимся поставщиками услуг в агротуризме, гарантируется правовая определенность в результате официальной поддержки со стороны властей. Они получают дополнительные возможности укрепления навыков и повышения квалификации персонала, облегчается и возможная последующая сертификация на соответствие международным стандартам ISO 14000 и ISO 9000. Кроме того, возникают возможности проникновения экологически чистых товаров на внутренние и зарубежные рынки. В хозяйственном механизме предприятий сферы агротуризма достижение паритета между бизнес-интересами и экологическими потребностями туристов и в целом общества реализуется на основе системы экологического управления и менеджмента, а также экологического маркетинга. Экологический менеджмент, который становится все более популярным в мире, не только ориентирован на решение внутренних и внешних экологических проблем природопользования и охраны окружающей среды, но также участвует в эффективной организации производственного процесса в сельской местности. Экологическая составляющая выходит на новый уровень в сознании потребителей туристского продукта. Экологический фактор в конкурентной борьбе туристских предприятий приобретает все большее значение и получает финансовую и социальную результативность.

Социальные сети зачастую открывают совершенно новые горизонты и позволяют охватить ту заинтересованную аудиторию, которую традиционными средствами охватить нельзя.

На данный момент социальные сети стали неотъемлемой частью виртуальной жизни преобладающего множества деловых людей. Присутствие, общение, поиск информации и покуп-

ки в одной или нескольких социальных сетях считается нормой для всё большего количества пользователей интернета. От физических лиц не отстают и развивающиеся компании, тем самым «сближаясь» с нужной аудиторией и получая от этого результат, в том числе и финансовый. Поэтому социальные сети стали полноценным рекламным каналом, причём достаточно эффективным, если его управление находится в грамотных руках.

Представительство компании в социальных сетях – важный и неотъемлемый инструмент успешной маркетинговой стратегии развития. Используя многомиллионные площадки, появляется возможность рассказать о своей компании и привлечь ещё больше клиентов.

Список использованных информационных источников

1. Агротуризм в Беларуси [Электронный ресурс] // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь. – Режим доступа: www.mst.by (дата доступа: 21.11.2019). – Название с экрана.
2. Агротуризм как идея бизнеса в Беларуси [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://posrednik.by/> (дата доступа: 15.09.2019). – Название с экрана.

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Н. С. Перегінець, студентка групи Тум-18-1, спеціальність Туризм

О. В. Побігун, доцент кафедри туризму, доцент – науковий керівник

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Туристична реклама – це активний засіб здійснення маркетингової політики туристичної фірми з просування туристичного продукту, посилення зв'язку між виробником і споживачем туристичного продукту [1, 3].

Сучасна сфера туризму управляє системою маркетингу. Комплекс маркетингових комунікацій складається із наступних елементів, що представлено у табл. 1.

Таблиця 1 – Маркетингові комунікації в туризмі

Комунікація	Сутність
Реклама	Будь-яка форма безособового представлення і просування ідей, товарів і послуг, що виходить від чітко визначеного спонсора
PR-зв'язки з громадськістю	Заходи, спрямовані на досягнення відносин взаєморозуміння між підприємством і громадськістю, діяльність, що формує позитивний імідж туристичної фірми
Персональний продаж	Усне представлення туристичного товару чи послуги в ході бесіди між продавцем і покупцем
Прямий маркетинг	Використання різноманітних засобів зв'язку (пошта, факс, телефон та інш.) для прямого впливу на реальних і потенційальних споживачів

Джерело: побудовано автором на основі даних [2].

Ефективність туристичної реклами полягає у [3]:

– жорсткому розділенні цільової аудиторії відповідно до соціо-демографічних та психографічних характеристик;

– вмільому використанні стереотипів, що стосуються країн або місць, що є невід'ємною частиною туристичного пакета (наприклад: Кіпр – море і сонце, Прага – європейська старовина і готика, Франція – Париж, вино, культура загалом);

– створенні візуальних образів – картинки впливають на туриста, не лише створюючи необхідний настрій і підтверджуючи текстову складову реклами, але і формуючи «ефект присутності».

Під час опитування менеджерів провідних туроператорів було з'ясовано, що більшість потенційних клієнтів отримують інформацію з таких джерел, як: друкована реклама, Інтернет-реклама, виставки, зовнішня реклама, поради друзів (рис. 1).

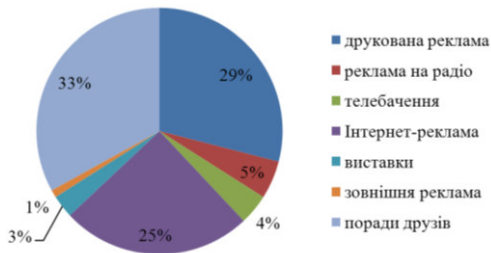


Рисунок 1 – Джерела інформування потенційних клієнтів

Отже, реклама – найбільш значущий елемент комунікаційного комплексу в туристичній сфері. Вона має великий потенційний вплив на всі елементи цього комплексу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Обрителько Б. А. Реклама і рекламна діяльність : курс лекцій / Б. А. Обрителько. – Київ : МАУП, 2005. – 240 с.
2. Бріггс С. Маркетинг у туризмі / С. Бріггс ; [пер. з англ. М. Ю. Зарицька]. – Київ : Знання-Прес, 2005. – 358 с.
3. Миронов Ю. Б. Особливості реклами в туризмі / Ю. Б. Миронов // Перехідні економічні системи : зб. наук. пр. – Вип. V. – Львів : Вид-во ЛКА, 2008. – 448 с.

ТУРИСТИЧНА СФЕРА ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ

***В. Л. Прусс, ст. викладач кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу
Національний університет «Запорізька політехніка»***

Процес становлення середнього класу в нашій країні вимагає визначення пріоритетних напрямів розвитку підприємництва. Досвід високорозвинених країн доводить, що за останні десятиліття в світовому господарстві склалась і найшвидше розвивається індустрія туризму, яка володіє величезною матеріальною базою, забезпечує зайнятість мільйонам людей і взаємодіє майже з усіма галузями народного господарства.

Туризм є потужним джерелом залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. В розвинених країнах світу соціально-економічне значення туристичного бізнесу полягає в тому, що в його обслуговуванні задіяні в основному підприємства малого і середнього бізнесу. У більшості випадків вони функціонують незалежно одне від одного при наявності лише мінімально необхідного координаційного механізму. Окрім підприємств індустрії туризму, обслуговуванням туристів займаються багато інших організацій. Але на відміну від чисто туристичних підприємств вони можуть функціонувати і без туристів, але під час туристичного сезону їх діяльність значно активізується, що також впливає на зайнятість і збільшення доходів місцевого населення. До таких організацій відносять: пункти оренди легкових автомобілів; автогосподарства, які надають автобуси для екскурсій;

таксомоторні парки; магазини; ресторани, кафе, бари тощо; фотоательє; підприємства сфери дозвілля; підприємства зв'язку.

Розвиток туризму впливає на розвиток дорожнього будівництва, яке є одним із основних факторів загального економічного розвитку країни. Капіталовкладення держави і приватних компаній у будівництво нових готелів і реставрацію існуючих, стимулюють розвиток будівельної галузі в цілому.

Важливе значення має вклад міжнародного туристичного бізнесу у розвиток харчової промисловості. Наприклад, за даними французьких національних розрахунків, витрати іноземних туристів на продукти харчування дорівнюють 9 % загальної суми доходів від іноземного туризму. Таким чином, необхідно підкреслити, що розвиток міжнародного туризму в кінцевому результаті сприяє росту і розширенню промислового виробництва в цілому, покращенню його структури і збільшенню продуктивності праці в багатьох сферах економіки. Як одна з форм міжнародних економічних відносин він набув великих масштабів і став здійснювати суттєвий вплив не тільки на сфери економіки, які з ним пов'язані, але й на політичні, економічні і культурні зв'язки між державами в цілому.

Особливе місце туристичній індустрії відводиться у створенні робочих місць. В готельному господарстві розвинених країн середній показник зайнятості становить 3 чоловіки персоналу на 10 туристів і чим вище категорія готелю, тим більше затрати праці (в готелях категорії «5 зірок» на обслуговування 1 200 гостей зайнято близько 600 чоловік персоналу). При цьому витрати на створення одного робочого місця в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших сферах економіки, що важливо для розвитку малого бізнесу, оскільки, як відомо, він володіє, у більшості випадків, обмеженими фінансовими ресурсами. Також необхідно наголосити, на тому що у розвинених країнах одне робоче місце в туристичній сфері веде до створення ще 5-8 робочих місць в інших сферах економіки.

В Україні є потужний потенціал для створення конкурентоздатної туристичної сфери, оскільки наша країна володіє різноманітним і багатим, подекуди унікальним рекреаційним потенціалом та історико-культурною спадщиною. В нашій державі існує значна кількість об'єктів, які мають світове та європейське значення та унікальний історико-інформаційний, духовно-

естетичний інтернаціональний потенціал. Практично у всіх областях України виявлено мінеральні лікувальні води різного складу. Але, нажаль, не зважаючи на багатий природо-кліматичний, культурно-історичний і національно-етнографічний ресурс, нинішній рівень розвитку туристичної сфери України важко назвати задовільним.

Візьмемо за приклад Карпатський регіон, який можна порівняти з деякими районами Швейцарських Альп. У той час весь карпатський туристичний бізнес щорічно заробляє стільки ж скільки один великий швейцарський курорт. Недостатньо використовується для залучення туристів унікальна історико-культурна спадщина західного регіону. Туристи сплачують тисячі євро, щоб провести декілька днів у замках Франції, Німеччини чи Іспанії, в той час як вітчизняні пам'ятники архітектури і музеї продовжують занепадати.

Досвід розвинених країн доводить, що гірський район може конкурувати з рівнинним в економічному відношенні насамперед завдяки розвитку індустрії відпочинку, яка у більшості випадків забезпечується підприємствами малого і середнього бізнесу. Інші сфери при цьому відіграють роль доповнюючи, дозволяючи розширити сферу прикладання праці, використовувати поряд з рекреаційним інші види природних ресурсів – лісові й окремі мінерально-сировинні, переробні тощо.

В цілому рекреаційний комплекс нашої країни слабо орієнтований на різні соціальні групи населення з диференційованими доходами: багаті люди потребують значно вищого сервісу і різноманіття послуг; водночас малозабезпечене населення не в змозі сплатити встановлений мінімум послуг, оскільки ціна суттєво завищена.

Отже, на сучасному етапі розвитку світового господарства туризм перетворився в унікальну потужну світову індустрію і став відігравати важливу роль в житті багатьох людей. В Україні є всі необхідні передумови для створення власного конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, який міг би максимально задовольнити туристичні потреби громадян, при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного доквілля. Тому стратегічним завданням має стати розвиток туристичної індустрії, як високоприбуткової сфери, яка сприятиме зміцненню економіки, наповненню державного бюджету, зростанню добробуту громадян, а отже – формуванню потужного середнього класу в Україні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Огляд туристичної галузі в Україні та напрямки її розвитку. – Київ : Експертно-аналітичний центр «СОЦІУМ», 2015.
2. Фліссак А. Досвід розвитку ринку туристичних послуг ФРН і можливості його використання в Україні / А. Фліссак, К. Фліссак // Вісник ТАНГ. – 2015. – № 5–2.
3. Долішній М. Місце рекреаційно-туристичного комплексу в розвитку сфери послуг і формування ринку праці України / М. Долішній, О. Гулич // Вісник ТАНГ. – 2015. – № 5–2.

ОФОРМЛЕННЯ ОФІСУ ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ

О. Д. Тимінська, спеціальність Міжнародний туризм, студентка групи МТЕ-116

С. В. Никоненко, к. е. н., доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу – науковий керівник Національний університет «Запорізька політехніка»

Подальший динамічний розвиток туристичної індустрії зумовлює необхідність дослідження залежності фінансової успішності компанії від інших змінних, наприклад, таких як офіс компанії та принципи його оформлення.

Знайти добре місце для розташування офісу є тільки половиною справи. Переважно багато туристичних офісів здійснюють помилку на етапі оформлення офісу. Припустімо, що перед входом в офіс висить табличка з назвою туристичного агентства, усередині стоять кілька канцелярських столів з комп'ютерами, на стінах – два-три плакати з рекламою відомих туроператорів, і більше там практично нічого немає. Створюється враження, що про оформлення приміщення серйозно ніхто не замислюється. Точніше, багато хто просто не розуміє, що правильно оформлений офіс – це не тільки гарний інтер'єр, а реальний спосіб збільшити продажі і, відповідно, прибуток.

Пропонується ще декілька рекомендацій щодо оформлення офісу турагентства:

1) на зовнішній табличці обов'язково повинно бути словосполучення «Туристичне агентство». Головне, щоб клієнти зразу зрозуміли, яким видом діяльності займається дана компанія. На табличці варто вказати дні та час роботи;

2) люди бувають різні, серед них зустрічаються і дуже сором'язливі. Якщо є можливість тримати двері злегка відкри-

тими, це збільшить потік туристів. Двері можна використовувати як рекламний майданчик. Чим більше на ній буде інформації про турах та інші послуги, які надаються, тим краще;

3) опинившись усередині, клієнт повинен відразу зрозуміти, що він у туристичному офісі. Треба створити таке враження красивими пейзажами, видами країн і міст, але це повинно відповідати вашій тематиці. Не варто прикрашати офіс плакатами з видами Гренландії, якщо продаєте тури тільки до Туреччини і Єгипту;

4) покажіть клієнтам професіоналізм команди. Усі дипломи, грамоти та сертифікати, які коли-небудь отримували агентство або менеджери, повинні висіти в офісі, а не зберігатися вдома в сімейних архівах. Важливо вивісити підтвердження того, що ви є учасником різноманітних туристичних спілок і товариств. Участь у подібних суспільствах, як правило, ні до чого не зобов'язує, а зайвий сертифікат з печаткою тільки додасть солідності;

5) дуже сприяють продажам позитивні відгуки про роботу агентства та менеджерів. Якщо є можливість попросити відгук у туриста, не соромтеся. Краще клієнти із задоволенням прочитають тексти, написані просто від руки;

6) якщо директор сам або менеджери відвідали будь-які країни, обов'язково розмістіть фотографії у себе в офісі. Причому крупним планом повинні бути співробітники офісу на фоні всіляких місцевих визначних пам'яток, а також готелів і міських видів. Такі знімки відразу дають зрозуміти туристу, що менеджер оперує не книжною або інтернет-інформацією, а своїм досвідом;

7) треба розмістити інформацію про додаткові послуги, які надаються туристам у офісі. Наприклад про те:

- чи приймаються до оплати кредитні карти;
- чи продаються тури в кредит;
- чи можна оформити «розширену страховку»;
- з якими туроператорами працюєте;
- чи продаються залізничні та авіаквитки;
- чи є послуга доставки документів кур'єром;
- чи можливо замовити таксі туристам, яким потрібно доїхати до аеропорту;
- чи є адреси компаній, які доглядають за домашніми тваринами, поки господарі у від'їзді.

8) дехто встановлює у своїх офісах невеликі шафки-вітрини, в яких викладено товари, що можуть знадобитися під час подорожі:

- крем від засмаги;
- путівники по країнах;
- розмовники;
- надувні подушечки під голову для використання в літаку;
- надувні круги для дітей;
- дорожні фени і праски;
- різні сумочки для квитків і документів;
- усіякі електричні перехідники для різних типів розеток...;

9) важливо, щоб логотип компанії запам'ятався. Пам'ять, як відомо, буває різна: одні люди все запам'ятовують зразу, а іншим потрібно повторити декілька разів. Можна надрукувати красиві стікери з логотипом фірми, наклеїти їх на кришки ноутбуків, розмістити навпроти кожного менеджера табличку з його ім'ям та назвою вашої компанії. Треба уважно подивитися на офіс і порахувати, скільки разів погляд клієнта буде падати на назву вашої компанії. Вішалка для верхнього одягу з логотипом фірми, чашки, в яких подається кава, запальнички, презентовані туристам, парасольки, авторучки, календарі, флешки і будь-які інші подарунки і сувеніри повинні в обов'язковому порядку нести на собі назву, логотип, номер вашого телефону й адресу сайту;

10) дуже добре, якщо в офісі буде невеликий обладнаний дитячий куток: кілька альбомів для малювання, розмальовки, фломастери, пазли, одна-дві іграшки. А якщо після придбання батьками туру дитині подарують іграшку, вона сама через півроку нагадає татові з мамою, куди їм потрібно йти. Іграшка повинна бути з логотипом.

Звісно, бути у тренді складно, якщо постійно знаходитесь тільки у своєму офісі, але із цієї ситуації є вихід. Треба регулярно відвідувати офіси знайомих, які теж займаються туризмом. Адже з часом у багатьох, хто працює в цій сфері, з'являються подібні знайомі – і ті люди, з якими вони були в спільних рекламних турах, і ті, з ким вони познайомилися на різних навчальних тренінгах у туроператорів. Рекомендується хоча б один раз на місяць здійснювати «візити ввічливості» і переймати все корисне, що буде побачене в чужих офісах.

ОСЕРЕДКИ ПИСАНКАРСТВА ЯК ПОТЕНЦІЙНІ ОБ'ЄКТИ ТУРИЗМУ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Н. В. Чир, к. геогр. н., доцент кафедри туризму факультету туризму та міжнародних комунікацій

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»;

Р. Є. Качаровський, інженер II категорії навчальної лабораторії краєзнавчих атласів кафедри фізичної географії географічного факультету, магістр географії;

З. К. Карпюк, к. геогр. н., ст. викладач кафедри фізичної географії географічного факультету;

О. В. Антипюк, інженер II категорії навчальної лабораторії краєзнавчих атласів кафедри фізичної географії географічного факультету;

І. В. Єрко, к. геогр. н., доцент кафедри туризму та готельного господарства географічного факультету

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Важливим для розвитку туризму регіону є розвиток культурних індустрій, що включає в себе повноцінне задіяння культурних ресурсів певних територій, особливо малих міст, селищ та сіл. До таких культурних індустрій із досить вагомим потенціалом відносяться види народних художніх промислів та ремесл, що визначені у ЗУ «Про народні художні промисли» [2]. Відзначаємо, що художній промисел має на меті створення майстрами, завдяки творчій та виробничій діяльності, художніх виробів декоративно-ужиткового призначення, використовуючи традиції народного мистецтва у певній місцевості. Водночас народні ремесла – різноманітні культурні техніки виготовлення сувенірних або господарських виробів із звичайних підручних матеріалів з використанням нескладних побутових інструментів.

Продукція народних промислів та ремесл є експортною продукцією, проте Україна мало використовує цей ресурс, бо він складає лише 0,14 % у експортній структурі країни [3–4]. Для України народні художні промисли – це невід’ємна складова української культури, з регіональними етнографічними рисами, зокрема Волині, що створює певну специфіку в туризмі.

Декоративно-прикладне мистецтво Волинської області дуже різноманітне за формою та змістом. Найбільш поширеними його видами є вишивка, ткацтво, писанкарство, бондарство, плетіння з соломи, різьблення по дереву, гончарство, ковальство тощо. На Волині існує багато осередків саме писанкарства [1–2; 4].

Писанкарство – розпис, декорування яєць традиційними символами за допомогою писачків, воску та барвників. З писанками і фарбованими яйцями (крашанками) пов'язано безліч звичаїв, традицій, обрядів, які виникли ще в язичницьку добу, а з прийняттям християнства задіяні в освяченні паски під час найголовнішого християнського свята – Великодня.

Різні регіони мають свої особливості писанкарства. На Волині писанку зазвичай ділять на кілька парних полів, на яких малюють вітрячки, грабельки або спіральки. Тут існує поєднання рослинних та геометричних мотивів. Дуже часто зустрічаються символи родючості, землі та води, а саме трикутнички та решіточки, хвилясті лінії. Фон писанки зазвичай вишневий або зелений, а малюнок наноситься жовтими, оранжевими, червоними, білими, рожевими чи бузковими барвами. На писанках Полісся найчастіше зображують геометричні орнаменти, симетрично розподіляючи їх на окремих полях. Часто на яєчках малюють ружі.

Писанкарство поширене переважно на півдні області і слабше на півночі у поліських районах. На півдні регіону осередки розміщені у м. Луцьк, м. Рожище Рожищенського, смт Іваничі Іваничівського, сс. Забороль, Гірка Полонка, Озеряни Луцького, сс. Печихвости, Борисковичі Горохівського, с. Затурці Локачинського районів. Основними місцями розміщення на Поліссі є сс. Колодяжне, Вівчиськ Ковельського, с. Замлиння Любомльського, смт Маневичі, с. Годомичі Маневецького, с. Тростянець Ківерцівського районів.

Туристам цікавим є не лише сам процес писанкарства, організація майстер-класів із виготовлення писанок, але й багата палітра сувенірної продукції. Саме писанка різних територій формує уяву про ці землі, тобто є репрезентативним елементом, сприяючи її популярності. Місцевій владі слід звернути увагу на процес сприяння розвитку створення сувенірної продукції з автентичними елементами регіону, що дозволить розробити бренд регіону чи міста. Зацікавленість туристів писанкарством сприяє збереженню традиційної культури та збільшує кількість потенційних відвідувачів, які цікавляться етнічним туризмом.

Актуальним є посилення рекламно-інформаційних заходів популяризації писанкарства. На жаль, Волинь не відзначається ефективною та системною роботою в цьому напрямку. Осередки писанкарства краю мало відомі навіть на регіональному туристичному ринку.

тичному ринку, не кажучи вже про Україну і світ, на противагу музею «Писанка» у м. Коломиї Івано-Франківської області, що є гальмує розвиток культурного туризму.

Популяризуючи писанкарство як елемент галузі туризму, слід: створити реєстр майстрів писанкарства в межах регіону; удосконалити наявну карту з розміщенням осередків; розробити програму популяризації писанкарства на рівні шкіл та науково-методичних центрів культури, створення бази місць торгівлі; розглянути можливість створення науково-дослідної установи – музею писанки Волиніорганізувати рекламно-інформаційну кампанію по пуляризації волинського писанкарства в Україні та за кордоном. Все сприятиме позитивним змінам у формуванні іміджу регіону та збільшенні потоку потенційних туристів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Атлас історії культури Волинської області / відп. ред. Ф. В. Зузук. – Луцьк : Ред.-вид. від. «Вежа» Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2008. – 112 с.
2. Закон України «Про народні художні промисли» від 21.06.2001 року № 2547-III // Відом. ВРУ (ВВР), 2001, № 41, ст. 199.
3. Мікула Н. Кастери народних промислів у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності регіону [Електронний ресурс] / Н. Мікула, О. Данацко. – Режим доступу: http://ierjournal.com/journals/12-13/2010_9_Mikula.pdf. – Назва з екрана.
4. Лозко Г. С. Види народних ремесел та художніх промислів / Г. С. Лозко // Українське народознавство. – Київ, 1995. – С. 269.

ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ФІЗИЧНОМУ ВИХОВАННІ

*Н. В. Азарова, спеціаліст вищої категорії, викладач-методист;
Т. П. Циферова, спеціаліст вищої категорії
Харківський державний автомобільно-дорожній коледж*

Сьогодні існує соціальна потреба суспільства у створенні великомасштабного спортивно-оздоровчого руху. Він повинен бути спрямований на формування здорового способу життя студентів, підлітків із залученням до нього дорослого населення. І важливу роль у цьому повинна зіграти робота викладачів фізичної культури.

Це означає, що перед викладачем фізичного виховання постають такі основні завдання: зміцнювати здоров'я студентів і сприяти формуванню свідомого ставлення до здоров'я як найвищої соціальної цінності; впроваджувати різнобічні методичні підходи у фізичному вихованні; здійснювати моніторинг стану здоров'я студентів і рівня їхнього фізичного розвитку; проводити оцінку фізичної підготовленості з урахуванням діапазону реальних можливостей студентів; застосовувати здоров'язберігаючі технології та особистісно-орієнтований підхід до навчання і виховання з метою підвищення інтересу до занять фізичної культури.

Для успішної реалізації цих завдань необхідно впроваджувати інноваційні технології на заняттях фізичної культури. В нашій цикловій комісії опрацьовані і впроваджуються такі варіанти інтерактивних технологій на заняттях фізичного виховання:

– інтерактивні технології кооперативного навчання (групового). Парна й групова робота організовується як на заняттях засвоєння, так і на заняттях застосування знань, умінь та навичок. Це може відбуватися одразу ж після викладу викладачем нового матеріалу на початку нового заняття, на спеціальному занятті, присвяченому застосуванню знань, умінь та навичок, або бути частиною повторювально-узагальнюючого заняття;

– «Робота в парах, трійках». Технологія особливо ефективна на початкових етапах навчання студентів. Її можна використо-

увати для засвоєння, закріплення, перевірки знань, умінь тощо. Використання такого виду співпраці доречно при удосконаленні прийомів передачі м'яча в спортивних іграх. Ця технологія дозволяє оцінити один одного; страхувати, допомагати та виправляти помилки при виконанні вправ; ускладнювати чи полегшувати умови виконання (наприклад, змінюючи місце);

– «Робота в малих групах». Робота в малих групах використовується, коли завдання вимагає спільної, а не індивідуальної роботи, розуму. При цьому необхідно об'єднати студентів у групи (команди) так, щоб усі члени груп бачили один одного; запропонувати їм завдання, які вони будуть виконувати групою;

– «Коло ідей» (колова система). Вирішення проблеми здійснюється шляхом організації «станцій» з залученням усіх студентів до кожного виду роботи на відповідній «станції». Технологія застосовується у випадку, коли всі групи мають виконувати одночасно різне завдання, чи навпаки одне й те саме завдання, але представляти його по черзі. Коло ідей доцільно застосовувати: у підготовчій частині заняття для розминки по схемі «колове» тренування; в інтерактивній вправі (в основній частині заняття), де будуть організовані «станції» з гімнастики, легкої атлетики, спортивних ігор; як варіант можуть подаватись по колу результати групової та індивідуальної роботи.

Ця технологія в умовах жорсткого ліміту навчального часу дає змогу індивідуалізувати навантаження кожного студента з урахуванням досягнутого ними рівня фізичного розвитку, привчає до самостійної, творчої участі в засвоєнні навчальної програми. При цьому ефективно використовується весь арсенал стандартного й нестандартного обладнання, встановленого як у спортивному залі, так і на спортивному майданчику.

Отже, оздоровча спрямованість фізичного виховання у поєднанні з інноваційними технологіями дасть змогу досягти очікуваного результату, а саме виховати сформовану, гармонійно розвинуту, конкурентноспроможну особистість, здатну до самореалізації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дикий О. Ю. Актуальні проблеми профільного навчання за спортивним напрямом старшокласників / О. Ю. Дикий // Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві : зб. наук. пр. – 2015. – № 3 (31). – С. 65–68.

2. Москаленко Н. Інноваційна діяльність у фізичному вихованні загальноосвітніх навчальних закладів / Н. Москаленко // Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві : зб. наук. пр. – 2015. – № 4 (32). – С. 35–38.
3. Твеліна А. О. Соціально-педагогічні передумови використання засобів оздоровчого фітнесу в системі підготовки майбутніх вчителів фізичної культури / А. О. Твеліна // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Шевченка. Серія: Педагогічні науки; фізичне виховання та спорт. – 2014. – № 118 (2). – С. 232–236.
4. Шаповаленко В. І. Інтеграція інноваційних елементів та інтерактивних технологій в освітній процес фізичного виховання / В. І. Шаповаленко, С. В. Гаркуша // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Шевченка. – 2013. – № 112 (2). – С. 304–308.
5. Школа О. М. Використання інноваційних технологій в процесі навчання студентів та організації змагань з різних видів спорту / О. М. Школа, О. І. Грищенко, Л. К. Грищенко // Scientific Journal «ScienceRise». Серія: Педагогічні науки. – 2014. – № 3 (1). – № 59–63.

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ВИХОВАННЯ ВОЛІ СТУДЕНТІВ НА ЗАНЯТТЯХ ІЗ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ

*Н. М. Ахтирська, ст. викладач кафедри фізичного виховання;
Н. О. Симоненко, ст. викладач кафедри фізичного виховання
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»*

За результатами аналізу літератури можна припустити, що спрямованість педагогічних впливів при формуванні вольових якостей у студентів у процесі занять фізичною культурою має передбачати вирішення таких основних завдань:

- формування позитивної стійкої мотивації до навчально-фізкультурної і спортивної діяльності;
- формування свідомого прагнення до самовдосконалення у процесі занять фізичними вправами;
- формування здатності самоконтролю і самооцінки при виконанні фізичних вправ.

При цьому визначне значення для формування вольових якостей, на нашу думку, має успішне вирішення перших двох

завдань, а саме: формування позитивної мотивації і забезпечення в навчальному процесі систематичного і поступового підвищення труднощів. Можливість формування стійкої мотиваційної установки на навчально-фізкультурну та спортивну діяльність ми схильні співвідносити з таким поняттям, як мотивація самовдосконалення.

Людині властиве прагнення до самовдосконалення. Самовдосконалення є найважливішим шляхом формування себе як особистості, розвитку своїх здібностей, набуття знань, умінь. Підходи викладача до студентів можуть бути різними залежно від того, яка їм притаманна самооцінка. У разі заниженої самооцінки можна використовувати такі прийоми:

- періодично «організовувати успіхи» студента;
- уникати критики й осуду в разі неуспіху в досягненні проміжних результатів;

У разі завищеної самооцінки слід використовувати інші прийоми:

- періодично «організовувати невдачі» (наприклад, влаштувати змагання із сильнішим суперником);
- строго оцінювати досягнення позитивного результату;

Тільки у процесі самої навчальної діяльності формуються навчально-пізнавальні мотиви. Основними факторами, які впливають на формування позитивної стійкої мотивації до навчальної діяльності, є:

- зміст навчального матеріалу;
- стиль педагогічної діяльності викладача.

Мотивація навчально-фізкультурної діяльності впливає з різних потреб: *потреба руху, потреба виконання обов'язків і потреба спортивної діяльності*. Потреба руху є базовою, вродженою потребою людини. У частини студентів мотив обов'язковості стосовно відвідування занять із фізичного виховання відсутній, вони часто їх пропускають, а багато хто йде у спортивні секції, самостійно вибираючи вид занять.

Психологічними (суб'єктивними) причинами пропускання занять із фізкультури можна вважати брак цікавості до занять у зв'язку з тим, що вони не задовольняють потребу і схильностей студентів.

На силу мотиву можуть впливати похвала чи осуд, змагання з іншими, зачеплене самолюбство, проблемність і загадковість

завдання, що стоїть перед людиною, привабливість об'єкта тощо. До числа найбільш значущих стимулювальних факторів можна віднести змагання. Здавна змагання широко застосовували в педагогіці для збільшення сили мотиву навчання.

Вплив присутності інших людей може мати як стимулювальну, так і пригнічувальну дію. Ще В. М. Бехтерев відзначав наявність трьох типів людей: *соціально збудливі*, *соціально гальмовані* і *соціально індиферентні*. Є. П. Ільїн у зв'язку з цим відзначає, що існує «ефект аудиторії», який має на мотиви людей як стимулювальний, так і гальмівний вплив. Значний вплив на силу мотиву і на його стійкість має успішність діяльності людини. Оцінка успіху або невдачі самою людиною завжди суб'єктивна. Вона визначається наявним у людини рівнем претензій, порівнянням свого досягнення з досягненнями інших і т. д. Тому те, що для однієї людини є успіхом, інша може розцінити як невдачу.

Ураховуючи вищевикладене, слід підкреслити, що для формування вольових якостей у студентів у процесі занять фізичною культурою моделювання виховних ситуацій слід здійснювати з урахуванням:

- особливостей вікового розвитку;
- індивідуального рівня фізичної підготовленості;
- готовності до свідомого сприйняття запропонованих завдань і долання труднощів, пов'язаних із їх виконанням.

Сучасний навчально-виховний процес здебільшого орієнтований на розумовий розвиток підростаючої особистості, виховання ж волі у ньому недооцінюється. Спостереження показують, що на заняттях фізичного виховання вивчення рухів, функціональне навантаження також недостатньо узгоджуються з вирішенням виховних завдань.

Воля – це психічний механізм діяльності, підпорядкованої отриманню віддаленого результату, до того ж нерідко ймовірного. Воля може розвиватися тільки в ході складної, спрямованої на майбутнє діяльності, шляхом подолання перешкод.

Особливе значення для формування вольових якостей має успішне вирішення перших двох завдань, а саме: формування позитивної мотивації і забезпечення в навчальному процесі систематичного і поступового підвищення труднощів.

Обов'язковою умовою успішного формування вольових якостей у студентів у процесі занять фізичними вправами є вибір адекватних тренувальних засобів і методів фізичної підготовки, що забезпечує швидкий та суттєвий приріст фізичних якостей, збільшує інтерес студентів до занять, а також у цілому сприяє вихованню особистості, спроможної до подальшої життєвої та професійної діяльності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Артюшенко А. Вольові якості школярів і методики їх оцінки / А. Артюшенко // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту : зб. наук. пр. / під ред. С. С. Єрмакова. – Харків : ХХІІІ, 2001. – № 18. – С. 31–35.
2. Артюшенко А. Вольові і фізичні якості школярів / А. Артюшенко // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту : зб. наук. пр. / під ред. С. С. Єрмакова. – Харків : ХХІІІ, 2001. – № 19. – С. 21–25.
3. Бех І. Д. Від волі до особистості / І. Д. Бех. – Київ, 1995. – 202 с.

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ МАСТЕРСТВО В ВОЛЕЙБОЛЕ: ЧТОБЫ МЯЧ НЕ КОСНУЛСЯ ПОЛА

И. А. Васецкий, ст. преподаватель кафедры физического воспитания

Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»

Соперник принял вашу подачу и сделал точные пас и пас-связку. Нападающий оттолкнулся от пола в высоком прыжке и готов атаковать. Вы расположились в позиции защитника в стороне от рук блокирующего, предчувствуя сильный атакующий удар и надеясь, что марка мяча не отпечатается на вашем лбу. Мяч пробит мимо блока прямо на вас. Вы образуете площадь из предплечий для приема мяча и отбиваете его своему связующему. Теперь ваша команда готова увенчать «переход» своей атакой.

Прием атаки соперника может быть выполнен одной или двумя руками. Однако прием одной рукой следует применять только в крайнем случае. Принимая двумя руками, вы получаете

гораздо больший контроль над мячом и способность направить его в нужную точку. Многие считают атакующий удар самой захватывающей стороной волейбола, но именно прием наиболее притягателен для болельщика. Встреча, в которой две равных по силе команды непрерывно принимают атакующие удары соперника, приводит к долгим розыгрышам мяча и, естественно, захватывает зрителя.

Непременным элементом успешного приема является прочтение атаки соперника с целью разгадать направление предстоящего удара или скидки. Мяч после сильного атакующего удара летит так быстро, что достигает площадки менее чем за полсекунды. Еще до того как атакующий удар будет выполнен, вы должны занять верную оборонительную позицию, чтобы отбить мяч, так как после удара по мячу времени на перемещение не остается.

Два дополнительных навыка, необходимых для индивидуальной защиты, – это кувырок и подъем мяча в падении. Кувырок более предпочтителен, так как позволяет встать на ноги быстрее, нежели после падения. Кувырок используют, чтобы принять исходное положение, когда тело касается пола после приема мяча. Он подобен кувырку вперед и выполняется таким образом, чтобы мягкие части тела смягчили ваш контакт с полом. Кувырок не является способом приема подачи, но служит скорее способом принять исходное положение.

Подъем мяча в падении – это современная техника защиты, возникшая, вероятно, по причине того, что игрокам не хватает силы для выполнения «нырка». Игрокам женских команд в большинстве случаев удобнее выполнить этот прием. Он используется главным образом для того, чтобы отбить мяч перед собой, но вы также можете применять его, отбивая мячи в любую сторону. Подобно другим техническим приемам защиты, падение используется, когда нужно преодолеть внушительное расстояние, чтобы отбить мяч. Наиболее часто падение используется для приема атакующих мячей.

Есть несколько различных способов выполнения кувырка в волейболе. В настоящее время считают, что значение имеет сам метод кувырка, а положение тела, из которого он выполняется. Первостепенная задача для успешного осуществления кувырка –

подобраться к мячу как можно ближе, дать ему опуститься и принять достаточно близко к полу – так, чтобы соприкосновение вашего тела с полом не произошло после падения с большой высоты.

Самый распространенный метод кувырка следующий: дайте мячу опуститься до высоты около 30 см от пола и после этого выбейте его высоко в воздух. Коснитесь пола голенями и бедрами, сделайте кувырок, затем встаньте на ноги. Вы должны быть готовы к кувырку в любую сторону. Определитесь, какие способы кувырка вам удобны.

Прием предплечьями – единственный прием, который можно успешно использовать для отражения атакующего удара. В непредвиденных ситуациях игроки используют другие приемы, но, как правило, – с ограниченным эффектом. Надежный прием не только обладает огромной привлекательностью для зрителей, но также обескураживает нападающих. Если атака последовательно принимается, атакующие игроки начинают чувствовать, что должны изменить тактику нападения, приводящую к частым ошибкам.

Научившись принимать мяч с применением разнообразных индивидуальных приемов защитника, вы готовы тренировать переход от защиты к нападению, используя прием предплечьями в качестве первого контакта с мячом. Переходная стадия имеет большое значение. Если ваша команда не может отразить атаку противника, преобразуя ее в собственную атаку, вы будете постоянно возвращать свободные мячи сопернику. Свободный мяч легко превратить в атаку; следовательно, ваша команда постоянно будет обороняться.

Список использованных информационных источников

1. Бертуцчи Б. Книга волейбольных тренировок: индивидуальное мастерство / Б. Бертуцчи, Дж. Патерсон. – Индианаполис : Мастерс Пресс, 1992.
2. Макгаун К. Наука обучения волейболу / К. Макгаун. – Чемпейн, Иллинойс : Хьюман Кайнетикс, 1994.
3. Айрильянс А. Г. Волейбол : учебник для институтов физической культуры / А. Г. Айрильянс. – Москва : Физкультура и спорт, 1976.

ANDROID-ПРИЛОЖЕНИЕ «ДНЕВНИК ТРЕНЕРА»

Г. В. Козлов; А. С. Трубчик, студенты группы G-41

Т. А. Заяц, ст. преподаватель – научный руководитель

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», г. Гомель, Республика Беларусь

Ведение дневника тренировок является неотъемлемой частью учета занятий в спортивном зале и определения их эффективности.

Главная функция разработанного программного приложения для смартфонов «Дневник тренера» («Trainer's diary») – максимально комфортный интерфейс внесения информации по активности в спортивном зале. Дневник поделён на страницы, каждая из которых описывает конкретный тренировочный день, где представлен список всех выполненных упражнений со всеми подходами и заметками об их выполнении.

Приложение является своего рода новацией: изучены недостатки и преимущества аналогов, в ходе которых была определена главная проблема – интерфейс. В каждом приложении с аналогичной направленностью, которые исследовались и тестировались, главной проблемой становился запутанный интерфейс с большим количеством непонятных кнопок, на выяснение функций которых требовались значительные затраты времени. Следует отметить еще один недостаток программ-аналогов – перенасыщение приложений различными ненужными функциями. Так, например, в дневнике для тренировок можно наблюдать калькуляторы калорий, выбор веса «блинов» на грифе штанги, ввод совершенно ненужных данных, который отнимают значительную часть времени и внимания пользователя.

Безусловно, интерфейс – это та часть приложения, с которой пользователь проводит 90 % своего времени и в том случае, если графические элементы будут слишком усложнены, он удалит данное приложение и не захочет больше его использовать. В приложении «Дневник тренера» оставлен лишь основной функционал (только самое главное): запись тренировок и наблюдение за их эффективностью: планирование, учёт, статистика и построение графиков. Никаких лишних калькуляторов калорий и прочих пунктов, усложняющих программу.

Итак, перейдем к самому главному – голосовому вводу. Как бы не был важен интерфейс, наиболее важный момент в записи

тренировок – скорость внесения данных, минимизация времени работы с приложением в перерывах от выполнения упражнений. Сам по себе голосовой ввод на сегодняшний день – это удобная функция, которая с каждым днём становится всё более популярной в среде пользователей смартфонов. В качестве программного средства для распознавания человеческой речи используется библиотека CMU Sphinx. Таким образом, работая с приложением пользователь может внести данные о ходе выполнения упражнений во время тренировки с клавиатуры или же при помощи голосового ввода.

Разработка «Дневника тренера» выполнена на языке Java в инструментальной среде разработки Android Studio в комплексе со вспомогательными библиотеками. Использование Material Design позволило разработать комфортный, приятный глазу дизайн приложения. Для удовлетворения потребностей пользователей в настройках приложения можно подобрать светлую и темную темы дизайна с разными цветовыми схемами на выбор.

Android-приложению «Trainer's diary» будет надежным помощником в работе как начинающим тренерам, так и опытным спортивным тренерам. На выбор будут предоставлены не только стандартные программы тренировок, но и программы, составляющиеся специально для конкретного пользователя на основе ранее внесённых результатов тренировок. Если пользователя не устраивают стандартные программы, перечисленные в справочнике, в приложении имеется возможность составить произвольную тренировочную программу.

Наличие систем статистической обработки данных и наглядного представления результатов тренировочного процесса в виде диаграмм и графиков помогает тренеру понять слабые и сильные стороны тренирующихся, произвести корректировку плана дальнейших тренировок. Кроме того, анализ результатов тренировок делает процесс посещения спортивного зала более осмысленным и интересным.

Если рассматривать вопрос «монетизации» проекта, то его окупаемость возможна при организации продаж полной версии программы. Пробная (бесплатная) версия программы доступна с ограниченным функционалом. Так, например, вывод графиков и использование режима «Программы тренировок» доступны исключительно в полной версии программы.

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ОСВІТИ

О. І. Кононенко, викладач фізичного виховання, викладач першої категорії;

В. В. Остренко, викладач фізичного виховання, викладач першої категорії;

М. М. Смірнов, викладач фізичного виховання, викладач першої категорії

Харківський державний автомобільно-дорожній коледж

Основна мета курсу фізичного виховання у коледжі є формування морфологічної та функціональної досконалості організму студента через набуття вмінь, навичок і знань та розвиток фізичних, морально-вольових якостей і здорового способу життя з допомогою фізичних вправ і фізкультурно-оздоровчих заходів.

Зміцнення здоров'я та хороший фізичний розвиток завжди були і залишаються потребою підростаючого покоління. Із розвитком суспільства і технічного прогресу актуальність фізичного виховання студентів увесь час зростає. Успішне вирішення завдань фізичного виховання знаходиться в прямій залежності від добору засобів для їх вирішення. Арсенал фізичних вправ дуже великий і до того ж увесь час розвивається. Вдало підібрані вправи допомагають ефективніше вирішувати багато завдань не лише фізичного виховання студентів технікумів та коледжів, а й інших ланцюгів системи фізичного виховання.

Новий час диктує більш високі вимоги до біологічних та соціальних можливостей людини, тому необхідний перехід до масових форм фізкультурно-оздоровчої та спортивної роботи серед студентів. Масові оздоровчі, фізкультурні та спортивні заходи передбачають широке заохочення студентської молоді до регулярних занять фізичною культурою і спортом, зміцнення здоров'я, вдосконалення фізичної і спортивної підготовленості студентів.

На початку навчального року викладачі знайомлять студентів з програмами по фізичній підготовці, контрольними нормативами, обов'язками, які випливають з програми по фізичному вихованню вищого навчального закладу:

- системно відвідувати заняття по фізичному вихованню в дні і години передбачені навчальним розкладом;
- підвищувати свою фізичну підготовку та спортивну майстерність;

- виконувати контрольні вправи і здавати заліки по фізичному вихованню у встановлений строк;
- приходити медичний огляд в назначений час;
- мати спортивний костюм, взуття, що відповідає характеру занять;
- читати літературу о спорті.

Практика проказує, що в сучасних умовах існує невідповідність між розумовою і фізичною діяльністю студентів, оскільки на предмет «фізичне виховання» за навчальним планом відводиться чотири-дві години на тиждень, а на даний час оптимальний руховий режим студентів повинен бути в об'ємі 8-10 годин на тиждень.

Тому одним з найбільших ефективних шляхів боротьби проти обмеженої фізичної активності (гіподинамії) – це навчити студентів самостійно займатися фізичними вправами, виховувати в них потребу в таких заняттях.

Самостійні заняття фізичною культурою і спортом доповнюють навчальні заняття і надають процесу фізичного виховання безперервний характер, забезпечуючи ефективність всієї системи фізичного виховання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Баранов В. М. Гимнастика для людей умственного труда / В. М. Баранов, В. Б. Спектров. – Київ : 1979. – 113 с.
2. Каюров В. С. Книга учителя физической культуры / В. С. Каюров. – Москва : Физкультура и спорт, 1973.
3. Большевич В. К. Физическая культура для всех и каждого / В. К. Большевич. – Москва, 1988.

ДОСТУПНІСТЬ ТА НЕПЕРЕВНІСТЬ САМОСТІЙНИХ ЗАНЯТЬ З ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ВПРОДОВЖ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

В. А. Крафт, ст. викладач кафедри фізичного виховання;
Н. А. Новицька, завідувач кафедри, ст. викладач кафедри
 фізичного виховання
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Цілі й завдання самостійних занять. Залучення студентської молоді до фізичної культури – важливий доданок у фор-

муванні здорового способу життя. Поряд з широким розвитком і подальшим вдосконаленням організованих форм занять фізичною культурою, вирішальне значення мають самостійні заняття фізичними вправами. Сучасні складні умови життя диктують більш високі вимоги до біологічних і соціальних можливостей людини.

Всебічний розвиток фізичних здібностей людей за допомогою організованої рухової активності (фізичного тренування) допомагає зосередити усі внутрішні ресурси організму на досягненні поставленої мети, підвищує працездатність, змінює здоров'я. М'язи становлять 40–45 % маси тіла людини. За час еволюційного розвитку функція м'язового руху підпорядкувала собі будову, функції і всю життєдіяльність інших органів, систем організму, тому він дуже чуйно реагує як на зниження рухової активності, так і на важкі, непосильні фізичні навантаження.

Систематичне, відповідне статі, віку і стану здоров'я, використання фізичних навантажень, один з обов'язкових факторів здорового режиму життя.

Після визначення мети підбираються напрямок використання засобів фізичної культури, а також форми самостійних занять фізичними вправами.

Принципи організації самостійних занять. Перш ніж почати самостійні заняття фізичними вправами, як і подальший стан свого здоров'я, фізичного розвитку і визначите рівень фізичної підготовленості. Тренування обов'язково починайте з розминки, а по завершенні використовуйте відновлюючі процедури (масаж, теплий душ, ванна, сауна). Пам'ятайте, що ефективність тренування буде найбільш високою, якщо ви будете використовувати фізичні вправи разом з дотриманням гігієнічних умов та режиму для правильного харчування.

Намагайтеся дотримуватися фізіологічних принципів тренування: поступове збільшення труднощі вправ, обсягу й інтенсивності фізичних навантажень, правильне чергування навантажень і відпочинку між вправами з урахуванням вашої тренуваності і переносимості навантаження.

Пам'ятайте, що результати тренувань залежать від їх регулярності, так як великі перерви (4–5 днів і більше) між заняттями знижують ефект попередніх занять.

Не прагніть до досягнення високих результатів у найкоротші терміни. Поспіх може призвести до перевантаження організму і перевтоми. Фізичні навантаження повинні відповідати вашим можливостям, тому їх складність підвищуйте поступово, контролюючи реакцію організму на них.

Складаючи план тренування, включайте вправи для розвитку всіх рухових якостей (швидкості, сили, гнучкості, витривалості, швидко-силових і координаційних якостей). Це дозволяє вам досягти успіхів в обраному виді спорту.

Якщо ви відчули втому, то на наступних тренуваннях навантаження треба зменшити. Якщо ви відчули нездужання чи якість відхилення у стані здоров'я, перевтому, припиніть тренування, порадьтеся з викладачем фізичної культури або лікарем. Намагайтеся проводити тренування на свіжому повітрі, залучайте до тренувань своїх друзів, членів сім'ї, родичів, братів і сестер.

Список використаних інформаційних джерел

1. Орешкин Ю. А. К здоровью через физкультуру / Ю. А. Орешкин. – Москва : Медицина, 1990.
2. Ильинич В. И. Физическая культура студента / В. И. Ильинич. – Москва : Изд. «Гардарики», 2000.
3. Мильнер Е. Г. Формула жизни / Е. Г. Мильнер. – Москва : Физкультура и спорт, 1991.
4. Гуреев Н. В. Активный отдых / Н. В. Гуреев. – Москва, 1991.

ВПЛИВ ЗАНЯТЬ ФІЗИЧНОЮ КУЛЬТУРОЮ І СПОРТОМ НА РІВЕНЬ ФІЗИЧНОЇ ПІДГОТОВЛЕНОСТІ СТУДЕНТІВ

*І. В. Тетянченко, викладач, голова ЦК «Фізичного виховання та захисту Вітчизни»
Харківський державний автотранспортний коледж*

У матеріалах статті ми доведемо значення занять фізичною культурою і спортом у формуванні здорового способу життя, розвитку фізичних якостей та простежимо динаміку рівня фізичної підготовленості студентів Харківського державного автотранспортного коледжу.

Вступивши до коледжу, студент опиняється у нових соціальних і психологічних умовах. Навчання завжди пов'язане з емо-

ційними стресами під час подолання важких навчальних ситуацій. Нові умови життя, нові знайомства, велика кількість учебової інформації. Особливо перевантаження відчувають першокурсники. Вчорашній школяр, стаючи студентом, потрапляє до незвичайних для нього умов активної навчальної діяльності. Успішна адаптація студентів до нових умов навчання можлива лише при їх орієнтуванні на ведення здорового способу життя. Вважається, що обсяг фізичної активності студента є 8–10 годин на тиждень. Таке фізичне навантаження вважається нормою і запобігає фізичній деградації студента. Низький рівень активності, на думку вчених, веде до гіподинамії, на яку страждає 80 % суспільства. Гіподинамія призводить до патологічних змін обміну речовин, зниження активності ферментів, деструктивних змін у клітинах і взагалі негативно впливає на роботу всіх органів та систем організму. Заняття фізичними вправами мають особливе значення для студентів і здійснюються під час проведення дисципліни «фізична культура». Також фізичну культуру слід розглядати як особливий рід діяльності, результати якої корисні для суспільства і людини.

Фізичне виховання – невід’ємна частина навчально-виховного процесу. При розробці норм для фізичної культури і спорту, перш за все, повинна бути поставлена мета зміцнення здоров’я, а потім – досягнення спортивного результату.

Одним з головних критеріїв оцінки фізичного виховання у коледжі є динаміка рівня фізичної підготовленості студентів, простежити за якою можна за допомогою прийому одних і тих же контрольних нормативів. У ЗВО (I-II рівня акредитації) дисципліна «Фізична культура» представлена в якості обов’язкового предмета і важливого елемента цілісного розвитку особистості. Мною було проведено дослідження показників контрольних нормативів 63-х студентів Харківського державного автотранспортного коледжу – юнаків та дівчат віком від 15 до 17 років. Так, на першому курсі коледжу тільки 35 студентів склали норматив з підтягування, норматив з човникового бігу 4×9 змогли скласти тільки 45 студентів, стрибок у довжину – 31, дистанцію 100 м подолав лише 41 студент. Проаналізувавши дані контрольних нормативів тих же самих студентів, які вже навчаються на третьому курсі коледжу і систематично відві-

дують заняття фізичного виховання, можна зробити висновки, що покращився не тільки результат нормативів, але і оцінка з фізичного виховання. Так, на третьому курсі тіж самі студенти, склали нормативи з підтягування – 57 опитаних, човниковий біг 4×9 склали 60 студентів, стрибок у довжину змогли скласти на хорошу оцінку 55 студентів, норматив з бігу на 100 м – склали майже всі.

На порівняльній діаграмі (рис. 1) представлено відсоткове співвідношення виконання контрольних нормативів студентів на I курсі та відповідно на 3 курсі, де:

- 1) підтягування;
- 2) човниковий біг;
- 3) стрибок у довжину;
- 4) біг 100 м.

У нашому коледжі кожен студент повинен систематично відвідувати навчальні заняття в дні та години, передбачені навчальним розкладом.

Для більш активного залучення студентів до занять фізичним вихованням в нашому коледжі функціонує тренажерний зал, що включає 17 різних тренажерів, штанги, гирі, є хороша матеріальна база: спортивний інвентар (м'ячі, гантелі, скакалки, мати), а також працюють такі секції, як волейбол, баскетбол, футбол, настільний теніс, шахи. Активна участь в масових оздоровчих фізкультурних і спортивних заходах також є невід'ємною частиною навчального процесу і на міжвузівському рівні. У міжвузівських змаганнях беруть участь найсильніші студенти-спортсмени. Цим і визначається рівень спортивної підготовленості студентів кожного коледжу. Другий рік наша студентська команда займає перші місця в щорічних обласних спортивних змаганнях ЗВО (I–II рівня акредитації) нашого міста, які складаються з 8–10 спортивних змагань:

- з баскетболу – команда юнаків і дівчат;
- з волейболу – команда юнаків і дівчат;
- команда гравців з настільного тенісу;
- команда юнаків з міні футболу;
- команда студентів з легкої атлетики;
- команда студентів з шахів.

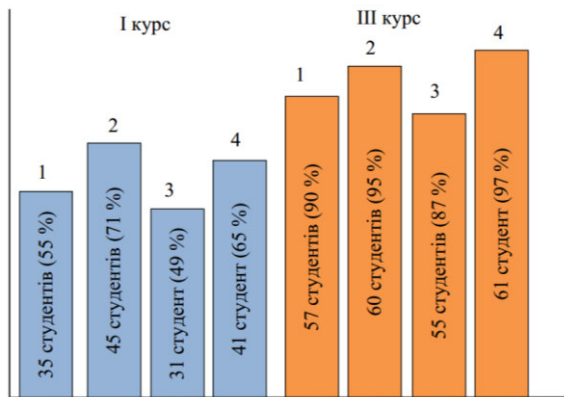


Рисунок 1 – Аналіз виконання контрольних нормативів студентами I курсу (2017 рік) та III курсу (2019 рік)

Комплексне використання всіх форм фізичного виховання повинне забезпечити включення фізкультури в життя студентів.

Сьогодні гасло «Фізична культура – запорука здоров'я» вже недостатньо актуальне. Заняття фізкультурою і спортом повинні стати запорукою соціального і творчого довголіття. Систематичні заняття фізичною культурою і спортом – це:

- молодість, яка не залежить від паспортного віку;
- довголіття, яке супроводжує творчий трудовий підйом;
- здоров'я;
- і нарешті – найбільше джерело краси.

Висновки: звернути увагу фахівців до проблеми фізичного виховання у ЗВО, збільшити кількість занять фіз.виховання, кількість позаурочних заходів для студентів, заохочувати молодих фахівців до роботи викладачами у ЗВО I–II рівня акредитації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Андріанов Т. В. Система роботи з формування культури здорового способу життя студентської молоді / Т. В. Андріанов // Фізична культура, спорт і здоров'я нації : зб. наук. пр. – Вінниця, 2011. – Вип. 12. – Т. 1. – С. 77–81
2. Захаріна Є. А. Формування мотивації до рухової активності у процесі фізичного виховання студентів вищих начальних закладів : автореф. дис. канд. наук з фізичного виховання і спорту : спец.:

- 24.00.02 «Фізична культура, фізичне виховання різних груп населення» / Євгенія Анатоліївна Захаріна. – Київ, 2008 – 21 с.
3. Сичов С. О. Сучасні підходи прилучення студентської молоді до цінностей фізичної культури / С. О. Сичов // вісник НТУУ «КПІ»: Філософія. Психологія. Педагогіка. – Київ, 2010. – Вип. 2. – С. 185– 187.
 4. Підлісна В. Принципи здорового способу життя студентської та учнівської молоді / В. Підлісна, М. Гуска // Вісник Кам'янець-Поділ. нац. ун-ту ім. Івана Огієнка : зб. наук. пр. – 2010. – Вип. 3. – С. 149–153.

LANGUAGE EDUCATION IN THE ASPECT OF PREPARING STUDENTS OF NON-LINGUISTIC UNIVERSITIES FOR PROFESSIONAL ACTIVITIES

A. B. Blyalova, specialty «State and local government», master's student of the group GMU-11NP

G. T. Aubakirova, professor of the chair of Foreign and Russian languages, candidate of Philology, docent
Higher educational establishment of Kazakhstan «Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz»

Reforming the system of higher professional education of Kazakhstan in recent decades takes into account promising trends in world development in this area. In accordance, not only the role but also the structure of education is changing and foreign language education in particular. In the modern world, qualified specialists who can speak foreign languages are required. Language policy is one of the fundamental aspects of the language situation, which is defined as a system of measures of conscious influence on the development of language processes, the distribution of languages in the areas of social interaction and representing a part of political control over the language situation [1, p. 56]. The main driving force of language policy in the Republic of Kazakhstan is its socio-political and legislative activities.

The most important direction of reforming Kazakhstani higher education is to increase the degree of compliance of the content and results of the educational process with the trends of world development. One of them is the expansion of the boundaries of intercultural, professional and scientific cooperation in the process of solving world-scale problems within the framework of international professional communities. The priority task of education is the formation of skills for interaction in the context of global communications. At the same time, not only linguists and translators are involved in international communications, but also specialists who do not have linguistic education and special language training. It should be added that one of the main skills expressed in the willingness of students to study independently is the ability of students to use communication skills in a foreign language, including for obtaining additional professional knowledge.

Let us start with the existing problem sides and identify them through the contradictions, which can be divided into four groups [2]:

1) Methodological level – between the social order for the necessary level of professional competence of modern specialist and the unwillingness of the traditional system of language training of non-linguistic universities to achieve a given level that can be attributed to outdated selection methodology learning content and didactical tools for its implementation;

2) Standard level – between the qualification requirements for professional competence of specialists for employment in a large international company and the requirements of program in foreign languages for non-linguistic universities and also the compliance in the foreign language between school and university;

3) Content level – between the content of the professional component of language training and the need to update;

4) Didactic and methodological level – between the need for a variety of educational technologies and methods close to the methods of professional activity, and the lack of scientific and methodological provision of language education in non-linguistic universities, including human resources.

Resolution of these contradictions is possible under the following conditions:

a) Reviewing the needs of the target group of students;

b) Analysis of the resource and methodological base of language education;

c) Development of recommendations on updating the principles of selection and creation of methodological training materials [3, p.17];

In the process, we concluded that in identifying the needs of the target group, it is not enough to be guided by the normative documents, reflecting the qualification requirements and competencies of a particular category of specialists. In addition, it is necessary to enter the intellectual labor market to understand the working processes of professional activity of engineers. It is worth saying that the results of the survey and interviewing forced us to reconsider our attitude to the list of those key competencies that indicate the readiness of specialists to carry out foreign-language professional communication.

A foreign language is not only knowledge of a certain speech and grammatical structure of the language, it is interpersonal communication. Communication training in virtual information environments cannot be called effective, because in the process of communication at least two subjects must be involved.

Thus, the use of active teaching methods in language education of graduate students (round table, discussion, brainstorming, situational analysis technology, business game, training, problem-based learning, project method, etc.) will contribute to the development of a modern personality and the preparation of a competitive specialist with a wide range of knowledge and professional skills. Knowledge of a foreign language opens up enormous opportunities for the self-realization of any specialist, makes it possible to find jobs in international companies. Today, in the context of globalization, many employers dream of highly qualified employees who speak a foreign language. Proficiency in one foreign language becomes the main criterion for the competence of a specialist, and knowledge of two or more foreign languages gives a competitive advantage when applying for a job not only in the domestic, but also in the international market.

References

1. Языки триединства (казахский, русский и иностранный языки) // ГОСО РК 6.08.085-2010. – МОН РК, 2010. – С. 1–2.
2. Кунанбаева С. С. Концепция иноязычного образования / Кунанбаева С. С. – Алматы, Казахстан, 2009. – С. 56–67.
3. A Common European Framework of reference for languages learning, teaching, assessment. – Strasbourg, 1986.
4. М. Wooding the future of interpretation in Kazakhstan // Вестник КазГЮУ. Серия «Филологические науки». – 2012.– № 4 (18). – С. 17–20.

ENGLISH IS THE UNIVERSAL LANGUAGE

T. Dubautsova, senior teacher of Foreign Languages Department Educational Establishment «Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives»

English is the most widely spoken language in the world. Almost 400 million people speak it as their first language; a billion more know it as a secondary one. It is an official language in at least

59 countries. No language in history has been used by so many people. It is the golden ticket to the worlds of education and international commerce. It is the language of global business, the internet, science, diplomacy, stellar navigation, avian pathology.

De Swaan divides languages into four categories. Lowest on the pyramid are the peripheral languages, which make up 98 % of all languages, but are spoken by less than 10 % of mankind. These are largely oral, and rarely have any kind of official status. Next are the central languages, though a more apt term might be national languages. These are written, are taught in schools, and each has a territory to call its own: Lithuania for Lithuanian, North and South Korea for Korean, Paraguay for Guarani, and so on.

Following these are the 12 supercentral languages: Arabic, Chinese, English, French, German, Hindi, Japanese, Malay, Portuguese, Russian, Spanish and Swahili – each of which (except for Swahili) boast 100 million speakers or more. These are languages you can travel with. They connect people across nations. They are commonly spoken as second languages, often (but not exclusively) as a result of their parent nation's colonial past.

Then, finally, we come to the top of the pyramid, to the languages that connect the supercentral ones. There is only one: English, which De Swaan calls the hypercentral language that holds the entire world language system together. The Japanese novelist Minae Mizumura similarly describes English as a universal language [1]. For Mizumura, what makes it universal is that it is used by the greatest number of non-native speakers in the world. She compares it to a currency used by more and more people until its utility hits a critical mass and it becomes a world currency. The literary critic Jonathan Arac is even more blunt, noting, in a critique of what he calls Anglo-Globalism, that English in culture, like the dollar in economics, serves as the medium through which knowledge may be translated from the local to the global.

In the last few decades, as globalization has accelerated and the US has remained the world's most powerful country, the advance of English has taken on a new momentum.

English is recognised as «the language of business». Business English is usually associated with commerce, as well as the financial industry and international affairs. The special field of business

English encompasses both written and oral communication. Students learn how to write business letters and e-mails, carry out negotiations or how to communicate effectively in meetings or during a presentation. Becoming proficient in the written form of Business English is extremely important in the age of global communication. Whether you are writing letters to clients, sending e-mails, or negotiating a trade deal with an overseas corporation, there are a few things to keep in mind.

Try to present your message in a calm, clear and concise manner. Do not use capitals for entire words, avoid exclamation marks and try to keep your messages relatively short. In general, it is best to avoid unnecessary small talk off-topic discussions. You should try to get your point across in the first paragraph when possible.

Oral communication differs slightly from written communication in that it is often less formal, due to its spontaneous nature. As a consequence, you may encounter jargon or unusual words and phrases and these may not be explained during the conversation. It is, therefore, important to build your Business English vocabulary.

When speaking to people in the areas of business, commerce and finance, you are likely to hear acronyms and abbreviations quite regularly (ASAP – as soon as possible, GDP – Gross domestic product, GNP – Gross national product).

As Business English focuses on communication between companies, you are likely to find that some of the words and phrases are quite specific to that area. For this reason, you may not have encountered them either during your studies or through everyday conversation.

A student who has studied Business English in-depth can be of great value to an employer [2].

References

1. Mizumura, Minae. *The Fall of Language in the Age of English* / Minae Mizumura. Publisher: Columbia University Press; Reprint edition (January 6, 2015). Print Length: 238 pages.
2. British Council. *Business-English* [Electronic resource]. – Mode of access: <https://learnenglish.britishcouncil.org/business-english>. –Date of access: 21.11.2019/

FORMATION OF FOREIGN LANGUAGE PROFESSIONAL COMMUNICATIVE COMPETENCE OF STUDENTS OF NON-LINGUISTIC SPECIALTIES OF UNIVERSITIES.

Y. V. Katkova, speciality «Accounting and Audit», student of the group UA-18-2

*G. T. Aubakirova, professor of the chair of Foreign and Russian languages, candidate of Philology, docent
Higher educational establishment of Kazakhstan «Karaganda Economical University by Kazpotrebsouz»*

Modern conditions have a significant impact on all spheres of social life of mankind, making new demands on the educational process. Today, the Ministry of education and science defines as the main task of professional higher education the training of a «qualified employee of the appropriate level and profile, competitive in the labor market, competent, fluent in his profession and oriented in related fields, capable of effective work in the specialty at the level of world standards». Most domestic scientists consider the quality of modern vocational education as a multidimensional system characteristic, in which the quality of the result, namely the quality of training, is considered as an important component of this characteristic. Under the quality of the result, it is accepted to understand the compliance of professional training of University graduates with modern norms and trends. Among the quality indicators of graduates of technical specialties of the University are the level of personal development and engineering professional competence. From a number of sides of professional competence it is possible to allocate the following:

1. Current qualifications (knowledge, skills from the professional field), the ability of productive possession of new information technologies, etc.
2. Cognitive readiness (the ability to learn new knowledge, new technologies, the ability to learn and teach others, etc.)
3. Communicative readiness, knowledge of native and foreign languages, knowledge of communication technology, etc.
4. Creative readiness (ability to search for fundamentally new approaches to solving known problems or setting and solving fundamentally new problems).
5. Understanding the trends and main directions of professional development.

6. Conscious positive attitude to engineering.

7. Sustainable and developing professionally significant personal qualities, such as responsibility, commitment, demands.

The demand for a particular quality of professional competence is determined by many factors: type of work, experience, etc. Competence approach is proclaimed as one of the important conceptual provisions of education. It assumes priority orientations on the goals – vectors of education-learning, self-determination, self-actualization, socialization and development of individuality.

The goal of any professional education is to achieve a high level of professional competence by the future specialist. But in order for this goal to be realized, to be able to effectively form a professional culture, it is necessary to have adequate training at the University. It is now generally accepted that the traditional understanding of higher professional education as the assimilation of a certain amount of knowledge based on the teaching of fixed subjects is clearly insufficient for the training of specialists. As with other academic subjects, teaching a foreign language in a non-linguistic University pursues practical, general, educational and developmental goals. However, the subject of «foreign language» is significantly different from others, since the main place in its study is the implementation of practical goals, in the process of achieving which all others are achieved. In addition, the practical purpose in teaching foreign languages to students of non-linguistic specialties is to form communicative competence, in other words methods-the formation of the ability to communicate with the representatives of the country whose language is being studied. Competence implies minimal experience in the application of competencies. The concept of «communicative competence» is quite capacious and multifaceted. It includes a number of other competencies, which include: linguistic (language), sociolinguistic, socio-cultural, educational, discursive and compensatory competencies.

Speaking about the communicative competence of students studying a foreign language at non-linguistic faculties of higher education, it is advisable to talk about the possibility and need for the formation of educational, linguistic, sociolinguistic, socio-cultural and compensatory competencies as the main components in the process of formation of communicative competence.. The formation of foreign language professional communicative competence requires changes in the content, structure and technology of teaching a

foreign language for special professional purposes, encourages methodologists, technologists, linguists to intensive research.

Thus, training of students of non-linguistic specialties in foreign language professional communication contributes to the formation of professional competence of experts to determine a list of required competencies is accepted and the rate of their formation, goals and objectives, content and learning principles, the method of teaching of professional foreign language communication on the basis of active, student-centered, problem-oriented approaches using the communicative method, project method and other. The purpose of professional training is focused not only on the formation of basic competencies of the future specialist to perform normative activities within their competence, but also on the formation of creative development potential, improvement of personality and professional competencies in the future.

References

1. Botsmanova N. V. Development of professional competence in the system of secondary vocational education – 2014.
2. Selevko G. K. Modern educational technologies / G. K. Selevko. – М. : Public education, 1998.
3. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n40/a17v38n40p19.pdf>.

НАВЧАННЯ УСНОМУ МОВЛЕННЮ – МОТИВОВАНИЙ НАПРЯМОК ВІВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

*І. І. Костиця, студентка групи СС-41, спеціальність
Сестринська справа;*

*В. О. Коробка, студентка групи СС-41, спеціальність
Сестринська справа*

*Л. М. Уколова, викладач вищої категорії, викладач-методист,
науковий керівник
Комунальний заклад охорони здоров'я Харківської обласної ради
«Красноградський медичний коледж»*

Нет ничего, что не было бы доступно слуху, благодаря языку
Х. Г. Гадамер

Language is the amber in which thousand precious and subtle
thoughts have been safely embedded and preserved.

Richard Thrench

Non scholae sed vitae discimus.

Латинське прислів'я

Концепції розвитку педагогічної та медичної освіти суттєво змінили підходи до підготовки медичних фахівців усіх рівнів акредитації в Україні. У зв'язку з цим постає проблема розроблення та впровадження в навчальний процес інноваційних технологій для підготовки конкурентоспроможних спеціалістів середньої медичної ланки. Сучасний етап професійної підготовки майбутніх медичних працівників характеризується значним збільшенням обсягу та складності сучасного навчального матеріалу, прискоренням темпів його засвоєння, зокрема з дисципліни «Іноземна мова» за професійним спрямуванням в медичному коледжі.

Отже, зауважимо передусім, що знання іноземної (англійської мови) на фоні загальної спеціальної освіти є переконливим чинником стабільності та досконалості молодого фахівця.

Проблеми забезпечення ефективної професійної підготовки майбутніх медичних сестер у коледжі безумовно пов'язані з використанням інноваційної освітньої моделі навчання, яка передбачає розвиток творчого потенціалу кожного викладача та стилю мислення сучасного студента: «Яким спеціалістом я буду? Де працюватиму? Що для цього мені потрібно? Що я повинен знати? Які сучасні реалії життя відкриваються мені? Які пріоритети в навчанні? Для чого мені стільки навчальних дисциплін? Як і для чого вивчати англійську мову?» У сучасних студентів є багато запитань до самих себе і викладачів. Щодо останнього питання про англійську мову. На перше місце виходить мотивація (motivation) до усного мовлення.

Мотивація – спонукання до дії, динамічний процес фізіологічного та психологічного плану, керуючий поведінкою людини, який визначає її організованість, активність і стійкість, здатність студента задовольняти свої потреби, отримати задоволення від навчання, пережити радісне збудження, підвищити самоповагу особистості.

Коли ми вивчаємо англійську мову, то основним є поповнення словникового запасу для усного мовлення, будова речення, відповіді на запитання, розуміння сказаного та почутого. Спочатку все складно, але мета студента та викладача полягає у створенні таких умов, щоб вони залишалися вмотивованими.

Мотивація до усного мовлення – найскладніша частина у вивченні англійської мови. Створити позитивну мотивацію для студента – завдання велике і нескінченне, що потребує системного підходу, терпіння, та виваженості.

Вплив та проблеми формування мотивації до усного мовлення під час вивчення англійської мови, особливо студентами немовних вузів (медичний коледж) підкреслюють як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. Серед них Гарднер, Хармер, Ламберт, Пасов, Гуревич та ін.

Щоб вивчити та виявити причини мотивації, студентське самоврядування Красноградського медичного коледжу провело дослідження методом опитування студентів 1–4 курсів спеціальності «Сестринська справа». Всього було опитано 80 студентів. Результати дослідження виявили, що переважна кількість студентів (3–4 курси) мають мотивацію як до усного мовлення, так і до вивчення граматичних структур. Вони бажають володіти новими знаннями, ними володіють професійні мотиви, потреба у постійному саморозвитку, усвідомлення власних здібностей, бажання спілкуватись англійською мовою та інше. Саме студенти старших курсів усвідомлюють перспективність професії, що дає їм широкі можливості як спеціалістам для подальшого навчання та професійного розвитку.

Більшість респондентів зазначила, що високий професійний рівень викладачів та їхнє партнерське ставлення до студентів позитивно впливають на зміцнення внутрішньої мотивації. Ось тут на перший план виходить особистість педагога. Саме він є центром зацікавленості, порозуміння, чіткої мотивації та стимулювання до навчання.

Хочу вивчити, хочу знати та вміти, але не дуже хочу вчитись... Яким же чином викладачу викликати у студента цікавість до вивчення англійської мови. Це питання лишається завжди актуальним в освітньому процесі. Всі труднощі створення мотивації полягають у тому, що вона належить до суб'єктивного світу студента і визначається його власними поривами і потягами, а викладач лише опосередковано впливає на неї. Він повинен добре знати своїх студентів. На практиці, ми, студенти, розуміємо, що необхідно поєднувати базові та якісні знання медицини з англійською мовою. Під час вивчення курсу англійської мови за професійним спрямуванням відкрито проявляється мотивований підхід до повторення, вивчення, закріплення навчального матеріалу, тут прослідковується зв'язок англійської мови з базовими та клінічними дисциплінами, з латинською та грецькою термінологією.

Кожен студент має зрозуміти, що йому необхідний достатній, професійний рівень знання мови.

Тільки атмосфера довіри, вимогливості, доброзичливої критики, високого ступеня взаємодопомоги стимулює підвищення рівня мотивації до вивчення англійської мови, зокрема, до усного мовлення. Важливим фактором виступає рівень комунікативної культури викладача. Ми, студенти, очікуємо від викладача творчого підходу до викладу матеріалу, цікавої самостійної роботи та індивідуального підходу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ігнатюк Н. А. Активізація розумової діяльності студентів на практичних заняттях з іноземної мови / Ігнатюк Н. А., Соловйова Н. Д. // Педагогіка вищої та середньої освіти : зб. наук. пр. – Вип. 5. – Кривий Ріг : КДПУ, 2003. – С. 302.
2. Gardner R., & Lambert W. Attitudes and motivation: second language learning. – Newbury House., 1972.
3. Dornyei Z. Motivational strategies in the language classroom. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 245p.
4. Розвиток освіти і педагогічної думки на Україні / за ред. М. Д. Ярмаченка. – К., 1991. – 154с
5. ANNAMARIE – English communication. – Kyiv, 2004. – 100p

THE USE OF SPEECH SITUATIONS AS NECESSARY CONDITIONS FOR THE FORMATION OF FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE OF NON-LANGUAGE SPECIALTIES STUDENTS

*D. T. Mukhambetzhanova, speciality «Accounting and Audit»,
student of the group UA-18-2*

*G. T. Aubakirova, professor of the chair of Foreign and Russian
languages, candidate of Philology, docent
Higher educational establishment of Kazakhstan «Karaganda
Economical University by Kazpotrebsouz»*

Foreign language competence of students of non-linguistic specialties universities is often an integral requirement for graduates, for young professionals after graduation. Thus, the formation of foreign language competence is one of the goals when teaching students of non-language specialties in a foreign language. Subject to successful achievement of this goal, students should be able to free commu-

nication, removal of language barriers, achievement of mutual understanding in the process of communication in a foreign language.

Teachers of foreign languages face the task of socially and professionally adapting students and teaching them how to communicate in the socio-cultural sphere. Teaching communication in the socio cultural sphere is, first of all, teaching oral communication, and the latter, as you know, is one of the urgent and complex problems of modern methods. Since communication training should be aimed at implementing communicative intentions in speech, then to achieve the specified goals it is very important to create and use speech situations in the classroom in a foreign language, since the situation largely determines the speech behavior of the communicants.

The creation of such situations in real communication is dictated by life itself, in the training environment, there really is only one situation – the teaching situation, when the teacher and student communicate with the goal of teaching and learning something. In real life, a person communicates in completely different circumstances, this implies the need to create natural situations in the learning process.

Since the situation in the educational process should be as close as possible to natural conditions, its content should reflect not only all the inherent linguistic features, but also extra linguistic means. It is well known that there are several types of communication, and in accordance with this, methodologists conditionally distinguish several types of situations according to their degree of approximation to real ones.

The content of the study as part of a simulated communication may be as follows:

✓ Perception and reproduction of a particular act of communication, depicted in the film, listened to in the recording or presented by the teacher with a subsequent analysis of the communicative situation, linguistic and extra linguistic features of the implementation of the act of communication, control of understanding of what was heard. In the process of training work on situations should be exercises for the assimilation of certain linguistic means, highlighted and complemented by stylistic options.

Reproduction of the source text is the final stage of work. Substitution and dialogue by analogy (recovery dialogs for response replicas, for initiating replicas, for the first and last replicas, etc.).

Drawing up a dialogue for the scene depicted in the picture. It is necessary to note the work with the so-called «talking pictures», when the student builds his statements either from a third person or from his own, as if he himself was the hero of the presented picture.

In this case, it seems appropriate to use a video instead of a picture, that is, the situation is created on the basis of a small but not read video clip. For example, you can give a listening dialogue between a father and a teenage daughter who returns home late. Using a still image expands the possibilities of creative work teacher of a foreign language. Here we are faced with the following type of communication – simulative. It is intended to recreate acts of real communication in the learning environment, which is very important for the formation of foreign language competence of students, since simulative (imitative) communication gives students the opportunity to engage in natural life. It is an imitative, invented and acted out reproduction of interpersonal contacts organized around a problem situation.

As the latter may be represented case study, problem resolution, decision making, plan discussion, conflict resolution, dispute, debate. Situations similar to real ones are created, and trainees act in them in different social roles, portraying, as a rule, fictional characters. This may be a certain generalized role (seller – buyer, doctor – patient, client – receiver), or a fictional specific character.

Act of communication motivated by interest in the content of the depicted scenes, the desire to play a good role, fantasy.

As methods of simulated communication, it should be noted the following:

✓ Dramatization. The subject and plot are set by the teacher, and the task Trainees – translate this into speech.

✓ Sketch. A scene is prepared in advance, very often by the trainees themselves, according to a given problem situation, indicating the characters, their social status, role behavior. When using this technique, richer language material is presented, since it is prepared in advance.

✓ A role-playing game in comparison with the two previous tricks is distinguished by the freedom and spontaneity of the speech and non-speech behavior of the characters.

So, based on the foregoing, it can be argued that the use of speech situations is an important condition for the formation of foreign language competence in teaching students of non-language special-

ties in foreign languages, and when creating situations, great importance is given to imitating and simulative types of communication, as evidenced by practice.

References

1. Passov E. I. The communicative method of teaching a foreign language speaking. – M., 1991.
2. Skalkin V. L. Teaching Monologue: Teacher Manual. – Kiev, 2016.
3. Maslyko E. A., Babinskaya P. K., Budko A. F., Petrova S. I. Tabletopbook of a teacher of a foreign language: Reference manual. Minsk, 1996.

THE ROLE OF INDEPENDENT WORK FOR THE DEVELOPMENT OF FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE OF STUDENTS.

A. S. Fedenko, speciality «Accounting and Audit», student of the group UA-18-2

G. T. Aubakirova, professor of the chair of Foreign and Russian languages, candidate of Philology, docent
Higher educational establishment of Kazakhstan «Karaganda Economical University by Kazpotrebsouz»

Proper organization of students' independent work is an important issue is not only the methods of teaching a foreign language in a non-linguistic specialties, but also methods of its study. It is very important to know in this regard, how do students carry out their independent work on foreign language, what difficulties they are experiencing.

In this regard, teachers usually offer students to answer a number of key issues:

- a) what types of homework are the most difficult and require much time;
- b) why are certain types of tasks for independent work are difficult;
- c) what prevents students from performing difficult tasks in a timely and correct manner independent tasks;
- d) what can facilitate the performance of independent tasks, improve efficiency of independent work of students in a foreign language.

In response to the question, why are certain specific tasks for independent work are difficult, students call several reasons. One of the main reasons they consider ignorance of vocabulary.

Slowing down the speed of independent work in such cases is caused by involuntary installation on the analysis of language material. Understand this, we conclude that reading and understanding the text is difficult, first, because of insufficient knowledge of vocabulary; inability to correctly work, secondly; the lack of clear and complete instructions, in the third.

Students perform any reading task primarily as detailed, word-by-word translation.

The second type of tasks (retelling the text, message by text) also it is noted as very difficult and time-consuming. As it turns out from conversations with students, these tasks they often associate with detailed text translation. If we talk about the General reasons doing your own homework then to the fore such difficulties as the inability to correctly and systematically work. Ignorance of vocabulary and grammar fades into the background, becomes consequence of the first. It is because students are wrong and not systematically perform independent tasks, they do not know lexical and grammatical minimum. Students understand that it is not activity in the classroom leads to an increase in homework.

The first condition – the ability to correctly and systematically perform each task.

The second condition is that each student does most of the working the classroom, the activity of students in the classroom. The aim of the teacher soorganize a class so that every student working actively all 50 minutes, he participated in all the exercises in speaking and reading. At the same time it is very important that the performance of independent work was prepared on the lesson. There are different ways. First, it is necessary perform similar types of work in the classroom, secondly, it is necessary to convince make sure that the language material for homework is assimilated. If there are unfamiliar words then need to be given their meanings except in those cases,when given the task to work with the dictionary. Third, in the classroom should not spare no time to explain the correct methods of work, sequences of independent homework. In order to raise the activity of students should be widely use technical means of training, visibility, to along with the supervision of the teacher for the active speech activity. The next condition for successful performance of independent work in a foreign language is the need to have a stable vocabulary stock, to know the minimum of words, and get lists of unfamiliar words to specific task from the teacher. This poses a serious challenge to the teacher. For this purpose, laboratory exercises should be widely used,lexical training and training prog-

rams, conduct regularthe control of mastering vocabulary, to fight against the language of uncertainty students and prevent their constant desire to find every word in and all this, in turn, must be directly related to high activity of students in all types of work in a foreign language. The fourth condition-the presence of a good single textbook and training materials'. It should be pointed out that this condition is perhaps the main thing, because it is the textbook should determine the system of independent student's work, contain specific tasks with complete algorithmic prescriptions-instructions, i.e. to teach to work correctly, to have strictly outlined vocabulary – minimum, divided for assimilation into parts, and much more other, which ensures the efficiency of independent work in the necessary pace and rhythm. And finally, the last condition is the presence of certain personal characteristics. These include commitment, organization, will, and interest, desire to learn a foreign language. All these components should occupy leading place in the process of planning and organization of independent student's work in a foreign language. All training material should be constructed in such way that to arouse students 'interest in learning the language, to those materials in the language, which carry important and new information in order to constantly to support the desire to study the language at home, on their own. Only in this case we can positively influence the development of such qualities of the student as will, purposefulness, organization, perseverance. Thus, for the organization of the educational process in foreign language is important to explore not only the issues of the teacher, i.e. questions of teaching methods, but also questions of the organization of work of the student, and questions of a technique of studying, mastering of abilities and skills on foreign language.

References

1. Turdieva K. U. The role of teaching English in the period of modernization. // Young scientist. – 2018.
2. Azhibaeva A. Zh. The implementation of a personality-oriented approach in a professional educating the future teacher // Abstract. enosis. academic degree Ph.D. – B., 2007.
3. Sydykova T. M. Differentiated student learning in progress independent work. // Scientific works of Osh State University, Issue 1. – Osh, 1996. – S. 169–176.
4. Kuzmina N. V. Methods of systematic pedagogical research. Tutorial. – L., 1980.

**ВЛИЯНИЕ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ
НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

*А. Ф. Абдурахимов, магистрант группы ФМ-1, специальность
Финансы и кредит*

*И. Н. Новикова, ст. преподаватель кафедры бухгалтерского
учета – руководитель
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»*

В современных условиях ведения бизнеса бухгалтерская отчётность хозяйствующих субъектов становится основным средством коммуникации и важнейшим источником информационного обеспечения финансового анализа. Финансовый анализ включает изучение большого числа показателей. Наибольший интерес, как у внешних, так и у внутренних пользователей информации, вызывает оценка платежеспособности организации.

Любая организация в той или иной степени постоянно нуждается в дополнительных источниках финансирования. Найти их можно на рынке капиталов, привлекая потенциальных инвесторов и кредиторов. Они при оценке целесообразности инвестирования средств оценивают потенциальную доходность и риск вложений. Оценка риска инвестиций в бизнес проводится с использованием публичной финансовой отчётности. Насколько привлекательны опубликованные финансовые результаты, наличие и состояние имущества, источники финансирования, показывающие текущее и перспективное финансовое состояние организации, настолько высока и вероятность получения дополнительных средств.

Поэтому внешние пользователи проводят оценку платежеспособности организации лишь на основании публичной отчетности. Как правило, здесь используется стандартный набор коэффициентов, в которых сопоставляются активы и обязательства. Но бухгалтерский баланс не дает полного представления о платежеспособности организации. Поэтому при оценке платеже-

способности менеджерами компании необходимо проводить корректировку активов с учетом их ликвидности.

К наиболее ликвидным активам традиционная методика оценки платежеспособности, основанная на данных бухгалтерского баланса, относит дебиторскую задолженность. Этот вид актива может быть различного качества: срочная задолженность, просроченная, сомнительная. При этом организации не всегда используют предоставленную им законодательством возможность создания резервов по сомнительным долгам, которые позволяют отразить реальную стоимость данного актива. Поэтому при включении дебиторской задолженности в расчет коэффициентов ликвидности целесообразно применять к ней понижающие поправочные коэффициенты. Их необходимо разработать с учетом уровня риска несвоевременного возврата. С оценкой дебиторской задолженности связано и вероятное изменение экономического положения должника. Прежде всего, это связано с фактом возбуждения дела о его экономической несостоятельности.

Принимая во внимание недостатки использования статического баланса для оценки платежеспособности, ученые предлагают динамический подход, основанный на изучении денежных потоков [1, 2]. Но таким методом могут пользоваться только внутренние пользователи.

Таким образом, методика оценки платежеспособности организации отличается в зависимости от доступности необходимой информации.

Список использованных информационных источников

1. Буквич Р. Динамический подход к анализу платежеспособности предприятия [Электронный ресурс] / Р. Буквич, Р. Павлович. – Режим доступа: <https://1fin.ru/?id=860> (дата доступа: 15.11.2019). – Название с экрана.
2. Кикоть И. Управление денежными потоками на базе бюджета движения денежных средств / И. Кикоть // Розвиток прикордонних регіонів в системі транскордонного співробітництва : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Чернівці – Бельці, 27–28 квітня 2017 року / Міністерство освіти і науки України, Чернівецька обласна державна адміністрація, Чернівецька міська рада [та ін.]. – Чернівці, 2017. – С. 286–290.

СТРАХОВИЙ РИНОК, ЙОГО СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК В УКРАЇНІ

О. С. Величко, студентка групи Ф17-1Д, спеціальність
Фінанси, банківська справа та страхування

Л. О. Волковська, викладач вищої кваліфікаційної категорії,
викладач-методист – науковий керівник
Новокаховський приладобудівний технікум

Страховий ринок являє собою сферу економічних відносин, у процесі яких формуються попит і пропозиція на страхові послуги та здійснюється акт їх купівлі-продажу.

Становлення в Україні ринкової економіки, розбудова її інфраструктури тісно зв'язані з появою великої кількості самостійних суб'єктів підприємництва, які діють на свій страх та ризик. Є реальна загроза банкрутства та жорстка конкуренція, що призводить до необхідності застосування ринкових методів захисту від невизначеності їх існування у перспективі та методів відшкодування можливих теперішніх втрат. У зв'язку з цим вага страхування, як недержавного механізму зниження ризику підприємницької діяльності та соціального захисту громадян значно підвищується. Крім того страхування – це джерело внутрішніх інвестиційних надходжень, особливо потрібних в умовах перехідної економіки. Згідно із визначенням страхування, поданого в Законі України «Про страхування», його метою є захист майнових інтересів фізичних та юридичних осіб у разі настання певних подій, визначених договором страхування або чинним законодавством. Відповідно до функцій страхування, воно призначене для відшкодування збитків, завданих випадковими несприятливими подіями (реалізованими страховими ризиками), а також при настанні в житті людини подій, котрі за своєю природою не є збитками, але вимагають коштів для підтримання життєвого циклу – народження дітей, їх одруження, вступ до навчальних закладів, дожиття до певного віку та деякі інші.

Динамічний розвиток страхового ринку в країні є запорукою стабільності, забезпечення добробуту, соціальних гарантій в суспільстві, економічної безпеки, тому тема дослідження є. Оскільки головною функцією страхового ринку є акумуляція та розподіл страхового фонду з метою страхового захисту громадян та суб'єктів підприємницької діяльності, тому важливе значення на ефективне формування ресурсів фонду та раціональне їх використання мають внутрішня система та зовнішнє середовище страхового ринку.

Страхова послуга є товаром у середовищі страхового ринку з відповідними властивостями: споживчою та міноюю вартістю. Але порівняно зі звичайним товаром страховик не створює ніякого матеріального продукту. Його економічне благо може бути визначено як невідчутне на дотик і тому відноситься до поняття «послуга» [2].

Основними споживачами страхових послуг є фізичні та юридичні особи (страхувальники). Саме для них страхові компанії розробляють різноманітні страхові програми, формують попит та пропозицію на свої послуги.

Пропонувати страхові послуги на страховому ринку можуть лише спеціалізовані організації, які зобов'язані надати відповідні фінансові гарантії, тобто страхові компанії.

Страховий ринок тісно пов'язаний з економікою країни, а в результаті економічних перетворень, що відбуваються в державі, його роль постійно зростає.

Страховання сприяє акумулюванню заощаджень у вигляді страхових премій і перетворенню їх у інвестиції. Перевагою страхового захисту є не лише захист майнових інтересів підприємств і громадян, але й розв'язання значної кількості макро-економічних завдань держави.

Перспективи розвитку ринку страхування в Україні залежатимуть від подальшого удосконалення законодавчої бази, що регулює не тільки сферу страхування, а і загалом всі види діяльності, зокрема розвитку недержавного пенсійного страхування, страхування життя, медичного страхування, іпотечного кредитування, діяльності банків.

Ринок страхових послуг є другим за рівнем капіталізації серед інших небанківських фінансових ринків. Загальна кількість страхових компаній станом на 30.06.2019 становила 249, у тому числі СК «life» – 26 компаній, СК «non-life» – 223 компанії, (станом на 30.06.2018 – 291 компанія, у тому числі СК «life» – 31 компанія, СК «non-life» – 260 компаній). Кількість страхових компаній продовжує тенденцію до зменшення, так станом на 30.06.2019 порівняно з аналогічною датою 2018 року, кількість компаній зменшилася на 42 СК (або на 14,4 %).

Протягом I півріччя зменшилась кількість укладених договорів страхування на 2 418,8 тис. одиниць (або на 2,4 %), причому на 3 193,7 тис. одиниць (або на 4,9 %) зменшилась кількість договорів з обов'язкового страхування за рахунок зменшення договорів страхування від нещасних випадків на транспорті на 3 422,2 тис. одиниць (або на 5,6 %). Кількість укла-

дених договорів зі страхування життя зросла на 918,7 тис. одиниць (або на 76,7 %).

Проаналізувавши стан страхового ринку України, можна зробити висновки, що основними чинниками, які стримують подальший розвиток ринку страхових послуг, є:

- недосконалість нормативно-правової бази;
- використання страхового ринку суб'єктами господарювання для оптимізації оподаткування та витоку коштів за кордон;
- недосконалість правових засад захисту прав споживачів страхових послуг;
- недостатній рівень кадрового та наукового забезпечення страхового ринку;
- відсутність надійних фінансових інструментів для інвестування;
- низький рівень страхової культури населення.

Однією з необхідних передумов розвитку страхового ринку України є відновлення довіри до страхової галузі. Ось чому слід проводити роз'яснювальну роботу серед населення про потребу й економічну діяльність страхування, інформування про стан страхового ринку і державний контроль за його діяльністю.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про страхування : Закон України від 07.03.1996 (зі змінами та доповненнями).
2. Осадець С. С. Страхування : підручник / Осадець С. С. – Київ : КНЕУ, 2015. – 599 с.
3. Таркуцяк О. А. Страхові послуги : навч. посіб. / Таркуцяк О. А. – Київ : Вид-во Європ. ун-ту фінансів, інформ. систем, менеджменту і бізнесу, 2011. – 584 с.

МАЙНОВЕ СТРАХУВАННЯ В УМОВАХ РИНКУ

І. В. Глоба, студентка групи Ф17-1Д, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування

***Л. О. Волковська, викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист – науковий керівник
Новокаховський приладобудівний технікум***

Майнове страхування – це галузь страхової діяльності, у якій об'єктом страхування виступає майно в різноманітних його видах. Майнове страхування об'єднує найрізноманітніші види страхування, що складають дві підгалузі: страхування майна

фізичних осіб і страхування майна юридичних осіб. Виокремлення цих двох підгалузей пов'язане з істотними розбіжностями у практиці проведення страхування майна юридичних і фізичних осіб. Юридичними особами може бути застраховане майно: державне, власне, орендне, заставне, лізингове. Тобто, об'єктами страхування майна можуть бути інтереси, пов'язані з: володінням, використанням і розпорядженням майна [2].

Не приймаються на страхування:

- гроші готівкою, акції, облігації та інші цінні папери;
- рукописи, креслярські та ін. документи, бухгалтерські та ділові книги;
- дорогоцінні метали;
- технічні носії інформації (магнітні плівки, касети)
- майно, яке знаходиться у застрахованому приміщенні, але не належить страхувальнику.

Послідовність визначення розміру збитку та страхового відшкодування така:

- установлення факту страхового випадку;
- визначення розміру збитку і страхового відшкодування та складання страхового акта про страховий випадок;
- здійснення страхової виплати.

Складність ризиків юридичних осіб та їх різноманіття часто спонукає страховика скористатися послугами кваліфікованих посередників з досвідом і знаннями в конкретній сфері виробництва чи знаннями конкретних властивостей майна, а також використовувати послуги банків, пошти, різних відомств та організацій, підприємницьких структур (наприклад, автостоянок, бензоколонок, кас, дільничних угруповань і ін.).

Процес прийняття на страхування ризиків фізичних осіб – здебільшого річ відносно нескладна. Ризики у них в своїй масі достатньо прості й однорідні. Часто страховик видає на них стандартний страховий поліс навіть майже без попереднього огляду такого майна.

Об'єктами страхування у громадян звичайно виступають власні житлові і дачні будинки, господарські споруди, автомобілі, домашнє майно, домашні і сільськогосподарські тварини.

Залежно від ризику, який страхується, розглядають такі типи договорів страхування:

- страхування від вогню, удару блискавки, вибуху;

– комплексне або розширене страхування «від вогню та інших випадків», яке включає, крім ризиків пожежі та вибуху, додатково такі страхові події: землетрус; зсув; обвал; буря; ураган; повінь; град; злива; осідання ґрунту; затоплення; шторм; цунамі; туман; пошкодження майна водою з водопровідних, каналізаційних, опалювальних систем; крадіжки зі зломом (пограбування);

– від ризиків, що виникають під час ведення експериментальних та дослідницьких робіт.

Договір страхування – це письмова угода між страхувальником і страховиком, згідно з якою страховик бере на себе зобов'язання у разі настання страхового випадку здійснити страхову виплату страхувальнику або іншій особі, визначеній у договорі страхування страхувальником, на користь якої укладено договір, а страхувальник зобов'язується сплачувати страхові платежі у визначені строки та виконувати інші умови договору. [1] Договори страхування укладаються на підставі письмової заяви страхувальника, який подає окремо заяву на страхування майна, що належить підприємству, чи заяву на страхування майна, отриманого ним за договором майнового найму. Якщо договір страхування укладається щодо частини майна, то до заяви додається опис відповідного майна.

Заява – це найпоширеніша форма отримання страховиком інформації про ризики, які необхідно застрахувати. У заяві страхувальник має дати вірогідний опис майна, охарактеризувати його, зазначити місцезнаходження і призначення, вказати на збитки, які сталися раніше, та їх причини. Такі відомості необхідні для правильного визначення міри ризику, розміру страхової премії, урегулювання спірних питань щодо розміру відшкодування збитку [2].

Якщо після укладення договору страхування зі страховим майном відбулися зміни, про них необхідно повідомити страхову компанію. Договір страхування оформляється видачею страхувальникові страхового полісу і починає діяти наступного дня після сплати нарахованих платежів.

Договори страхування майна можуть укладатися на один рік або на невизначений термін зі щорічним перерахунком вартості майна і суми річних платежів.

Якщо припиняється діяльність підприємства через його ліквідацію, договір втрачає силу в день, установлений для ліквідації, а в разі реорганізації – за 15 днів від дня реорганізації.

Для страхувальників, які безперервно страхували майно на повну вартість протягом одного і більше років і не одержували страхове відшкодування – надаються пільги в подальшому страхуванні: річна сума страхових платежів зменшується, як правило, на 10 відсотків за кожний рік попереднього страхування, на підприємство направляються кошти для фінансування різних превентивних робіт, якщо це потрібно, надається місячний пільговий строк для укладення нового договору.

Актуальність даної теми полягає в тому, що в сучасному світі ми постійно знаходимося в оточення ризику і для того щоб мінімізувати його необхідно користуватися послугами які надають страховики.

Отже, страхування майна фізичних осіб здійснюється в основному в добровільній формі, тоді як значна частина майна юридичних осіб страхується в обов'язковій формі. Насамперед, це стосується тих об'єктів, які мають високу вартість та зачіпають майнові інтереси не тільки окремих суб'єктів господарювання, але й національні інтереси.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про страхування [Електронний ресурс]: Закон України від 06.09.2012 р. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. Осадець С. С. Страхування: підручник / С. С. Осадець. – Вид. 2-ге, перероб. і допов. – Київ: КНЕУ, 2010. – 599 с.
3. Дьячкова Ю. М. Страхування: навч. посіб. – Київ: Центр учб. л-ри, 2015. – 240 с.

ДОХОДИ І ВИДАТКИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Р. Т. Дичок, студент групи Ф17-1Д, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування

Л. В. Бутова, викладач II кваліфікаційної категорії – науковий керівник

Новокаховський приладобудівний технікум

Місцеві бюджети є важливим інструментом макроекономічного регулювання. Поряд з державним бюджетом, місцеві бюджети забезпечують процес розширеного відтворення. За допомогою певних важелів місцевими органами влади, відповідно до їх компетенції, забирається частина коштів у виробничих, інших структурах, населення у вигляді податків, зборів, платежів та

акумулюється у місцевих бюджетах. З іншого боку, ресурси місцевих бюджетів спрямовуються на утримання установ соціально-культурної сфери та охорони здоров'я, підприємств житлово-комунального господарства, виплати соціальної допомоги, тобто місцеві бюджети відіграють основну роль у забезпеченні потреби населення у соціальних послугах. Відбувається процес накопичення фінансових ресурсів місцевих бюджетів та їх розподілу і використання на різні сфери діяльності. Крім того, місцеві бюджети виступають інструментом міжтериторіального перерозподілу виробленого валового внутрішнього продукту. З метою фінансового вирівнювання та усунення розбіжностей рівнів соціально-економічного розвитку територій функціонують фінансові відносини між державним і місцевими бюджетами, а також між місцевими бюджетами різних рівнів. Такі відносини мають форму дотацій, субсидій, субвенцій, коштів у вигляді взаєморозрахунків.

Економічна сутність місцевих бюджетів виявляється у формуванні грошових фондів, які є фінансовим забезпеченням діяльності місцевих рад і місцевих державних адміністрацій, та використанні цих фондів на фінансування, утримання й розвиток соціальної інфраструктури, місцевого самоврядування, тощо.

Згідно з чинним законодавством органи місцевого самоврядування в межах своєї компетенції самостійно розробляють, затверджують і виконують бюджети місцевого самоврядування.

Місцеві бюджети – це фонди грошових коштів, призначені для реалізації завдань і функцій, покладених на органи самоврядування. За рахунок фондів грошових коштів місцевих бюджетів – складової бюджетної системи держави і фінансової бази діяльності органів самоврядування – забезпечується фінансування заходів економічного і соціального розвитку на відповідній території.

У результаті децентралізації фінансової системи, що здійснюється в Україні, основний обсяг соціальних витрат переноситься на місцевий та регіональний рівні. Фінансові ресурси регіонів визначаються виробленим в розрахунку на душу населення національним доходом, оскільки фінансові надходження забезпечуються насамперед з доходів економічних суб'єктів. Потребу у фінансових ресурсах регіонів розраховують на основі фактичного рівня витрат.

Окремі особливості доходів, відповідно до рівня місцевих бюджетів подані нижче, згідно діючого Бюджетного кодексу України. До доходів, що закріплюються за бюджетами місцевого самоврядування та враховуються при визначенні обсягів міжбюджетних трансфертів, належать такі податки і збори (обов'язкові платежі):

1) податок з доходів фізичних осіб у частині, визначені Бюджетним Кодексом;

2) державне мито в частині, що належить відповідним бюджетам;

3) плата за ліцензії на впровадження певних видів господарської діяльності та сертифікати, що видаються виконавчими органами відповідних рад;

4) плата за державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності, що справляється виконавчими органами відповідних рад;

5) плата за готовий патент на здійснення деяких видів підприємницької діяльності (за винятком плати за придбання торгових патентів пунктами продажу нафтопродуктів (автозаправними станціями, заправними пунктами), що справляється виконавчими органами відповідних рад;

6) надходження адміністративних штрафів, що накладаються виконавчими органами відповідних рад;

7) єдиний податок для суб'єктів малого підприємництва у частині, що належать відповідним бюджетам.

Правове регулювання місцевих бюджетів здійснюється згідно Бюджетного кодексу України, який був прийнятий 8 липня 2010 року та набрав чинності з 1 січня 2011 року (зміни 22 листопада 2018 року). Вагому роль у правовому регулюванні місцевих бюджетів має також Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні».

Згідно із Положенням про порядок складання єдиного кошторису доходів і видатків бюджетної установи, організації» № 180 від 21.02.1997 р., єдиний кошторис установи складається з двох розділів – доходів і видатків. Доходна частина кошторису складається з бюджетних асигнувань і позабюджетних коштів. Видаткова частина кошторису поділяється на видатки, які провадяться за рахунок бюджетних асигнувань, і на видатки, які покриваються за рахунок інших (позабюджетних) надходжень, з

виділенням видатків, які провадяться установою за рахунок прибутку, що залишається в її розпорядженні.

У доходній частині єдиного кошторису наводяться планові обсяги бюджетних асигнувань, що виділяються на утримання установи, а також надходження з інших доходних джерел, одержання яких передбачено законодавством і основними з яких є кошти, одержані від навчання, підготовки і підвищення кваліфікації тощо. Загальна сума доходів установи, відповідно до якої формується видаткова частина кошторису, визначається з урахуванням залишків коштів на початок планового періоду за всіма видами надходжень.

У видатковій частині єдиного кошторису зазначається загальна сума витрат установи з розподілом їх за статтями бюджетної класифікації, а також з виділенням витрат, які планується профінансувати за рахунок бюджетних асигнувань, та витрат, які планується здійснити за рахунок інших (позабюджетних) надходжень. При цьому в розрахунках по кожній статті витрат крім потреби в коштах на покриття затрат поточного року передбачаються асигнування на покриття заборгованості установи за минулий рік, визначеної на підставі даних річної бухгалтерської звітності і підтвердженої відповідними розрахунками та обґрунтуваннями. Загальна сума видатків єдиного кошторису поділяється на видатки за рахунок бюджетних асигнувань та видатки за рахунок інших (позабюджетних) надходжень з постатейним розподілом кожного розділу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. Про місцеве самоврядування в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 21 червня 1997 р. № 280/97-ВР. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/280/97-%D0%B2%D1%80>. – Назва з екрана.
3. Удосконалення управління місцевими бюджетами [Електронний ресурс] / І. О. Кулик. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/conf/2012-2/doc/2/11.pdf>. – Назва з екрана.

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ БИЗНЕСА

*В. Н. Дорошко, к. э. н., ст. преподаватель кафедры мировой и национальной экономики
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»*

Стоимостное измерение деловой репутации является частной формой ее проявления, и оно может быть внутренним и внешним. Внутренняя оценка ее стоимости (внутренний гудвилл) проводится внутри самой организации в интересах собственников, инвесторов и менеджеров для диагностики состояния бизнес-модели и ее устойчивости к вызовам и угрозам внешней и внутренней среды.

В соответствии с МСФО 38 «Нематериальные активы» внутренне созданный гудвилл, несмотря на то что он способен приносить экономическую выгоду, активом признаваться не может, т. к. не является «идентифицируемым и не может быть надежно оценен, следовательно, в балансе он также не находит отражения» [5]. Оценка внутреннего гудвилла носит только качественный характер и возможным вариантом ее выражения может быть управленческий учет, таким образом расчет внутренней стоимости деловой репутации – это стоимостная оценка достижений организации за отчетный период времени по формированию лояльного отношения заинтересованных лиц, и, если организация за период своего жизненного цикла не была куплена как единый имущественный комплекс, то деловая репутация не получит фактической, рыночной стоимостной оценки и ее трансформации из некавалифицированного в квалифицированный актив не произойдет.

В настоящее время в национальном законодательстве Республики Беларусь имеются существенные противоречия в части определения статуса деловой репутации, возможности ее стоимостного измерения и управления как самостоятельным объектом является ее трактовка в Гражданском кодексе Республики Беларусь (далее – ГК), Инструкции по бухгалтерскому учету нематериальных активов и Национальном стандарте бухгалтерского учета и отчетности «Консолидированная бухгалтерская отчетность в законодательстве».

Во-первых, ст. 151 ГК определяет деловую репутацию как вид нематериальных благ, принадлежащих гражданину от рождения или в силу акта законодательства, неотчуждаемых и непередаваемых иным способом. Нематериальные блага защищаются в соответствии с гражданским законодательством в случаях и порядке, предусмотренных этим законодательством, а также в тех случаях и пределах, в каких использование способов защиты гражданских прав (ст. 11 ГК) вытекает из существа нарушенного нематериального права и характера последствий этого нарушения [1]. *Во-вторых*, деловая репутация может быть объектом делового оборота. Согласно ст. 912 ГК предусмотрено, что вкладом товарища при создании простого товарищества признается все то, что он вносит в общее дело, в том числе деньги, иное имущество, профессиональные и иные знания, навыки и умения, а также деловая репутация и деловые связи [1]. *В-третьих*, в п. 2 ст. 912 ГК указано на возможность стоимостной оценки деловой репутации: «вклады товарищей предполагаются равными по стоимости, если иное не следует из договора простого товарищества или фактических обстоятельств.

Оценка стоимости неденежного вклада товарища производится по соглашению между товарищами» [1]. *В-четвертых*, косвенным способом передачи деловой репутации как нематериального блага и самостоятельного конкурентного преимущества является договор франчайзинга (гл. 53 ГК). Так, согласно п. 1 ст. 910 ГК, по договору комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) (далее – договор франчайзинга) одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на определенный в договоре франчайзинга срок либо без указания срока лицензионный комплекс, включающий право использования фирменного наименования правообладателя, других объектов интеллектуальной собственности, предусмотренных договором франчайзинга, а также нераскрытой информации в предпринимательской деятельности пользователя [1]. Можно предположить, что по условиям договора наряду с ноу-хау, товарным знаком, знаком обслуживания, методами производства и сбыта лицензиар может передать и свое реноме (деловую репутацию). Вместе с тем при рассмотрении вопроса стоимостного отражения деловой репутации как особого нематериального актива, который возникает в момент проведения сделки слияния-погло-

щения (купли-продажи) бизнеса, в бухгалтерском учете наблюдается неоднозначная ситуация.

Во-первых, Инструкция по бухгалтерскому учету нематериальных активов, утвержденная постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.04.2012 № 25 (далее – Инструкция № 25) (в частности, пункты 3, 7), вообще не признает деловую репутацию (или отождествляемый с ней в бухгалтерском учете гудвилл) как нематериальный актив, тем самым создавая предпосылку для конфликта гражданского права и бухгалтерского учета.

Однако следует заметить, что в историческом аспекте, согласно п. 4.3 Инструкции по бухгалтерскому учету нематериальных активов № 128 от 20.12.2001 г. (текст с изменениями и дополнениями по состоянию на 30.03.2007 г.) «стоимость деловой репутации (гудвилла) принимается к учету в качестве нематериального актива» [4, с. 9]. Во-вторых, с 1 января 2015 г. вступил в силу Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Консолидированная бухгалтерская отчетность в законодательстве», утвержденный постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.06.2014 г. № 46. В нем содержатся методические указания на расчет стоимости деловой репутации (гудвилла) как суммы превышения стоимости долгосрочных финансовых вложений материнского предприятия в уставный фонд дочернего или ассоциированного предприятия над стоимостью доли собственного капитала дочернего или ассоциированного предприятия, принадлежащей материнскому предприятию. Сумма гудвилла, возникшего на дату приобретения (без учета стоимости товарных знаков и знаков обслуживания, возникших на дату приобретения), отражается отдельной статьей в составе долгосрочных активов [3].

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что в национальном законодательстве отсутствует однозначный ответ, является ли категория «деловая репутация» нематериальным активом. В международном законодательстве при описании сделок купли-продажи (слияния-поглощения) бизнеса используется понятие «гудвилл», которое в белорусском законодательстве отождествляется с деловой репутацией (пункты 3, 7 Инструкции № 25), но правомерность синонимической трансформации понятий ввиду выражения двух противоположных подходов в настоящее время ставится под сомнение [2].

Список использованных информационных источников

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-З (в ред. от от 18 декабря 2018 г. № 151-З). – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk9800218> (дата доступа: 27.11.2019). – Название с экрана.
2. Инструкция по бухгалтерскому учету нематериальных активов [Электронный ресурс]: Постановление Министерства Финансов Республики Беларусь от 30 апреля 2012 г. № 25 (в ред. от 30 ноября 2018 г. № 73). – Режим доступа: http://minfin.gov.by/upload/accounting/acts/postmf_300412_25.pdf (дата доступа: 27.11.2019). – Название с экрана.
3. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Консолидированная бухгалтерская отчетность»: Постановление Мин-ва финансов Респ. Беларусь, 30 июня 2014 г., № 46 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2014. – № 8 / 29 244.
4. Генералова Н. В. Учет обесценения активов на примере обесценения гудвилла как область применения профессионального суждения / Н. В. Генералов, Н. А. Соколова // *Международ. бух. учет.* – 2017. – № 26. – С. 2–14.
5. IAS 38 Intangible Assets (12 May 2014) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias38> (дата доступа: 27.11.2019). – Название с экрана.

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ НЕФТЕГАЗОВОЙ КОМПАНИИ

Д. Е. Курманбеков, слушатель программы DBA «Международный бизнес»

Бизнес-школа Европейского университета, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли

Предприятия нефтеперерабатывающих отраслей наряду с угольными, нефтяными, газовыми и электроэнергетическими организациями входят в состав топливно-энергетического комплекса (ТЭК), выступающего в современных экономических условиях базой развития отечественной экономики.

На современном этапе развития топливно-энергетические предприятия характеризуются высокой степенью монополиза-

ции, что приводит к непосредственной зависимости состояния бюджета страны, внешнеторгового баланса от финансовых результатов их деятельности. Предприятия ТЭК играют ведущую роль в обеспечении жизнедеятельности населения, отраслей народного хозяйства страны, общества в целом путем удовлетворения растущих потребностей в топливе и энергии, формирования существенной части внутренних и валютных доходов государства.

При организации системы финансового менеджмента на нефтегазовом предприятии необходимо принимать во внимание тот факт, что ввиду указанных особенностей нефтегазового бизнеса свыше 90 % нефтеперерабатывающих предприятий входят в структуру вертикально-интегрированных (холдинговых) компаний [1].

Под устойчивостью нефтегазовой компании понимается ее способность в течение определенного времени сохранять показатели функционирования в допустимых пределах даже в том случае, когда внешние условия не позволяют текущей деятельности быть экономически эффективной. Здесь под устойчивостью понимается не стабильность как отсутствие глубоких изменений, а надежность и эффективность работы нефтегазового предприятия в системе вертикально-интегрированной компании [2].

Национальная компания «КазМунайГаз» – казахстанский оператор по разведке, добыче, переработке и транспортировке углеводородов, представляющий интересы государства в нефтегазовой отрасли Казахстана.

В состав группы компаний АО «Национальная Компания «КазМунайГаз», основанной в 2002 году, входит более 180 организаций. Учредителем КМГ является Правительство Республики Казахстан в лице Комитета государственного имущества и приватизации Министерства финансов Республики Казахстан. Акционерами КМГ являются Фонд национального благосостояния «Самрук-Қазына (90 %) и Национальный Банк Республики Казахстан (10 % + 1 акция).

Национальная компания обеспечивает 26 % добычи нефти и газоконденсата в стране, а также 15 % добычи природного и попутного газа. По ее магистральным трубопроводам транспортируется 56 % нефти и 79 % газа Казахстана.

В 2018 году АО НК «КазМунайГаз» добыл 23,6 млн тонн нефти и 8,3 млн м³ газового конденсата. В портфеле геологоразведочных проектов КМГ 23 проекта (совместных и собственных), из которых 14 реализуются на суше, 9 – на море. Как национальная компания, «КазМунайГаз» имеет преимущественное право недропользования по стратегическим участкам недр, а также получает 50 % доли участия при оформлении новых контрактов на разработку шельфовых месторождений [3].

Таблица 1 – Относительные показатели финансовой устойчивости АО НК «КазМунайГаз» за 2016–2018 год

Показатели	На 2016 г.	На 2017 г.	На 2018 г.
$K_{\text{КС}}$ (независимости)	0,52	0,49	0,50
$K_{\text{ФЗ}}$ (зависимости)	0,48	0,51	0,50
$K_{\text{М}}$ (маневренности)	0,35	0,29	0,20
$K_{\text{КП}}$ (концентрации ЗК)	0,42	0,50	0,48
$K_{\text{С}}$ (соотношения СЗК)	0,52	0,50	0,50
$K_{\text{ФV}}$ (финансовой устойчивости)	0,85	0,85	0,87

Примечание. Составлено автором.

Как видно из данных табл. 1, финансовую устойчивость АО НК «КазМунайГаз» можно охарактеризовать как абсолютную, так как все показатели соответствуют или превышают оптимальные значения.

2018 год был благополучным годом с хорошими операционными и финансовыми результатами. Компания выполнила установленные на 2018 год задачи и обладает достаточным запасом финансовой прочности для того, чтобы продолжать повышать свою акционерную стоимость. Этому способствует как укрепление финансового состояния, так и устойчивый уровень производства на собственных активах и в проектах с долевым участием.

Список использованных информационных источников

1. Растамханова Л. Н. Анализ внешних и внутренних факторов финансовой устойчивости дочернего нефтегазового предприятия / Растамханова Л. Н., Братцева А. А. // Вопросы управления. – С. 70–79.

2. Богданов В. Л. Эффективность устойчивого развития нефтегазовой компании в условиях реформирования ТЭК России : автореф. д-ра экон. наук / Богданов В. Л. – Санкт-Петербург, 2003. – 44 с.
3. Официальный сайт АО НК «Казмунайгаз» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kmg.kz>. – Название с экрана.

УПРАВЛЕНИЕ РЫНОЧНЫМИ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ ПОСРЕДСТВОМ ХЕДЖИРОВАНИЯ

Ю. Ю. Сидоренко, к. э. н., доцент

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» (г. Гомель, Республика Беларусь)

Современной экономике свойственны периодические изменения рыночных условий хозяйствования, порой весьма значительные и чаще всего трудно предсказуемые, поэтому вопрос управления финансовыми рисками встает особо остро. Одним из современных инструментов управления финансами и финансовыми рисками может стать наиболее актуальное в мировой практике, и при этом практически не используемое в нашей стране хеджирование.

Финансовый риск представляет собой возможное отклонение величины будущих финансовых потоков в большую или меньшую стороны от намеченного значения, а предназначение хеджирования состоит в том, чтобы устранить неопределенность будущих потоков (как отрицательных, так и положительных). Происходит хеджирование чаще всего с помощью заключения срочных сделок с производными ценными бумагами (форвардов, фьючерсов, опционов, свопов и т. п.). Цель таких сделок состоит в том, чтобы зафиксировать на определенном уровне величину интересующего показателя (цена, курс, ставка процента и другие), что позволяет организациям иметь полное представление о будущих доходах и расходах.

Поскольку совокупность финансовых рисков субъекта хозяйствования, необходимо рассматривать как систему, а система предполагает взаимосвязь ее элементов, автором была разработана схема, отражающая взаимосвязь основных финансовых рисков организации, которые можно разделить на две основные подгруппы: рыночные риски и специфические. Данная схема

отражает взаимосвязь всех рыночных рисков, а также отражает влияние совокупности рыночных факторов риска на совокупность специфических рисков и каждого рыночного фактора риска на каждый специфический.

Рыночные финансовые риск-факторы являются самыми опасными, поэтому ограничение именно их влияния является главной задачей для организации, однако данные риски являются и самыми тяжело регулируемыми, поскольку для их управления подходят не все методы.

Основными методами, которые могут быть использованы для управления финансовыми рисками организаций являются:

- избежание финансового риска – заключается в разработке мероприятий внутреннего характера (чаще всего отказ от осуществления определенных операций), которые полностью исключают конкретный вид финансового риска;

- лимитирование концентрации риска – реализуется путем установления на предприятии внутренних финансовых нормативов, предельных (максимальных или минимальных) размеров расходов, продажи, кредита и т. п.;

- трансферт (распределение) рисков – основан на передаче партнерам той части финансовых рисков предприятия, по которой они имеют больше возможностей нейтрализации их негативных последствий;

- диверсификация – представляет собой процесс распределения средств между различными объектами, которые непосредственно не связаны между собой. В первую очередь позволяет диверсифицировать портфельные риски. Наибольший эффект диверсификации финансовых рисков достигается при подборе в портфель любого вида инструментов, характеризующихся отрицательной корреляцией. Обеспечивая несомненный эффект в нейтрализации комплексных, портфельных финансовых рисков несистематической (специфической) группы, он не дает эффекта в нейтрализации подавляющей части рыночных рисков;

- самострахование – основано на резервировании предприятием части финансовых ресурсов, позволяющем преодолевать негативные финансовые последствия. Однако страховые резервы «замораживают» использование достаточно ощутимой суммы финансовых ресурсов и потому подходят для нейтрализации лишь отдельных видов финансовых рисков;

- страхование финансовых рисков – представляет собой защиту имущественных интересов предприятия при наступле-

нии страхового события специальными страховыми компаниями (страховщиками) за счет денежных фондов, формируемых ими путем получения от страхователей страховых премий (страховых взносов). Однако не всякий риск может быть принят страховой компанией на страхование, следует отличать страхуемые и нестрахуемые риски. Риски, связанные с возможными изменениями экономической ситуации, редко страхуются страховыми компаниями;

– хеджирование – основано на использовании специальных видов финансовых инструментов (как правило, производных ценных бумаг – деривативов). Оно требует определенных затрат на выплату комиссионного вознаграждения брокерам, премий по опционам и т. п. Тем не менее уровень этих затрат значительно ниже, чем уровень затрат по внешнему страхованию финансовых рисков.

Лимитирование и избежание невозможно использовать для управления рыночными факторами риска, поскольку это означало бы сокращение объемов деятельности либо полный отказ от нее. Использовать трансферт не позволяет то, что относительно рыночных факторов все находится в равных условиях и не станут брать на себя дополнительные риски.

Диверсификацию можно использовать для управления валютным риском, применяя во внешнеэкономических операциях несколько видов валют, однако подобрать валюты с отрицательной корреляцией весьма затруднительно, а диверсифицировать процентный и ценовой риск практически невозможно. Страхование рыночных риск-факторов практически не осуществляется в виду глобального их воздействия на всех субъектов хозяйствования, к тому же всегда требует уплаты существенных страховых взносов. Самострахование может быть использовано для управления рыночными рисками, однако требует создания больших фондов, в которые отвлекаются средства.

Хеджирование также может быть использовано для управления рыночными рисками, более того, оно именно для этих целей и создавалось, к тому же обходится данный метод значительно дешевле страхования и самострахования, поскольку при хеджировании чаще всего задействуется лишь доля средств, необходимая для гарантийного взноса или премии за опцион, а также могут быть использованы вообще бесплатные инструменты. Следовательно, хеджирование можно обоснованно считать наиболее оптимальным инструментом управления рыночными рисками.

То есть рыночные риски, которые являются самыми опасными, поскольку их невозможно устранить за счет квалифицированного финансового менеджмента и диверсификации активов, могут быть оптимизированы за счет хеджирования. Взаимосвязь же финансовых рисков приводит к тому, что захеджировав процентные ставки мы оптимизируем кредитные и инвестиционные риски, а захеджировав все риски выше риска ликвидности мы устраняем последний за счет фиксации денежного потока не ниже определенного уровня или на определенном уровне и тем самым устраняется риск банкротства.

Росс С. и Вестерфилд Р. (Основы корпоративных финансов, 2001) отмечают, что наиболее важными результатами от осуществления хеджирования является то, что фирма изолирует себя от причиняющих беспокойство мимолетных колебаний цен и дает себе тем самым маленькую передышку, чтобы адаптироваться к фундаментальным изменениям в условиях рынка. Действительно, при наличии хорошо налаженного бизнеса, приносящего стабильный доход, главной опасностью является резкое изменение рыночных условий, а хеджирование дает возможность зафиксировать в ближайшей перспективе те величины, которые позволят получить планируемую прибыль, несмотря ни на какие неблагоприятные изменения, пусть и потеряв потенциальную возможность получить сверхприбыль при благоприятных обстоятельствах (а при использовании опционов и сохранив эту возможность). Но в данном случае уверенность в завтрашнем дне и наличие времени, необходимого для корректировки деятельности фирмы при условии изменения обстоятельств и соответственно избежание возможности краха компании даже при самых неблагоприятных обстоятельствах – вот главное, что дает хеджирование.

Таким образом, существующие условия крайне высокой непредсказуемости рыночной ситуации в сегодняшней белорусской экономике, с одной стороны, и те возможности по избежанию финансовых рисков для организаций, открывающиеся на основе изучения и грамотного использования метода хеджирования, с другой стороны, определяют необходимость разработки механизма его использования в нашей стране.*

* Статья подготовлена при поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ

А. А. Тажимуратов, слушатель программы DBA «Международный бизнес»

Бизнес-школа Европейского университета, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли

5 сентября 2015 года Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций приняла Повестку дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, целью которой является достижение глобального консенсуса на следующие 15 лет. 17 целей в области устойчивого развития (ЦУР) направлены на решение некоторых из наиболее актуальных экономических, социальных и социальных проблем мира, а также экологических проблем.

Ожидается, что государства-члены ООН будут использовать ЦУР для составления своих повесток дня в области развития, и признается, что частный сектор будет играть важную роль в их достижении. Цели направлены на то, чтобы расширить восемь целей борьбы с бедностью, сформулированных в Декларации тысячелетия (ЦРТ), срок действия которой истек.

Цели устойчивого развития тесно взаимосвязаны; вклад в достижение одной ЦУР может оказать положительное влияние на другие ЦУР, так же как значительный прогресс в достижении любой одной ЦУР потребует прогресса в отношении других. Различные участники имеют возможность внести свой вклад через многочисленные точки входа, и взаимосвязанный характер ЦУР подчеркивает важность взаимодействия с участием многих заинтересованных сторон, сотрудничества и взаимодополняющих партнерских отношений между правительством, гражданским обществом и частным сектором.

Деятельность нефтегазовой отрасли потенциально может оказать положительное и отрицательное воздействие на целый ряд областей, охватываемых ЦУР, в том числе на сообщества, экосистемы и экономики. Отрасль способствует устойчивому развитию несколькими способами, включая: создание прямых и косвенных рабочих мест, обеспечение доступа к энергии, которая обеспечивает экономическую активность и социальное развитие; внесение значительных налогов и других видов доходов правительствам, обеспечение развития передовых технологий и продуктов, инвестирование в долгосрочный социальный и экономический успех сообществ, в которых они работают, и

управление воздействием этих операций путем акцентирования защиты окружающей среды, здоровья и безопасности, а также человека права. Тем не менее, ЦУР выделяет проблемы устойчивости, когда можно сделать больше, чтобы смягчить негативные последствия разработки нефти и газа. Среди проблем наиболее острыми являются экологический след отрасли на биоразнообразие, а также изменение климата и связанные с ним последствия для общин.

Являясь одной из крупнейших компаний Казахстана, АО НК «КазМунайГаз» признает важность влияния на экономику, окружающую среду и общество. Данная компания руководствуется принципами устойчивого развития и применяет взвешенный и рациональный подход при взаимодействии с заинтересованными сторонами.

Устойчивое развитие – это развитие, которое удовлетворяет потребности нынешнего поколения, не ставя под угрозу способность будущих поколений удовлетворить их собственные потребности [1].

В соответствии с Кодексом Корпоративного Управления Самрук-Казына, главного Акционера компании, АО НК «КазМунайГаз» придерживается следующих принципов в области устойчивого развития:

✓ *Открытость*. Компания ищет возможности для долгосрочного сотрудничества с акционерами, основанные на соблюдении взаимных интересов, уважении прав и соблюдении баланса между интересами КМГ и акционеров;

✓ *Ответственность*. Компания стремится минимизировать негативное воздействие на окружающую среду посредством рационального использования ресурсов (включая электроэнергию, сырье и воду), постепенного сокращения эмиссий, отходов и внедрения высокоэффективных, энергосберегающих технологий, позволяющих беречь ресурсы; оплачивает налоги и другие сборы в государственный бюджет, предусмотренные законодательством; создает и сохраняет рабочие места в качестве вклада в поддержание стратегии развития; стремится способствовать развитию областей, в которых функционирует НК в рамках принятой стратегии и доступных финансовых ресурсов; внедряет инновационные технологии, нацеленные на осторожное и ответственное использование ресурсов с высокой производительностью труда; продукты, товары и услуги НК должны соответствовать стандартам по охране здоровья и безопасности

потребителей, установленных законодательством и стандартам хорошего качества;

✓ *Прозрачность.* Решения и действия, принимаемые НК должны быть ясными и понятными для заинтересованных сторон. Компания своевременно раскрывает информацию, разрешенную для предоставления законодательством с учетом положений о защите конфиденциальной информации;

✓ *Этическое поведение.* Основанием для решений и действий НК являются следующие ценности: уважение, честность, открытость, работа в команде и доверие, надежность и справедливость [2].

Таким образом, термин «устойчивое развитие» в нефтегазовой отрасли не следует использовать для обозначения поддержания добычи нефти и газа на неопределенный срок. Термин относится к устойчивости человеческого существования путем тщательного уравнивания социального, экономического и экологического капитала в постоянно меняющемся мире. Роль нефтегазовой промышленности в устойчивом развитии должна заключаться в удовлетворении потребностей мирового сообщества в нефти и газе по разумной цене, безопасно и с минимальным воздействием на окружающую среду, пока не появятся подходящие альтернативные источники энергии.

Список использованных информационных источников

1. Отчет Мировой Комиссии по Окружающей среде и Развитию «Наше общее будущее», Организация Объединенных Наций, 4 августа 1987.
2. Официальный сайт АО НК «Казмунайгаз» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kmg.kz>. – Название с экрана.

ПРАВИЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ ИЛИ КУДА ВЛОЖИТЬ ДЕНЬГИ?

Т. Е. Туребекова, студентка группы УиА 192 (3), специальность «Учет и аудит»

М. А. Маркелова, м. э. н., ст. преподаватель кафедры «Финансы»

Высшее учебное заведение «Туран»

Инвестиции являются одни из самых главных позиции финансового роста и благополучия. Мы должны задумываться после того как получили свои первые заработанные или

подаренные деньги. Стоит ли нам их сразу тратить или же отложить небольшую часть. У каждого из нас должна быть определенная сумма денег для непредвиденных ситуаций, так сказать «подушка безопасности», в случае которых можно изъять деньги в период финансовой нестабильности (болезнь, потеря работы, внезапно возникшие расходы и т.п.). Ну и конечно же, если вы хотите в будущем заниматься своим любимым делом и при этом быть финансово независимым, вам стоит начать именно с инвестиции.

Безусловно, есть люди, которые неправильно инвестируют свои денежные средства и приводят себя к разорению. В данной статье рассматриваются направления инвестирования, что актуально на сегодняшний день.

Инвестиции – это долгосрочные капиталовложения денежных средств в различные виды инструментов, с целью получения определенного дохода.

Буквально любой из нас когда-либо думает о том, куда вложить средства, чтобы они работали и приносили доход каждый месяц. На самом деле существует большое количество видов вложений, но не все они надежны, т. к. нередко встречаются мошеннические организации, задача которых является получить деньги обманным путем и скрыться навсегда!

Правила грамотного инвестирования:

Во-первых, инвестируйте лишь только собственные свободные средства, не вкладывайте деньги, которые вам необходимы и более того не нужно лезть в кредиты, долги и т. п., стоит понимать, что неудачное вложение приведет к банкротству. Никто не даст вам высокой гарантии, что вы увеличите свои вложенные средства. Всегда существует риск потерять деньги. Нужно помнить, что вложения могут принести как прибыль, так и убыток.

Во-вторых, прежде чем инвестировать собственные средства, нужно предусмотреть все существующие риски и какую прибыль можно получить. Необходимо рассмотреть всевозможные риски, сколько можно потерять при каких-либо обстоятельствах.

В-третьих, выберите несколько видов инвестирования. Не вкладывайте все свои средства в один проект. Допустим в какой-то области случится убыток, то другие виды могут спасти вашу ситуацию.

И так, куда же все-таки удачно инвестировать денежные средства?

Рассмотрим вариант 1 – банковские вклады.

Это самый распространенный и доступный способ вложения денег. Суть его заключается в том, что все ваши денежные средства не только сохраняются на протяжении определенного времени, но и преумножаются в зависимости от процентной ставки того или иного банка. В Казахстане годовая процентная ставка в среднем составляет от 11 до 13,2 %.

Топ 5 банков, в которые можно инвестировать средства:

Название банка	Депозит	Процентная ставка
Банк «Bank RBK»	«Депозит Safe»	13,00 %
Altyn Bank («Народный банк Казахстана»)	«Резерв»	13,00 %
Банк Kassa Nova	«KASSANOVЫЙКАПИТАЛ»	12,70 %
Евразийский банк	«ТурбоДепозит Накопительный (без права пополнения)»	12,27 %
First Heartland Jýsan Bank [1]	«Цесна Максимум (без права пополнения)»	12,27 %

Данные банки являются самыми популярными среди граждан Казахстана, хотя они не имеют высокие процентные ставки, зато большая филиальная сеть, высокая надежность и удобные условия позволяют им оставаться лидерами по объему вкладов.

Конечно, никто не застрахован от инфляции, дефляции и т.п. Но, даже в данном случае ваш небольшой капитал сохранится на прежнем уровне, избегая значимых затрат.

Также можно рассмотреть вклады в иностранной валюте, но в большинстве развитых стран процентные ставки по депозитам минимальны, нежели в нашей национальной валюте.

Плюсы и минусы инвестирования денег в банковские вклады:

Плюсы:

- ликвидность (всегда можно вернуть деньги);
- высокая надежность;
- простота оформления;
- чем больше вклад, тем больше сумма поступает на ваш депозит.

Минусы:

- низкий процент по вкладам;
- потеря процента при досрочном снятии денег;
- риск потери денег при банкротстве банка;
- инфляция «съедает» деньги в банке.

Исходя из вышесказанного, данный способ не лучший вариант для инвестирования денег, независимо на простоту, понятность и высокой гарантией. В основном подходит для накопления небольших сумм.

Рассмотрим вариант 2 – недвижимость.

Один из наиболее надежных и эффективных видов для инвестиции денег. Даже при кризисах стоимость недвижимости не сильно падает.

Существует два метода заработать на инвестициях в недвижимость:

1-й метод – приобретение недвижимости на этапе постройки. Здесь лучше застраховать себя (например, банкротства застройщика и т. п.);

2-й метод – покупка домов, квартир, коммерческой недвижимости (торговые точки, офисы, склады и др.) и сдача их в аренду.

Плюсы и минусы инвестирования денег в недвижимость:

Плюсы:

- высокая надежность (сохраняет деньги от инфляции);
- можно применить для собственных нужд (коммерческих и некоммерческих);
- можно продать недвижимость за высокую сумму и заработать больше, чем вы вложили.

Минусы:

- высокие первоначальные вложения;
- стихийные бедствия, порча имущества арендаторами, форс-мажоры и т. д. (поэтому, лучше застрахуйте свою недвижимость);
- низкая ликвидность (без потери рыночной стоимости нельзя быстро продать).

В данном способе, единственно, требуется высокий начальный капитал. Можно получать ежемесячный заработок с наименьшими рисками, хоть и доходность от инвестирования не высокая.

Рассмотрим вариант 3 – акции.

Акции – это когда вы становитесь совладельцем компании. С помощью них можно получить гораздо высокую доходность, если грамотно инвестировать средства, но при этом это больше рискованный инструмент, нежели чем вклады, недвижимость, облигации и т. п.

Существует два способа получить доход от акции:

– за счет роста стоимости акции (например, вы купили акцию за 100 у. е., а сейчас она стоит 200 у. е., это не значит, что вы заработали 100 у. е. прибыли. Вы получите прибыль только тогда, когда продадите акции и в момент продажи должны заплатить налог (10 % для резидентам, 20 % для нерезидентам) от прибыли, этот налог удержит брокер);

– за счет дивидендов (например, если вы купили акцию за 100 у. е. и компания выплачивает вам 10 у. е., для вас это 10 % от дохода. Не забывайте, что вы также должны заплатить налог) [2].

Конечно же, если вы инвестируете деньги более чем на 3 года, налоги с доходов платить вам не нужно.

При инвестировании в акции нужно учитывать все стратегии и риски. Как по мне это одна из действительно эффективных методов, которой пользуются профессиональные инвесторы.

По данным KASE мы можем рассмотреть по графику акции АО «Народный сберегательный банк Казахстана»:



Рисунок 1 – Простая акция KZ000A0LE0S4, АО «Народный сберегательный банк Казахстана» [3]

Плюсы и минусы инвестирования денег в акции:

Плюсы:

- можно получить высокую доходность при низких рисках;
- высокая ликвидность (акции можно быстро).

Минусы:

- требуются знания, несерьезное отношение может привести к важным потерям;
- акции могут упасть за короткие сроки в случае кризиса.

Если вкладывать деньги с умом, акции могут принести вам хорошую прибыль, но при этом они относятся к более рискованным активам.

Рассмотрим вариант 4 – облигации.

Облигации – это долговые ценные бумаги, сущность которых в том, что вы компании или государству даете в долг и за определенный срок получаете проценты т. е. купоны. Они дают небольшую прибыль, но с высокой гарантией и надежностью.

Облигации являются одни из простых инвестиции, по сравнению с банковскими вкладами, но их ставка конечно же выше.

Облигации приобретают для диверсификации, т. е. для расширения ассортимента. Они подходят тем, кто может ждать длительный этап прибавления начальных средств.

Пример: прошлой весной компания Tesla выпустила облигации, чтобы ускорить производство электромобилей Model 3. Покупая такие облигации, вы по сути даете деньги в долг компании Илона Маска. Он делает электромобили, продает их, выплачивает вам долг с процентами [4].

Плюсы и минусы инвестирования в облигации:

Плюсы:

- низкий риск (в любой момент можно продать облигации, не потеряв доход);
- низкое первоначальное вложение.

Минусы:

- не высокая доходность по сравнению с другими активами;
- риск банкротства эмитента (особенно это касается облигации с низким рейтингом).

Облигации подходят тем, кто стремится получать среднюю доходность с относительно высокой гарантией.

Рассмотрим вариант 5 – криптовалюты (биткоин).

Здесь можно реально очень хорошо заработать, то также и потерять, если не следить за рынком. Самая известная криптовалюта – биткоин. Основные его преимущества: надежность, безопасность, защищенность, анонимность. Это значит, что биткоин не контролируется никакими государствами и благодаря ограниченной эмиссии и растущему спросу на криптовалюту, его цена в будущем будет только расти.

Плюсы и минусы инвестирования в криптовалюты:

Плюсы:

- в случае роста криптовалюты, можно в разы преумножить свои вложенные средства.

– отсутствует инфляция в следствии ограниченного количества выпущенной криптовалюты.

Минусы:

– за считанные дни криптовалюта могут как вырасти в цене, так и мгновенно рухнуть;

– полное отсутствие гарантии – в случае потери денег, никто их не вернет.

Криптовалюты слишком рискованные инвестиции, но они могут принести большую прибыль.

Рассмотрим вариант б – свой/партнерский бизнес.

Я думаю, что это один из немногих видов инвестирования, с которого можно получить высокий доход.

Эффективно можно вкладывать деньги в свой собственный бизнес, но и при слиянии двух компании увеличиваются активы предприятия. Также можно купить готовый бизнес или открыть бизнес по франшизе (в данном случае риски будут значительно меньше).

Плюсы и минусы инвестирования в свой/партнерский бизнес:

Плюсы:

– даже с небольшим капиталом все равно можно открыть свое дело;

– легко найти партнера и/или инвестора для бизнеса.

Минусы:

– высокие первоначальные риски;

– низкая ликвидность (трудно продать свой бизнес).

Бизнес может принести очень высокую доходность, с наименьшими вложениями. К тому же, с помощью бизнеса, вы можете заниматься любимым делом, который будет приносить прибыль.

Куда лучше *не* инвестировать средства, чтобы не прогореть.

Что в интернете, что в жизни люди нередко сталкиваются с такими проектами, которые обещают им зарабатывать бешеные деньги. Обычно организаторы таких проектов предлагают «супер выгодные» предложения, лишь бы люди вкладывали свои средства.

✓ Самый распространенный вид мошенничества – финансовые пирамиды. Сначала организаторы данного проекта рассказывают вам правдоподобную историю, будто этот проект реально функционирует, но, на самом деле они лишь зараба-

тывают на вложениях доверчивых людей. Порой эта «история» может быть так хорошо проработана, что обычному человеку тяжело выявить мошенничество;

✓ Казино, незаконные или морально неприемлемые проекты, где обещают «легкие» деньги;

✓ Ставки на спорт – на них зарабатывают только организаторы проекта и лишь малая часть участников (кто в этом разбирается), а остальные постоянно проигрывают деньги;

Конечно же видов вложения очень много, это лишь малая, но эффективная часть видов инвестирования. В итоге выбор все равно за вами, куда вкладывать деньги, чтобы это приносило вам отдачу.

Список использованных информационных источников

1. Депозиты банков в Казахстане 2019. Как выбрать выгодный депозит? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://shopomania.kz/finance/241-depozity-v-kazahstane-vygodnye-depozity.html>. – Название с экрана.
2. Купил акции, хочу прибыль [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/ask/profit/?> – Название с экрана.
3. HSBK, простая акция KZ000A0LE0S4, АО «Народный сберегательный банк Казахстана» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kase.kz/ru/shares/show/HSBK/> – Название с экрана.
4. Акции и облигации на примере Tesla [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finsovetnik.com/akcii-i-obligacii-na-primere-tesla/> – Название с экрана.

СТРАХУВАННЯ ВІД НЕЩАСНИХ ВИПАДКІВ

***А. В. Федчишина, студентка групи Ф17–1Д, спеціальність
Фінанси, банківська справа та страхування***

***Л. В. Бутова, викладач II кваліфікаційної категорії – науковий
керівник
Новокаховський приладобудівний технікум***

Страхування від нещасних випадків – це ризиковане страхування, яке, на відміну від накопичувального довгострокового страхування життя, передбачає виплату страхової суми лише в разі настання страхового випадку (у повному розмірі або певної її частини).

Страховання від нещасних випадків проводиться як у добровільній, так і в обов'язковій формах. Воно відноситься до ризикових видів страхування, метою якого є страховий захист громадян на випадок втрати здоров'я або смерті внаслідок нещасного випадку. На відміну від накопичувального довгострокового страхування життя страхування від нещасних випадків передбачає виплату страхової суми лише при настанні страхового випадку. Виплати можуть здійснюватись у повному розмірі або в межах певної частини. Відповідно до Закону України «Про страхування» страхування від нещасних випадків може мати обов'язкову або добровільну форму.

Страховою подією є нещасний випадок, яким вважається: раптова, короткочасна, непередбачена та незалежна від волі застрахованої особи подія, що може призвести до травматичного пошкодження, каліцтва або іншого розладу здоров'я застрахованої особи. [3].

Об'єктом страхування за цим видом страхування є майнові інтереси, що не суперечать законодавству України, пов'язані із життям, здоров'ям і працездатністю страхувальника (застрахованої особи) [2].

Страховальниками у страхуванні від нещасних випадків можуть бути як юридичні особи, так і дієздатні громадяни, які уклали договори страхування.

За видами страхування від нещасних випадків поділяється на:

- індивідуальне – у даному разі страхувальником є фізична особа, яка укладає договір стосовно самої себе або іншої фізичної особи, а сплата страхових платежів здійснюється за рахунок застрахованих;

- колективне – коли страхувальником є юридична особа (підприємство або організація), яка укладає договір страхування на користь своїх працівників, і сплата страхових платежів здійснюється за рахунок організацій, з якими застраховані перебувають у трудових або інших передбачених законом відносинах. [1].

Страховими випадками, при настанні яких страховик повинен виконати взяті при укладанні договору страхування від нещасних випадків зобов'язання, є:

- тимчасова втрата застрахованою особою загальної працездатності (не менше ніж на сім днів);

- постійна втрата загальної працездатності (встановлення групи інвалідності);

- смерть застрахованої особи внаслідок нещасного випадку.

Не вважається страховим випадком подія, яка відбулася внаслідок:

- навмисних або неправомірних дій страхувальника, що призвели до настання страхового випадку;
- дій страхувальника, який перебував у стані алкогольного, наркотичного або токсичного сп'яніння;
- самогубства або замаху па самогубство страхувальника за винятком тих випадків, коли страхувальник (застрахована особа) був доведений до такого стану протиправними діями третіх осіб;
- навмисного спричинення страхувальником собі тілесних ушкоджень, у тому числі під впливом дій третіх осіб;
- вчинення вигодонабувачем (спадкоємцем) навмисного злочину, що призвів до загибелі або смерті страхувальника [2].

Страхова сума виплачується страховиком у таких випадках:

- загибелі або смерті страхувальника (застрахованої особи) внаслідок нещасного випадку вигодонабувачу або спадкоємцю у розмірі 100 % страхової суми;
- отримання страхувальником травми внаслідок нещасного випадку і встановлення інвалідності I групи 100 % страхової суми, II групи – 75 % страхової суми, III групи – 50 % страхової суми;
- тимчасової втрати страхувальником працездатності йому виплачується за кожену добу 0,5 % страхової суми, але не більше 50 % страхової суми [3].

Упорядкування системи особистого страхування в Україні потребує радикальних кроків до психологічного та менталітетного переосмислення населенням актуальності, необхідності та віри гарантії захисту життя та здоров'я кожного громадянина. Головними індикаторами здорової ринкової економіки мають бути конкретні механізми загальнодержавного впливу і водночас демократичного характеру, які могли би нейтралізувати недовіру населення до особистого страхування в цілому та від нещасних випадків зокрема.

Список використаних інформаційних джерел

1. Страхування : підручник / Керівник авт. колективу і наук. ред. С. С. Осадець. – Вид. 2-ге, перероб. і допов. – Київ : КНЕУ, 2002. – 216 – 222 с.
2. Вовчак О. Д. Страхові послуги : навч. посіб. / Вовчак О. Д., Завійська О. І. – Львів : Компакт-ЛІВ, 2005. – 91 – 103 с.
3. Говорушко Т. А. Страхові послуги : підручник / Говорушко Т. А. – Київ : Центр учб. л-ри, 2011. – С. 63–71.

РОЗРОБКА РЕЦЕПТУР СОЛОДКИХ СТРАВ ІЗ РИСОВИМ БОРОШНОМ

О. М. Бакалов, студент групи ТРГ-61 м, спеціальність 181 Харчові технології

І. В. Чоні, к. т. н., доцент – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Згідно з класичними канонами прийняття їжі солодкі страви є позитивним (у психологічному і фізіологічному аспектах) завершенням будь-якої трапези [2]. Однак висока енергетична цінність значно знижує рівень їх споживання, що призводить до ряду нервових розладів, пов'язаних з незадоволенням процесу прийняття їжі через відчуття незавершеності.

Таким чином, рішення вищезазначеної проблеми набуває актуальності і диктує необхідність створення низькокалорійних солодких страв з підвищеною біологічною і харчовою цінністю.

Як відомо, більшість солодких страв виготовляються шляхом утворення гелів або емульсій. У першому випадку носієм великої кількості калорій виступає желатин, у другому – жир. Калорійність десертної продукції, створеної за емульсійним типом, знизити більш проблематично, ніж драгленодібної продукції.

Нині особливою популярністю користуються страви на основі полісахаридів, які здатні формувати гель і при цьому не виробляти великої кількості калорій при засвоєнні в організмі людини.

Тому актуальним є розробка технології нових емульгуючих та стабілізуючих добавок, які дозволяють одержувати солодкі страви з малим вмістом жиру та збереженням при цьому традиційної консистенції [3]. Об'єктом дослідження була технологія кремів з покращеними споживчими властивостями. Як відомо, при виробництві емульсійних солодких страв виникає потреба у використанні емульгаторів, стабілізаторів, загущувачів-структурутворювачів, консервантів тощо. Головним завданням було виключення рецептур штучних харчових добавок і заміна їх на натуральні, призначені для підвищення харчової цінності солодких страв і збагачення їх вітамінами, мікро-, макроелементами, амінокислотами тощо [2].

В ході проведення роботи було поставлено та вирішено низку взаємопов'язаних між собою завдань: встановити закономірності впливу хімічного складу рисового борошна та способів технологічної обробки на його функціонально-технологічні властивості; дослідити вплив технологічних чинників – концентрації та виду борошна злакових, кукурудзяної олії – на фізико-хімічні, функціонально-технологічні та органолептичні показники солодких страв; визначити споживні, технологічні властивості та харчову цінність кремів та їх зміни під впливом технологічних чинників; розробити рекомендації з використання кремів емульсійного типу з борошном та олією у технології кулінарної продукції для закладів ресторанного господарства; провести комплекс організаційно-технологічних заходів щодо впровадження розробки у виробництво та довести її економічну ефективність

Сформульовано та науково обґрунтовано використання рисового борошна та кукурудзяної олії у технологіях кремів емульсійного типу; визначено основні функціонально-технологічні властивості борошна та олії, встановлено закономірності утворення і стабілізації емульсій з їх використанням, що дозволяє отримувати креми з високою поживною та енергетичною цінністю та заданими функціонально-технологічними властивостями.

Науково обґрунтовано технологію кремів емульсійного типу з використанням вівсяного і рисового борошна й кукурудзяної олії та кулінарної продукції з їх використанням. Встановлено закономірності формування структури, функціонально-технологічних властивостей кремів емульсійного типу залежно від виду борошна, концентрації та способу технологічної обробки та їх вплив на агрегативну та кінетичну стабільність кремів [1].

На основі узагальнення експериментальних даних моделювання систем емульсійного типу визначило раціональний вміст основних інгредієнтів у кремах, в результаті чого з'явилися органолептичні та фізико-хімічні показники для заданого рівня харчової цінності. Визначено основні органолептичні, фізико-хімічні, мікробіологічні параметри, харчова цінність кремів та їх зміна під впливом технологічних факторів. Виражена здатність інгредієнтів вівсяного і рисової борошна та кукурудзяної олії

утворювати неперетравлені комплекси зі свинцем та нітратами, що свідчить про сильні детоксикуючі властивості кремів при їх застосуванні та рекомендації кремів для лікувально-профілактичної дієти при хронічній свинцевій та нітратній інтоксикації. Обґрунтовано умови та терміни зберігання соусів. Аналіз та систематизація літературних джерел з даної проблеми дозволили визначити перспективні напрямки створення продуктів харчування, які базуються на використанні нетрадиційної сировини.

Доведено, що борошно злаків – джерело білків, харчових волокон, мінеральних речовин та вітамінів. Великий обсяг та порівняно низькі витрати на їх виробництво дають можливість застосовувати їх при розробці продуктів харчування. Кукурудзяна олія допомагає отримувати організму антиоксидантні речовини, що допомагають на клітинному рівні вирівнювати обмін речовин, перешкоджаючи тим самим небажаним процесам старіння. Багатокомпонентність складу кремів дозволяє широко варіювати рецептурним складом, використовувати інгредієнти, що підвищують біологічну цінність готового продукту.

Рецептурні компоненти кремів не лише створюють приємний смак і аромат, але і підвищують енергетичну, харчову і фізіологічну цінність продукту. Отже, емульсійний крем з покращеними споживчими властивостями не лише покращує травлення, але й добре впливає на організм людини і є функціональним продуктом харчування, властивості якого можна покращувати і модифікувати за рахунок нових інгредієнтів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бакулина О. Загустители и структурообразователи. К вопросу об улучшении качества отечественных продуктов питания / О. Бакулина, Д. Марташов // Пищевая про-мышленность. – 1999. – № 11.
2. Бахмач В. О. Технология производства майонеза / В. О. Бахмач, В. І. Бабенко // Продукты и ингредиенты. – 2010. – № 4.
3. Капрельянц Л. В. Функціональні продукти / Л. В. Капрельянц, К. Г. Іоргачова. – Київ : 2003. – 256 с.
4. Нечаев А. П. Пищевые добавки / А. П. Нечаев, А. А. Кочеткова, А. Н. Зайцев. – Москва : Колос, Колос-Пресс, 2002. – 187 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ЯГІД ЖИМОЛОСТІ У ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ НА ОСНОВІ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ

Д. В. Бережна, студентка групи ХТ-19М-3, спеціальність 181 Харчові технології;

О. Ю. Вієнко, асистент кафедри харчових технологій;

*І. П. Гончаренко, асистент кафедри харчових технологій
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

На сьогоднішній день в Україні широко розповсюджена проблема нестачі вітамінів та мінералів у раціоні харчування населення. З метою вирішення даної проблеми використовують декілька підходів, перший – використання лікарських препаратів, другий – застосування лікувально-профілактичного харчування. На сьогодні більшу перевагу віддають застосуванню лікувально-профілактичного харчування, тому все більше розробляють харчові продукти загального та функціонального призначення.

Найперспективнішим напрямом в розробці функціонального харчування є виготовлення напоїв. Безалкогольні напої відіграють важливу роль у обміні речовин людини та сьогодні користуються все більшим попитом серед різних верств населення. Також безалкогольні напої сприяють покращенню водного обміну організму за рахунок чого відбувається терморегуляція, прісна вода не забезпечує належного протікання цього процесу, тому організм втрачається значну кількість мінеральних речовин.

При споживанні безалкогольних напоїв людина не тільки повинна компенсувати втрати вологи і солей організмом, але й збагатити його життєво – необхідним біологічно активними речовинами [1]. Але асортименти цих напоїв не є широким, тому не може забезпечити значний попит споживачів. З метою розширення асортименту необхідно використовувати нові види сировини, які багаті на біологічно активні речовини та розробити новітні технології безалкогольних напоїв підвищеної харчової цінності. Одним із видів такої сировини є дикорослі та культивовані ягоди, які є багатим джерелом вітамінів, мінеральних сполук, органічних кислот, макронутрієнтів тощо. Значна частина біологічно активних речовин мають імуномодельную, адаптогенну, антиатеросклеротичну, гіпотензивну, антирадикальну дію [2].

На сьогодні серед ягідної сировини більше ніж триста п'ятдесят видів рослин використовують в технологіях продуктів харчування. Серед даних рослин належної уваги в технології напоїв не знайшли ягоди жимолості, оскільки на сьогодні даний вид ягід тільки починає набирати популярність на території України та в інших технологіях харчових продуктів.

Жимолость дозволяє продовжити сезон вживання свіжих ягід, тому вона незамінна в умовах нестабільного клімату і часто холодного літа, оскільки за таких умов людям не вистачає вітамінів, одержуваних з сезонних продуктів [5, 7].

Рід *Lonicera*, що з латинської перекладається, як жимолость, налічує близько 103-х видів рослин, які відрізняються за своїми смаковими та ароматичними характеристиками, зовнішнім виглядом, строком дозрівання, врожайністю, розміром плодів та іншими характеристиками. Серед доступних на території України видів даної рослини найбільш перспективним є сорт «Фіалка», оскільки він є найбільш морозостійким, має високу стійкість до шкідників та хвороб, а також найбільш багатий на вітамін С [6, 7].

Даний сорт належить до ягід середньопізнього строку дозрівання, куші рослини середньорослі. Ягоди крупні, синьо-фіолетового кольору, середня маса однієї 1,1 г, продовгуваті, кувшиноподібної форми, мають загострену верхушку. Шкірка щільна, гладенька. Смак кисло-солодкий. Врожайність 1,8 кг з одного куща рослини [6, 7].

Ягоди жимолості мають загальнозміцнюючі властивості, відновлюють сили, підвищують апетит, покращують обмін речовин, а також мають сечогінну, капілярозміцнюючу, протизапальну і антисклеротичну дію, сприяють травленню. Свіжі ягоди рекомендують при серцево-судинних захворюваннях, малярії, розладах шлунково-кишкового тракту і недокрів'ї, а також хворобах печінки, гіпертонії, цукровому діабеті, ожирінні, для поліпшення пам'яті, при авітамінозі. Сушені ягоди мають антибактеріальну дію [2–4].

За хімічним складом жимолость містить 400–18 000 мг% флавоноїдів, глюкозу, фруктозу, комплекс антоціанів (які володіють антиоксидантними властивостями), катехінів, лейкоантоціанів, флавонолів з Р-активністю, а також вітаміни: С – до

150 мг%, V_1 – 3 мг%, V_2 – до 3 мг%, каротину – до 0,3 мг%. Крім того, міститься 8 мг% цукрів (галактоза, глюкоза), ефірне масло, спирти, дубильні речовини (до 0,3 мг%), органічні кислоти (лимонна, щавлева, яблучна) – 1–5 мг%, феноли. У ягодах багато К (70 мг%), Р (35 мг%), Na (35 мг%), Mg (21 мг%), Ca (19 мг%) також Si, Cu, Mn, Al, Sr, Ba та денна норма заліза дорослої людини [2, 4].

Ще однією перевагою є те, що після нетривалої термічної обробки ягоди не втрачають свої лікувальні властивості, що дає змогу використання даного виду ягід для виготовлення різних видів напоїв.

Отже, перспективним є використання ягід жимолості у технології напоїв завдяки своєму багатому хімічному складу та органолептичним характеристикам. Напої, що виготовлені на основі даного виду сировини, дадуть змогу підвищити вміст необхідних речовин у денному раціоні людини та скоротити дефіцит вітамінів в організмі людини.

Список використаних інформаційних джерел

1. Осипова Л. А. Функциональные напитки / Л. А. Осипова, Л. В. Капрельянц, О. Г. Бурдо. – Одесса : Друк, 2007. – 288 с.
2. Лекарственная флора Урала : учебник для агрономических специальностей вузов / Абрамчук А. В., Карташева Г. Г., Мингалев С. К., Карпухин М. Ю. – Екатеринбург, 2014. – 738 с.
3. Ганичкина О. Большая книга садовода и огородника / Ганичкина О. – Москва : Издательский дом «Оникс 21век» 2003. – 864 с.
4. Карташева Г. Г. Древесные растения в ландшафтном дизайне / Карташева Г. Г., Абрамчук А. В., Кандаков Н. В. – Екатеринбург, 2008. – 310 с.
5. Сучкова С. А. Размножение ягодных культур / Сучкова С. А. – Томск : Издательский дом Томского государственного университета, 2014. – 68 с.
6. Цветков Е. И. Большой справочник садовода / Цветков Е. И. – Москва : Центрполиграф, 2010. – 350 с.
7. Юшев А. А. Малая энциклопедия садовода / Юшев А. А. – Москва : Центрполиграф, 2005. – 604 с.

НАУКОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ БОРОШНЯНИХ КУЛІНАРНИХ ТА КОНДИТЕРСЬКИХ ПРОДУКТІВ З КАПСУЛЬОВАНИМ НАПІВФАБРИКАТОМ ОЛІЇ

А. І. Бондаренко, студентка групи ТХ-14М, спеціальність 181 Харчові технології

П. П. Пивоваров, д. т. н., професор, професор кафедри технології харчування – науковий керівник Харківський державний університет харчування та торгівлі

У сфері харчування одним з головних пріоритетів є покращення харчового статусу українців. Також треба вирішити проблеми раціонального використання сировинних ресурсів через виготовлення продукції з високими споживчими властивостями. Це є загальнодержавним та соціальним завданням.

В умовах споживчого ринку, де йде жорстка конкуренція, є необхідним удосконалення існуючих та розробка принципово нових технологій начинок та напівфабрикатів для кондитерських та кулінарних виробів у відповідності до вимог ДСТУ та НАССР.

Проведені дослідження споживчого ринку довели потребу–збагачення борошняних виробів ненасиченими жирними кислотами олій, шляхом додавання капсульованого жиру до борошняної продукції.

Проблема забезпечення населення раціональним та збалансованим харчуванням є на теперішній час актуальною. Одним з напрямів вирішення цієї проблеми є розробка і впровадження новітніх технологій. Вироби з тіста користуються надзвичайною популярністю у різних верств населення. Вони мають приємний зовнішній вигляд, добрі смакові властивості, високу калорійність. Харчова цінність їх залежить від виду борошна, його сорту і додаткових продуктів: яєць, молока, цукру, жиру та ін.

Тому розробка технології начинок з вмістом капсульованого напівфабрикату олії є доцільною. Для цього необхідно провести теоретичні та експериментальні дослідження, спрямовані на вивчення закономірностей формування капсульованого напівфабрикату, готового продукту та обґрунтування його рецептурної суміші.

Вищевикладене диктує необхідність проведення наукових досліджень, спрямованих на створення кондитерської продукції, яка б мала в своєму рецептурному складі капсульовані жири та відповідала вимогам сьогодення: включала у свій склад натуральні інгредієнти, характеризувалася стабільністю органолептичних, фізико-хімічних та мікробіологічних показників. Важливим в технології є забезпечення борошняних виробів ненасиченими жирними кислотами олій, шляхом додавання капсульованого жиру. Формування текстури забезпечується присутністю у складі борошняних кондитерських виробів інтактного капсульованого жиру, який покращує фізико-хімічні показники продукту.

Мета даної роботи полягала у розробці проекту технології начинки з вмістом капсульованого напівфабрикату олії. Для досягнення цієї мети було проведено ряд досліджень, які дозволили вивчити вплив капсульованої олії на формування консистенції системи та її стабілізацію.

В ході експериментальних робіт предметом дослідження було використання капсульованої олії з різними оболонками.

У зв'язку з цим розробка технології кондитерських виробів з використанням капсульованого напівфабрикату олії є досить актуальною.

Список використаних інформаційних джерел

1. Черепанова Н. О. Інфраструктурне забезпечення ринку рослинної олії в Україні і сучасні тенденції його розвитку / Н. О. Черепанова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – № 2. – С. 383–387.
2. Черепанова Н. О. Інфраструктурне забезпечення ринку рослинної олії в Україні і сучасні тенденції його розвитку / Н. О. Черепанова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – № 2. – С. 383–387.
3. Пат. № 42886 Україна, МПК А 21 D 13/08 (2009.01). Композиція інгредієнтів для приготування бісквітного напівфабрикату. / Капетула С. М., Іоргачова К. Г., Котузаки О. М., Макарова О. В. ; Опубл. 27.07.2009. Бюл. № 14.

ВИКОРИСТАННЯ ВІДХОДІВ СОКОВОГО ВИРОБНИЦТВА З ХЕНОМЕЛЕСУ В ТЕХНОЛОГІЇ ЗАМОРОЖЕНИХ БОРОШНЯНИХ ВИРОБІВ

Д. І. Борщенко; І. О. Гречко, студенти спеціальності Харчові технології освітня програма «Технології в ресторанному господарстві»;

О. М. Горобець, к. т. н., доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства;

Г. П. Хомич, д. т. н, професор, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Поява технології швидкого заморожування тістових напівфабрикатів відноситься до 80-х років ХХ століття і пов'язана з виготовленням здобних хлібобулочних виробів. В сучасному світі технологія швидкого заморожування набуває все більшого поширення і її застосовують для приготування різних видів тіста: хліб, піца, здоба, листкові вироби та ін.

Розроблені перші технології для виробництва заморожених тістових напівфабрикатів були в США, де з часом набули широкого застосування [1].

На європейському просторі заморожені тістові напівфабрикати сьогодні займають близько 80–90 % усього хлібопекарського ринку, тоді як на вітчизняному ринку, поки що, тільки 10–15 %.

Новітні технології виготовлення замороженого тіста у більшій мірі відповідають прагненням підприємств хлібопекарської галузі до скорочення витрат енергетичних, матеріальних, трудових ресурсів, покращення техніко-економічних показників виробництва [2, 3].

Використання різного роду поліпшувачів хімічної природи (окислювачів, поверхнево-активних речовин, ферментних препаратів) та штучно отриманих вітамінних препаратів для підвищення якості, біологічної цінності та скорочення термінів приготування дріжджових виробів є традиційними для вітчизняної та світової практики. Тому актуальним є пошук природних поліпшувачів для підвищення якості та скорочення термінів приготування дріжджових виробів серед нетрадиційної рослинної сировини.

Перспективним в цьому відношенні є хеномелес та продукти його переробки.

Відомо, що хеномелес – сировина з унікальним біохімічним складом, джерело органічних кислот, вітаміну С, пектинових та фенольних речовин. Не менш цінними у харчовому відношенні є відходи сокового виробництва хеномелесу – вичавки, які можуть бути джерелом отримання желюючих соків, і їх використання дозволить запровадити комплексну переробку даної рослинної сировини.

Проаналізовано якість вичавок хеномелесу. Визначено, що вичавки характеризуються вмістом фенольних (480 мг/100 г) і пектинових (1,05 %) речовин, органічних кислот (4,90 %) та L-аскорбінової кислоти (110,0 мг/100 г) [4].

З метою раціонального використання сировинного ресурсу хеномелесу проводили переробку відходів сокового виробництва – вичавок з хеномелесу на желюючий сік і порошок Желюючий сік застосовували в технології дріжджових виробів, який отримували шляхом проварювання вичавок разом із на-сінневою камерою. А порошок – в технології листового тіста. Порошок отримували шляхом висушування вичавок з подальшим подрібнення до розміру часток 100 мкм.

Желюючий сік вносили до рецептури дріжджового тіста на стадії замішування тіста у кількості 5,10 та 15 % Порошок – у кількості 2, 4, 6 % від маси борошна.

Досліджено вплив желюючого соку на інтенсивність бродіння тіста і встановлено, що найкращі результати досягаються при внесенні 10 % соку від розрахункової кількості рідини, що сприяє інтенсифікації процесу газоутворення та скорочує час бродіння тіста на 25 %.

Встановлено позитивний вплив желюючого соку з хеномелесу на фізико-хімічні та органолептичні показники якості готових виробів. Зразки з додаванням 10 % соку після розморожування та випікання мали показники пористості вищі на 8 %, формостійкості – на 6 %, питомий об'єм – на 4 % у порівнянні з контрольним зразком.

Розроблено рецептури та технології виробництва борошняних виробів із замороженого тіста з використанням желюючого соку та порошку з хеномелесу Складено принципову техноло-

гічну схему виробництва дріжджових та листкових виробів з відкладеною випічкою, яка включає етапи підготовки сировини до виробництва, приготування тіста, процес заморожування і розморожування, його розробку та формування тістових заготовок, проведення остаточного вистоювання, випікання. Також розроблено рецептуру листкового тіста з використання порошку, встановлено раціональну концентрацію внесення порошку з хеномелесу.

Визначено органолептичні та фізико-хімічні показники якості готових виробів випечених після заморожування. Дослідні зразки характеризуються приємним смаком та ароматом, мають добру пористість, світлий м'якуш, м'яку та еластичну скоринку приємного світло-коричневого забарвлення і можуть бути рекомендовані як новий вид булочних виробів.

Доведено, що борошняні вироби з додаванням желуючого соку мають менше мікробіологічне забруднення та кращі органолептичні показники.

Таким чином використання продуктів переробки хеномелесу в технології заморожених борошняних виробів не лише підвищить якість готових виробів, а й дозволить запровадити ресурсозберігаючі технології на виробництві.

Список використаних інформаційних джерел

1. Костецька Н. І. Ринок хліба і хлібобулочних виробів України: стан і перспективи розвитку / Н. І. Костецька // Галицький економічний вісник. – 2015. – Т. 48. – № 1. – С. 26–31.
2. Солоницька І. В. Структурно-механічні властивості хліба, виготовленого за технологією відкладеного випікання / І. В. Солоницька, Г. Ф. Пшенишнюк, Т. В. Битка // Харчова наука і технологія, 2014. – №1 (26). – С. 44–47.
3. Кульпа К. Производство изделий из замороженного теста / К. Кульпа, К. Лоренца, Ю. Бруммера. – Санкт-Петербург : Профессия, 2005. – 283 с.
4. Хомич Г. П. Исследование показателей качества плодов хеномелеса и способы его переработки / Г. П. Хомич, Ю. В. Левченко, А. М. Горобец / Международный научно-теоретический журнал «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права», г. Белгород. – С. 142–150.

ВИКОРИСТАННЯ ПЮРЕ ГАРБУЗА У ТЕХНОЛОГІЇ СОЛОДКИХ ЕМУЛЬСІЙНИХ СОУСІВ

Г. Г. Висоцький, студент групи ТХ-14М, спеціальність 181 Харчові технології

А. Б. Горальчук, д. т. н., доцент, професор кафедри технології харчування – науковий керівник

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Соусам відводить особливе місце у харчуванні людини та технологічній практиці у зв'язку з їх високими споживчими властивостями. Виступаючи як складовий компонент страв та закусок, соуси грають значну роль у формуванні кінцевих якісних характеристик готової кулінарної продукції, довершуючи її. Соуси можуть одночасно виступати як носієм смаку і аромату, визначаючи смакові властивості продуктів харчування, так і використовуватися для регулювання харчової, біологічної цінності, калорійності страв. Також соуси здатні поліпшувати їх зовнішній вигляд та консистенцію.

Скларось так, що переважна більшість соусів, представлених на вітчизняному ринку – майонези та кетчупи. Популярність цих соусів зумовлена достатньою кількістю основної сировини – соняшникової олії, томатів, простою технологією виробництва, а також невисоким рівнем життя населення та його традиціями. Беручи до уваги той факт, що в нашій країні досить потужна база овочевої сировини, яка багата на біологічно-активні речовини, вітаміни, харчові волокна, для виготовлення соусної продукції вона використовується дуже мало.

Сьогодні на території Херсонської області площі, зайняті під посіви гарбузів для виробництва товарного насіння, щорічно становлять 10–12 тис. га. Отриманий урожай як правило реалізовується як сировина для країн Європи й Азії для виробництва олії. М'якоть гарбуза в основному використовується у виробництві соків, нектарів, варення, повидла. З кожним роком збільшується рівень використання олії насіння гарбузів, що диктує необхідність розширення спектру продукції до складу якої може бути введено м'якоть гарбуза. Гарбузи є цінним продуктом харчування, що містять мінеральні речовини, вітаміни, баластні речовини. Останні в свою чергу можуть виступати ефективними стабілізаторами гетерогенних систем. Тому перспективним є

виробництво емульсійних соусів з використанням пюре гарбуза. Використання дешевої районованої овочевої сировини, дозволить не тільки урізноманітнити існуючий асортимент соусів, підвищити їх харчову цінність, а й отримати продукт з більш доступною ціною.

Актуальним є створення соусів стабільних у гарячому стані, які збалансовані за своїм складом. Загалом, сумарний асортимент вітчизняних і зарубіжних марок, включає в себе тільки групу холодних соусів, а солодких лише на основі плодово-ягідної сировини. В технології виробництва емульсійних соусів до рецептурного складу для стабілізації емульсії вводяться стабілізатори. В основному з цією метою використовується соєве молоко, соєве борошно, крохмаль модифікований, агар, альгінати, карагінани, та інші гідроколоїди. Також відомо, що використання стабілізуючих властивостей пектину, целюлози та геміцелюлози, що містяться в овочевій сировині, не знайшло широкого поширення при виробництві соусів даного типу в силу відсутності науково обґрунтованих технологій. Виробництво ж емульсійних соусів з використанням овочевої сировини в натуральному вигляді дозволить відмовитися від виділених у чистому вигляді стабілізаторів, що має економічний ефект та дозволить підвищити харчову цінність соусів.

Отже, підсумувавши все вище сказане, вважаємо перспективною і актуальною розробку технології та рецептурного складу нових солодких емульсійних соусів на основі пюре гарбуза, які можна використовувати як у гарячому, так і холодному вигляді.

Список використаних інформаційних джерел

1. Игнатенко М. А. Рецептуры эмульсионного соуса кетчупа на основе смеси растительных масел / Игнатенко М. А., Восканян О. С., Паронян В. Х. // Масложировая промышленность. – 2006. – № 4. – С. 18–20.
2. Disruption of viscoelastic beta-lactoglobulin surface layers at the air-water interface by nonionic polymeric surfactants / Blomqvist B. R., Ridout M. J., Mackie A. R., Warnheim T., Claesson P. M., Wilde P. // Langmuir. – 2004. – Vol. 20, № 23. – P. 10150–10158.

РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ЕМУЛЬСІЙНИХ СОУСІВ З ПОКРАЩЕНИМИ СПОЖИВЧИМИ ВЛАСТИВОСТЯМИ

Н. В. Ворона, студент групи ТРГ-61 м, спеціальність 181 Харчові технології

І. В. Чоні, к. т. н., доцент – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Організм людини повинен отримувати повноцінне харчування у вигляді поживних речовин. Значний розвиток хімічних та харчових технологій призвів до виникнення харчових добавок, які, з одного боку, значно полегшують технологічний процес, а з іншого, призводять до виведення інгредієнтів з технологічного циклу, які зазвичай були і залишаються джерелом важливих поживних речовин у традиційній технології. Видалення таких інгредієнтів з рецептур одночасно призвело до виснаження кінцевих продуктів на вітаміни, мінерали та інші харчові компоненти. Ця проблема однаковою мірою стосується емульсійних соусів, серед яких найбільш поширеною групою є соуси холодні, багато з яких виготовляються з використанням різних функціональних композицій або сумішей, розроблених у більшості випадків на основі гідроколідів полісахаридної природи [5].

На сьогодні ефективним способом оптимізації харчової цінності соусів та покращення харчової структури населення є розробка широкого спектру емульсійних соусів із використанням у складі інгредієнтів зернового борошна та рослинних олій. Складові хімічного складу цих продуктів підтримують правильний розвиток організму та стабілізують роботу внутрішніх органів, нормальну циркуляцію та стан шкіри, волосся та нігтів. Знижують ризик серцево-судинних захворювань, зменшують «шкідливий» холестерин у крові та мають протизапальні властивості. Вони допомагають знизити ризик респіраторних захворювань, нормалізувати роботу травного тракту та прискорити прийом їжі [6].

Науково доведено, що борошно злакових у достатній кількості має в своєму складі вищі полісахариди – клітковину, слизові речовини, геміцелюлози, пектинові речовини, які можуть виконувати роль функціональних речовин у технологіях соусів емульсійного типу. У той же час, борошно злакових є ефективним джерелом вітамінів і мінеральних речовин; його викорис-

тання може значно підвищити харчову цінність соусів та покращити структуру харчування населення. Саме деякі з цих властивостей борошна круп слугували важелем для використання їх як основи під час виробництва емульсійної продукції.

За цих умов наукове обґрунтування технології соусів емульсійного типу на основі рисового та вівсяного борошна і кукурудзяної олії, є актуальним, а їх використання дозволить значно розширити асортимент і підвищити харчову цінність продукції цієї групи.

В ході проведення роботи було поставлено та вирішено низку взаємопов'язаних між собою завдань: встановити закономірності впливу хімічного складу вівсяного та рисового борошна та способів технологічної обробки на його функціонально-технологічні властивості; дослідити вплив технологічних чинників – концентрації та виду борошна злакових, кукурудзяної олії – на фізико-хімічні, функціонально-технологічні та органолептичні показники соусів; визначити споживні, технологічні властивості та харчову цінність соусів та їх зміни під впливом технологічних чинників; розробити рекомендації з використання соусів емульсійного типу з борошном та олією у технології кулінарної продукції для закладів ресторанного господарства; провести комплекс організаційно-технологічних заходів щодо впровадження розробки у виробництво.

На основі узагальнення експериментальних даних моделювання систем емульсійного типу було визначено раціональний вміст основних інгредієнтів у соусах, в результаті чого з'явилися органолептичні та фізико-хімічні показники для заданого рівня харчової цінності. Визначено основні органолептичні, фізико-хімічні, мікробіологічні параметри, харчова цінність соусів та їх зміна під впливом технологічних факторів. Виражена здатність інгредієнтів зернового борошна та кукурудзяної олії утворювати неперетравлені комплекси зі свинцем та нітратами, що свідчить про радіопротекторні та дезінтоксикаційні властивості соусів при їх застосуванні та рекомендації соусів для лікувально-профілактичної. Обґрунтовано умови та терміни зберігання соусів. Аналіз та систематизація літературних джерел з даної проблеми дозволили визначити перспективні напрямки створення продуктів харчування, які базуються на використанні нетрадиційної сировини.

Доведено, що борошно злаків – джерело білків, харчових волокон, мінеральних речовин та вітамінів. Великий обсяг та

порівняно низькі витрати на їх виробництво дають можливість застосовувати їх при розробці продуктів харчування. Кукурудзяна олія допомагає отримувати організму антиоксидантні речовини, що допомагають на клітинному рівні вирівнювати обмін речовин, перешкоджаючи тим самим небажаним процесам старіння. Солодкі соуси емульсійного типу використовуються як десерти та приправи для поліпшення смаку і харчової цінності страви. Проблема створення продуктів для профілактичного харчування викликала необхідність оптимізації рецептурних композицій і технологічних рішень при приготуванні жирових емульсій. Багатокomпонентність складу соусів дозволяє широко варіювати рецептурним складом, використовувати інгредієнти, що підвищують біологічну цінність готового продукту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бакулина О. Загустители и структурообразователи. К вопросу об улучшении качества отечественных продуктов питания / О. Бакулина // Пищевая промышленность. – 1999. – № 11. – С. 12–14.
2. Бахмач В. О. Технологія виробництва майонезів / В. О. Бахмач, В. І. Бабенко // Продукты и ингредиенты. – 2010. – № 4. – С. 21–26.
3. Грешнов А. Г. Стабилизаторы в производстве майонезов и маргаринов / А. Г. Грешнов, А. Л. Взоров, В. А. Никитков // Пищевая промышленность. – 1998. – № 1. – С. 44–47.
4. Капрельянц Л. В. Функціональні продукти / Л. В. Капрельянц, К. Г. Іоргачова. – Київ, 2003. – 365 с.
5. Нечаев А. П. Пищевые добавки / А. П. Нечаев, А. А. Кочеткова, А. Н. Зайцев. – Москва : Пресс. 2002. – 198 с.

ТЕХНОЛОГІЧНІ РІШЕННЯ БЕЗГЛЮТЕНОВИХ КОНДИТЕРСЬКИХ БОРОШНЯНИХ ВИРОБІВ З БІСКВІТНОГО ТІСТА

О. С. Герасим, студентка групи ХТ-18м-3, спеціальність Харчові технології

*А. Г. Фарісеєв, к. т. н., доцент кафедри харчових технологій
Дніпровський національний університет ім. О. Гончара*

За даними Всеукраїнського товариства целіакії щороку 450 тис. українців страждають на захворювання, що викликане непереносимістю глютену. Найбільш часто його виявляють у

дітей вікової групи від 1,5 до 2 років, у яких розвивається постійна непереносимість глютену. В останні роки середній вік пацієнтів, у яких діагностується целиакія, становить 45 років, а у 25 % целиакія виявляється у віковій групі старше 60-ти років [1].

Довічне суворе дотримання безглютенової дієти являється основою лікування целиакії, яке передбачає повне виключення з раціону харчування традиційних борошняних виробів.

Відповідно до вимог Codex Alimentarius ВОЗ, безглютеновими можуть вважатися продукти, які містять глютену не більше 20 ppm (parts per million – частинок на мільйон або мг/кг) [2].

В Україні виробництво дієтичних продуктів харчування для населення з непереносимістю глютену розвинене слабо. Основну частину на ринку безглютенового харчування в Україні займають продукти імпортного виробництва. Серед них представлено суміші для випікання, печиво, макаронні вироби, хліб, основи для піци, чіпси, цукерки, соуси, напої, проте вартість їх значно вище в порівнянні з традиційними вітчизняними продуктами [3].

В Україні споживання борошняних кондитерських виробів складає приблизно 12 кг на рік, в тому числі на бісквітну продукцію припадає приблизно 50 % від цього показника [4].

У зв'язку з цим особливо актуальним стає питання розробки нових продуктів вітчизняного виробництва на основі аглютенонних видів борошна. Саме тому, для даного сегменту ринку споживачів пропонується розробка борошняних кондитерських виробів типу бісквіт.

З метою вирішення проблеми та розширення асортименту безглютенових кондитерських виробів, було запропоновано використання суміші борошна кіноа та рисового у технології бісквіту. такий вибір обґрунтовано їх багатим хімічним складом та відсутністю білка глютену в обох видах борошна.

Відмінною особливістю культури кіноа являється вміст білка високої якості. За вмістом білка дана культура має найбільш високі показники, які перевищують дані по білку кукурудзи в 4,6 рази, рису – 2,1; жита – 1,8; проса і вівса – 1,6.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що використання борошна кіноа в суміші з рисовим за вмістом білків, жирів та вітамінно-мінерального комплексу перевершує ті ж показники, що й у пшеничному борошні вищого сорту, проте дана суміш не містить глютену.

Експериментальні зразки бісквітів готували з суміші борошна кіноа та рису у співвідношеннях: 25 : 75, 50 : 50, 75 : 25, 0 : 100 % відповідно. При заміні борошна робили перерахунок рецептури по сухим речовинам.

Для проведення органолептичної оцінки застосовували 25 бальну шкалу з урахуванням коефіцієнта вагомості. Результати дегустації наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Органолептична оцінка безглютенових бісквітів

Показник	Значення показників бальної оцінки при співвідношенні борошна в рецептурі, %				
	контр.	25 : 75	50 : 50	75 : 25	100 : 0
Форма виробу	5,0	4,75	5,0	5,0	5,0
Колір кірки	5,0	4,75	5,0	5,0	5,0
Пористість	4,75	4,75	4,0	4,5	4,0
Колір м'якуша	5,0	5,0	4,75	4,75	4,75
Пружність	5,0	5,0	4,75	5,0	4,75
Аромат	5,0	5,0	4,75	4,5	4,5
Смак	5,0	5,0	4,0	4,5	4,75
Розжовуваність	5,0	5,0	3,5	5,0	5,0
Бальна оцінка	19,9	19,7	18,4	18,92	19,2

У результаті аналізу показників пробних лабораторних експериментів обрано раціональне співвідношення борошна, що забезпечує найкращі органолептичні властивості кексів і найбільший термін зберігання – 25 : 75 %. Оптимальний зразок безглютенового бісквіту представлено на рис. 1.



Рисунок 1 – Бісквіт безглютеновий на суміші борошна кіноа та рису (25 : 75)

Узагальнюючи вищесказане, можна зробити висновки про доцільність розробки технології бісквітів з використанням суміші борошна кіноа та рису для розширення асортименту безглютенових борошняних кондитерських виробів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Їсти чи не їсти хліб: кому потрібна безглютенова дієта: електронний ресурс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://aphd.ua/prykłady-oformlennia-bibliografichnoho-opysu-vidpovidno-do-dstu-83022015/> (дата звернення 19.10.2019). – Назва з екрана.
2. Codex-Alimentarius-Commission. Codex standart for «Gluten-Free Foods». Codex standart Joint FAO/WHO Food Standarts Programme. WHO, 1981:118 (amended 1983).
3. Бабіч О. В. Проблематика забезпечення спеціальними продуктами харчування хворих на целіакію в Україні / О. В. Бабіч, М. М. Віхоть // Проблеми старения и долголетия. – Київ, 2016. – № 2. – С. 230–234.
4. Дорохович В. В. Наукове обґрунтування і розроблення технологій борошняних кондитерських виробів спеціального дієтичного споживання : автореф. дис. ... докт. техн. наук: 05.18.16 / Дорохович В. В. – Київ, 2010. – 39 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗСІЛЬНИХ СИРІВ

А. І. Гладкий, магістр спеціальності *Технології в ресторанно-му господарстві*

Ю. Г. Наконечна, к. т. н., доцент; **А. Б. Бородай**, к. вет. н., доцент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Асортимент сирів на вітчизняному ринку за останні роки значно розширився. Особливо швидко зростає попит населення на м'які розсільні сири. Фізіологічна норма сиру для людини становить 6,6 кг на рік, а його фактичне споживання – 2,5 кг. Обсяг виробництва ж сичужних сирів на одного мешканця країни становить 4,6 кг. Все це говорить про недостатнє насичення ринку сичужними сирами, в тому числі й м'якими розсільними [1, 4].

Структура ємності ринку сиру та сирних продуктів у 2018 році була такою: сичужні сири – 54,9 % (90,04 тис. т); плавлені

сири – 12,3 % (20,17 тис. т); плавлені сирні продукти – 15,7 % (25,75 тис. т); тверді сирні продукти – 17,1 % (28,04 тис. т) [2].

Розсільні сири – це сири, дозрівання і зберігання яких відбувається у розсолі – у бочках або контейнерах, куди їх щільно укладають після формування і заливають 16...20 %-м розчином кухонної солі. Виготовляють їх за технологією м'яких, твердих або напівтвердих сирів. Традиційно розсільні сири виготовляють там, де є молоко та немає умов для дозрівання сиру в повітряному середовищі. Вони зазвичай мають гострий, солоний або кислуватий смак і грубе, крихке тісто. У розсільних сирах відсутня кірка, колір його білий [4].

Для виготовлення розсільного сиру з низькою температурою нагрівання використовують закваски, які містять молочнокислі бактерії (*Lactococcus* і *Leuconostoc*). Пропіоновокислі бактерії використовують для виготовлення розсільного сиру з високою та середньою температурою другого нагрівання (термофільні *Lactobacillus* і *Streptococcus*, *Lactococcus* і пропіоновокислі бактерії). Спостерігається тенденція до використання при виробництві обох класів розсільних сирів мезофільних *Lactobacillus*.

Соління сиру є одним із важливих технологічних факторів, що суттєво впливає на якість розсільного сиру і ступінь його засолювання. Відбувається воно протягом 2 діб. При цьому сіль не лише поліпшує смак сиру, але також є регулятором мікробіологічних і біохімічних процесів, які відбуваються у сирах під час дозрівання та зберігання, впливає на колоїдно-фізичні властивості сирної маси. Домішки у кухонній солі також впливають на органолептичні властивості кінцевого продукту, наприклад, кальцієві солі надають їм дещо лужного та грубого присмаку. Кухонна сіль, проникаючи в сирну масу, пригнічує розвиток мікрофлори, внаслідок чого молочнокислий процес протікає недостатньо активно. Молочний цукор зброджується повільно, невелика його кількість міститься у розсільному сирі навіть через 2–3 міс. (в інших сирах він відсутній уже через 5–10 діб). Глибокого розщеплення білка в розсільному сирі не відбувається. Рисунка немає, іноді наявні у невеликій кількості вічка і порожнини неправильної форми [4].

Інтенсивність соління та активна кислотність (рН) – фактори, які визначають подальше дозрівання розсільного сиру. Кухонна сіль запобігає збільшенню кількості протеолітично-активних мікроорганізмів, які можуть «роз'їдати» поверхню сиру. Збіль-

шення тривалості соління призводить не лише до накопичення вмісту солі у розсільному сири, а й до зменшення вмісту пропіонової та оцтової кислот, погіршення смаку, запаху та консистенції розсільного сиру внаслідок ослаблення протеолізу.

Тривале зберігання сиру в розсолі, яке перевищує термін визрівання, негативно впливає на смакові якості розсільного сиру внаслідок часткового вимивання розчинних речовин із сиру в розсіл. Розсіл зменшує набрякання білків, знижує вміст вологи у розсільному сири, внаслідок чого еластичність сиру знижується, він стає крихким і твердим. Зростання дози солі у зразках бринзи призводить до зниження величин фізико-хімічних показників та затримування розщеплення білкових речовин [4]. Визрівання сиру може відбуватися на дренажі протягом 8–15 діб; або 1–2 діб, після чого його укладають в бочки, металеві контейнери (заповнюють проміжки шматками сирної маси); або розміщують сир у шкурі тварин (овець). Всередині сирної маси збирається розсіл та газ, тому бочки, контейнери чи шкури пересувають для рівномірного розподілу рідини і вивільнення газу. Визрівання ведуть близько 30 діб за температури 9...10 °С. Зберігання сиру відбувається у контейнерах централізовано за температури 2...5 °С [4, 5].

Оскільки сир є одним з найцінніших продуктів у раціоні людини, удосконалення технології і є нашим основним завданням.

У ході роботи визначено за органолептичними показниками максимально можливий відсоток заміни хлориду натрію хлоридом калію, який становить 30 %. Бринза, виготовлена із більшою часткою хлориду калію набуває гіркого смаку. Заміна 20 та 30 % хлориду натрію хлоридом калію не здійснює негативного впливу на органолептичні та фізико-хімічні показники бринзи. Застосування препарату FD-DVS FreshQ 6 (біозахисної ліофілізованої мезофільно-термофільної культури) компанії «Miltex» [3] разом із заміною хлоридом калію позитивно впливає на органолептичні показники, при цьому зареєстровано тенденцію до підвищення титрованої та зниження активної кислотностей сиру. Вказані відсотки заміни кухонної солі хлоридом калію знижують масову частку NaCl на 0,70–0,97 % залежно від рівня заміни у бринзі.

Заміна хлориду натрію хлоридом калію у поєднанні з препаратом Fresh-Q також забезпечує кращі реологічні показники сиру, що проявляються у зниженні гумуватості та твердості і

підвищенні показників жуйності, когезивності, пружності. Органолептичні, фізико-хімічні, реологічні показники бринзи, виготовленої із коров'ячого молока за заміни 20 та 30 % хлориду натрію хлоридом калію у поєднанні з препаратом Fresh-Q корелюють із показниками бринзи контрольного зразку, що співпадає із дослідженнями інших авторів [5].

Список використаних інформаційних джерел

1. Аграрний сектор України [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.agroua.net> (дата звернення 5.11.2019). – Назва з екрана.
2. Офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 5.11.2019). – Назва з екрана.
3. Защитные (протекторные культуры) Miltex [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://miltex.by/catalog/starter-culture/protective-protective-culture> (дата звернення 10.09.2019). – Назва з екрана.
4. Рябченко Н. Ассортимент і якість м'яких розсільних сирів на ринку України [Електронний ресурс] / Рябченко Н. – Режим доступу: <http://docplayer.net/50617243-Asortiment-i-yakist-myakih-rozsilnih-siriv-na-rinku-ukrayini.html> (дата звернення 5.11.2019). – Назва з екрана.
5. Скульська І. В. Удосконалення технології виготовлення бринзи : автореф. дис. ... канд. тех. наук : 05.18.04 / Скульська І. В. – Одеса, 2017. – 20 с.

ВИКОРИСТАННЯ ПРОДУКТІВ ПЕРЕРОБКИ ЯГІД ЧОРНИЦІ В ТЕХНОЛОГІЇ НАПОЇВ

І. О. Гулак, магістр спеціальності *Технології в ресторанному господарстві*;

О. В. Нестеренко, магістр спеціальності *Технології зберігання, консервування та переробки плодів і овочів*

Н. І. Ткач, к. т. н., доцент, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Забезпечення населення країни якісними продуктами харчування – важлива народногосподарська задача. Споживання рос-

линної сировини росте з кожним роком, тому що вона є джерелом біологічно активних речовин, у тому числі вітамінів.

Для виробництва харчових продуктів використовують не тільки місцеву сировину культурних рослин, але й дикорослі ягоди. Особливе місце серед дикорослої сировини, яка збирається у нашій країні, займає чорниця.

Чорницю використовують у харчовій промисловості для виробництва сиропів, соків, морсів, варення, джемів, наповнювачів, харчових барвників. З ягід чорниці роблять вино, яке має прекрасні смакові якості, високі лікувально-дієтичні властивості та гарний колір.

Чорниця відноситься до добрих медоносів, що дає багато нектару. Чорничний мед ароматний, має приємний смак та червонуватий колір.

Ягоди чорниці звичайної містять вуглеводи (глюкозу, сахарозу, фруктозу, пектини), органічні кислоти (лимонну, молочну, яблучну, янтарну, щавелеву), вітаміни (А, В, С, РР), флавоноїди (гіперин, кверцетин, астрагалін), антоціани (дельфінідин, мальвідин, ідаїн, міртилін), феноли, мінеральні речовини макро- та мікроелементи (залізо, селен, кобальт, мідь, золото, срібло, цинк). Ягоди чорниці містять багато дубильних речовин, рутину [1, 2].

При переробці чорниці велике значення має комплексний підхід для збереження у продуктах переробки корисних речовин, на які так багата ця лісова ягода.

Відходи, що утворюються в процесі переробки, містять у своєму складі цінні харчові речовини, а тому можуть використовуватись на підприємствах як нова сировина чи напівфабрикати, переробляються для виготовлення харчових і технічних продуктів або реалізовуватись підприємствам.

Експериментальні дослідження були розпочаті з визначення органолептичних та фізико-хімічних показників вихідної сировини: ягід чорниці, зібраної на території Житомирської області, та її вичавок отриманих після вилучення соку.

Вичавки, які залишаються після вилучення соку містять велику кількість органічних кислот, пектинових, дубильних, мінеральних, барвних та інших речовин. Вичавки з чорниць представляють собою ущільнену масу, яка складається з шкірочки, насіння та залишків м'якоті інтенсивного забарвлення.

За хімічним складом вичавки дещо відрізняються від свіжої сировини.

Однак, хоча вміст поживних речовин у вичавках зменшується, але їх можна використовувати для подальшої переробки, тому що в їх складі міститься значний вміст БАР, зокрема поліфенольних (968 мг/100 г).

Одним із найбільш розповсюджених способів вилучення корисних речовин із вичавок плодово-ягідної сировини є екстрагування [3]. Екстрагування ґрунтується на законі розподілу: вилучення речовини проходить тим повніше, чим більший коефіцієнт її вилучення.

Експериментальними дослідженнями встановлено, що найбільш оптимальними умовами екстрагування вичавок чорниці з метою максимального переходу БАР у екстракт є: гідромодуль – 1 : 0,75, екстрагент – 60 % водно-спиртовий розчин, температура – 50 °С, тривалість – 60 хвилин.

Досліджено вплив природи органічної кислоти та її концентрації на вилучення барвних речовин із вичавок чорниці при екстрагуванні. Встановлено, що найкращі результати досягаються при поєднанні впливу органічної кислоти з 60 % водно-спиртовим розчином. Оптимальні концентрації органічних кислот: 1,5 % – при додаванні винної кислоти і 2,0 % – при додаванні лимонної кислоти.

Загалом екстракти характеризуються високими показниками поліфенольного складу, що свідчить про те, що вони мають високий вміст біологічно активних речовин, і їх можна використовувати у харчовій промисловості як джерело речовин біологічно активного комплексу.

З використанням водно-спиртових екстрактів розроблені фруктовий напій «Лісовий смак», джулеп та фіз чорничний.

Нові фруктові напої мають не тільки досить високі органолептичні показники, а й характеризуються відповідними фізико-хімічними показниками якості, володіють спраговгамовуючою та освіжаючою дією.

Таким чином, водно-спиртові екстракти з вичавок чорниці можуть бути рекомендовані до приготування фруктових напоїв у закладах ресторанного господарства з метою розширення існуючого асортименту і заміни штучних барвників на натуральні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Хомич Г. П. Фенольні сполуки дикорослих плодів і ягід: склад, властивості, зміни при переробці: монографія / Г. П. Хомич, Л. В. Капрельянц. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 217 с.
2. Хомич Г. П. Дослідження флавоноїдів у ягодах чорниці та продуктах її переробки / Г. П. Хомич, Л. В. Капрельянц, С. А. Земелев. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – № 4 (13). – С. 52–55.
3. Хомич Г. П. Отримання екстрактів з вичавок дикорослої сировини і використання їх у безалкогольній промисловості / Хомич Г. П. – Полтава: ПУЕТ, 2012.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ ХЛЕБОБУЛОЧНОГО ИЗДЕЛИЯ

А. Ж. Жолдасова, *магістрантка групи ТПП-21НП, спеціальність Технологія продовольствених продуктів*

А. М. Омаралиева, *к. т. н., доцент*

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза

Пищевая ценность традиционных хлебобулочных изделий, вырабатываемых по государственным стандартам, не отвечает современным требованиям науки о питании: не соблюдается необходимый баланс белков и углеводов. Поэтому введение в рецептуру хлебобулочных изделий компонентов, придающих им диетические, профилактические и функциональные свойства, позволит решить проблему дефицита необходимых пищевых веществ. В качестве функциональных пищевых ингредиентов в хлебопечении рекомендуется использовать белоксодержащее сырье, пищевые волокна, витамины, минеральные вещества, биологически активные добавки (БАД), пищевые добавки натурального происхождения и другие компоненты [1].

С этой целью могут использоваться активные соединения растительного происхождения, в частности, зерновые продукты, хлопья пшеничных зародышей, отруби. Богатым источником белка является жмых, получаемый из семян подсолнечника и хлопчатника. Однако большая часть работ была проведена либо с цельными семенами масличных культур, либо с получаемыми из них кормовыми продуктами – отходами маслобойного или маслоэкстракционного производств. В настоящее время из се-

мян масличных изготавливаются продукты специально для питания человека. Это так называемые пищевые жмыхи из семян подсолнечника, арахиса и хлопчатника, содержащие значительное количество белка. Исследование питательной ценности этих белковых продуктов и их влияния при добавлении на питательную ценность пшеничной муки показало, что они являются весьма ценными белковыми добавками, которые могут частично заменить в зерне высококачественные белки животного происхождения [2].

Разрабатываются рецептуры натуральных обогатительных пищевых добавок и композитные смеси муки с обогатителями. В качестве добавок предлагается использовать порошки из овощей, фруктов, топинамбура, различные зерна, морскую капусту, сыворотки, плоды боярышника, фитодобавки [3].

С применением натуральных обогатителей на хлебопекарных предприятиях республики уже вырабатывается более 60 наименований хлебобулочных и кондитерских изделий. Ряд добавок содержат витаминно-минеральные комплексы.

В последнее время актуальны разработки продуктов питания функционального назначения, спрос на которые постоянно растет. Это вызывает необходимость расширения ассортимента хлебобулочных изделий путем введения в их состав не только уже привычных ингредиентов, но и новых, в том числе с повышенным содержанием клетчатки, витаминов, минеральных веществ.

В связи с вышеизложенным на кафедре «Технологии и товароведения» Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза ведутся исследования по разработке технологии хлебобулочного изделия «Батон отрубной с повышенной пищевой и биологической ценностью, обогащенный растительными добавками.

В качестве обогащения батона изучена пищевая добавка «Бапол» отечественного производства, который изготовлен по специальной технологии на основе пшеничных, ржаных и овсяных отрубей, которые являются источником растительных пищевых волокон. Пищевые волокна выполняют роль природного сорбента. Это пищевой продукт на основе функционально-активной фракции пшеничных отрубей. Бапол является полностью натуральным продуктом без химических добавок, а все витамины и микроэлементы, находящиеся в составе пищевой

добавки «Бапол», содержатся в оболочке зерна и частицах эндосперма пшеницы. Пищевая добавка «Бапол» выступает незаменимым, необходимым пищевым продуктом, обладающим широким физиологическим действием. В табл. 1 представлена пищевая ценность добавки «Бапол»

Таблица 1 – Пищевая ценность растительной пищевой добавки «Бапол»

Наименование добавки	Белки, г	Жиры, г	Углеводы, г	Пищевые волокна, г	Энергетическая ценность, кКал
Растительная добавка «Бапол»	1,8	0,38	2,9	5	10,5

В составе пищевой добавки «Бапол» входят отруби пшеничные, ржаные и овсяные. Технологический процесс производства растительной пищевой добавки «Бапол» представлено на рис. 1 и состоит из следующих операций:

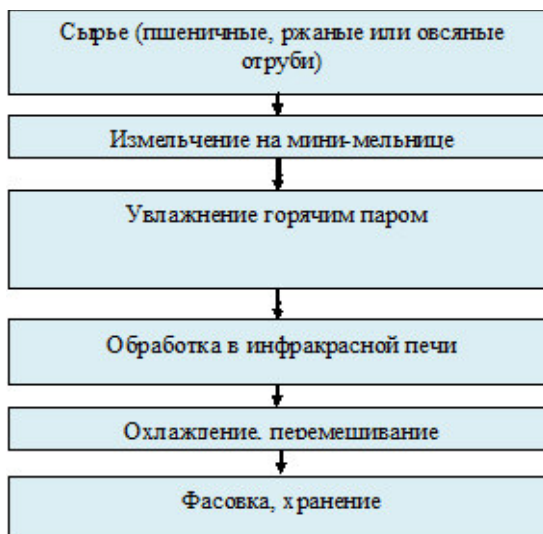


Рисунок 1 – Технологическая схема производства пищевой добавки «Бапол»

Измельчение пшеничных, ржаных или овсяных отрубей производится на мини-мельнице в течение 20 минут до размеров частиц 50–250 мкм, далее идет процесс увлажнения фракции отрубей горячим паром в течение 2-х минут. Затем увлажненная смесь помещается в инфракрасную печь на 2–7 минут и выдерживается при температуре 45 °С. После охлаждения продукт перемешивается в течение 5 минут в смесителе со скоростью 20 об/мин, далее продукт фасуется в герметичную упаковку.

Для исследования качества батона готовили тесто опарным способом. Опару готовили из 60 % муки, 40 % воды и вносили 1,5 % дрожжей от количества муки, идущей на замес теста по рецептуре.

Количество растительной добавки варьировали при опарном способе тестоведения от 10 % до 25 % к массе перерабатываемой муки. Тесто замешивали в течение 10 минут при температуре 28...30 °С, с влажностью 44 %. Время брожения теста после замеса 50 минут. Контролем служило тесто без добавления добавки.

О влиянии растительной пищевой добавки «Бапол» на качество батона судили по влажности, кислотности батона, высоты изделий и органолептической оценке (табл. 2).

Таблица 2 – Влияние различной дозировки растительной добавки «Бапол» на качество батонов

Показатели	Контроль	Количество растительной добавки к массе муки, %			
		10	15	20	25
Влажность, %	42,6	10	15	20	25
Кислотность, град.	2,6	3,2	3,4	3,4	Не соответствует требованиям ГОСТа
Высота изделий, см					
До выпечки	4,5	5,5	6	6,0–6,5	
После выпечки	6	6,5–7,0	7,0–7,5	7,5–8,0	
Цвет	Светло-коричневый	Светло-коричневый	Светло-коричневый	Темно-коричневый	
Запах	Свойственный запаху батонов отрубных				
Вкус	Свойственный вкусу батонов отрубных				

Из табл. 2 можно увидеть, что внесение растительной добавки «Бапол» при производстве батонов отличается от контроля-

ного варианта: снижается щелочность (%): на 23,1; 30,8; 30,8. Увеличивается высота изделий после выпечки (%): на 16,0; 25,0; и 33,0.

Цвет изменялся от светло-коричневого до темно-коричневого. По органолептическим показателям наиболее оптимальным вариантом был батон с добавлением 20 % растительной добавки «Бапол», который соответствовал требованиям стандарта. На рисунке 2 можно увидеть как изменялся цвет батонов при добавлении растительной пищевой добавки «Бапол» от 10 до 20 %.



Рисунок 2 – Экспериментальные образцы батонов

Таким образом, при производстве батончиков оптимальным количеством растительной добавки «Бапол» является 20 % к массе перерабатываемой муки.

Исследования по разработке технологии хлебобулочного изделия, обогащенного растительной пищевой добавкой «Бапол»

будут продовжені. В подальшому буде вивчено вплив рослинної добавки «Бапол» на газообразуючу здатність тесту, на якість клейковини, реологічні властивості тесту, а також вивчена харчова цінність хлібобулочного виробу з використанням харчової добавки «Бапол».

Список використаних інформаційних джерел

1. Матвеева И. В. Пищевые добавки и хлебобулочные улучшители в производстве мучных изделий / Матвеева И. В., Белявская И. Г. – Москва : Телер, 2001. – 99 с.
2. Матвеева И. В. Биотехнологические основы приготовления хлеба / Матвеева И. В., Белявская И. Г. – Москва : ДеЛи принт, 2001. – 150 с.
3. Шишков Ю. И. Хлебобулочные изделия – продукты функционального питания / Шишков Ю. И., Рогов А. А. // Пищевая промышленность, 2004. – № 12. – С. 92–94.

ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ КАРМІНУ НА ОСНОВНІ ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ БІСКВІТНОГО ВИРОБУ

Я. А. Інютіна, студентка групи ТХ-14м, спеціальність 181 Харчові технології

А. Б. Горальчук, д. т. н., професор, професор кафедри технології харчування – науковий керівник Вищого навчального закладу «Харківський державний університет харчування та торгівлі»

На сьогоднішній день тенденція використання натуральних барвників замість синтетичних має високе соціальне значення. При використанні синтетичних барвників в кондитерській промисловості, а саме при розробці і виготовленні бісквітних виробів, науково доведений канцерогенний, генотоксичний і нейротоксичний вплив на організм людини, що є актуальною проблемою їх заміни. Доцільною альтернативою є використання натурального барвника – карміну (E120).

Відповідно до сформульованої інноваційної стратегії передбачається одержання бісквітного напівфабрикату із насиченим червоним кольором і стабілізованою структурою. Головною та необхідною умовою одержання піноподібних десертів є застосування піноутворювачів. Згідно розробленої рецептури, система передбачає додавання до білкової системи олії, а при цьому

головною науковою та практичною проблемою є стабілізація піноподібних систем у присутності жирової фази.

Для забезпечення кращих органолептичних показників є необхідність у використанні стабілізаторів. Визначено, що за всіма фізико-хімічними показниками і технологічними властивостями доцільним є використання комплексу моно- та дигліцеридів жирних кислот (E471).

Для одержання бісквітних виробів з високими показниками піноутворюючої здатності та стійкості піни, вивчено вплив E471 на зазначені показники. Встановлено, що за вмістом E471 у кількості 3,5 % досягається максимальна стійкість піни, а при збільшенні концентрації до 4 % стійкість піни починає зменшуватись, що свідчить про надмірну кількість поверхнево-активних речовин, яка знижує досліджувані параметри.

Проведено дослідження піноутворюючої здатності та стійкості піни бісквітного тіста у присутності карміну. Встановлено, що при збільшенні концентрації барвника, піноутворююча здатність і стійкість піни – зменшуються. Для визначення раціональної концентрації карміну, проведено експеримент за результатами якого можна зробити висновок, що при концентрації барвника в розмірі 4,0 % стійкість піни досягає максимального результату, а при збільшенні концентрації до 4,5 % і вище стійкість піни зменшується, що, ймовірно, пов'язано з наявністю більш активних поверхнево-активних речовин у барвнику, що витісняють менш активні поверхнево-активні речовини, і при цьому не формують піну.

Визначено поверхневий натяг розчину карміну. Встановлено, що при збільшенні концентрації карміну поверхневий натяг рідини зменшується, що свідчить про наявність поверхнево-активних речовин у складі барвника.

Таким чином, отримані залежності дозволяють уточнити умови для удосконалення розроблюваної нами технології бісквіту «Червоний оксамит». Тому вміст барвника на рівні 4 %, дозволяє одержати бісквітний виріб з максимальним показником піноутворюючої здатності, стійкості піни і кольору.

Список використаних інформаційних джерел

1. Харчування людини і сучасне довкілля: теорія і практика / Пересічний М. І., Кравченко М. Ф., Корзун В. Н., Григоренко О. М. – Київ : КНТЕУ, 2002. – 526 с.

2. Кошеніль. Велика радянська енциклопедія : [в 30 т.] / гол. ред. А. М. Прохоров. – 3-є вид. – Москва : Радянська енциклопедія, 1969–1978.

ВИКОРИСТАННЯ ПОВЕРХНЕВО-АКТИВНИХ РЕЧОВИН У ТЕХНОЛОГІЇ БІСКВІТУ ШОКОЛАДНОГО

*К. О. Капусник, студентка групи ТХ-14М, спеціальність 181
Харчові технології*

*А. Б. Горальчук, д. т. н., доцент, професор кафедри техноло-
гії харчування – науковий керівник*

*С. Б. Омельченко, к. т. н., доцент кафедри технології харчу-
вання – науковий консультант*

Харківський державний університет харчування та торгівлі

У широкому асортименті напівфабрикатів збивних випечених кондитерських, які представлені на продовольчому ринку України, окрему групу займають бісквітні напівфабрикати. Створення високоякісних харчових продуктів нового покоління, у тому числі й бісквітних напівфабрикатів, базується на виборі різних видів сировини в таких співвідношеннях, які забезпечують відмінну якість готового продукту, високі органолептичні показники, споживчі та технологічні характеристики.

Начасі, асортимент бісквітних напівфабрикатів, що представлено на ринку України, не в повній мірі враховує потреби споживачів у якісній та смачній продукції. У складі бісквітних напівфабрикатів використовують харчові добавки, які не враховують вимоги кінцевого продукту, а саме – високу піноутворюючу здатність та довготривалу стійкість піни. Основними обмеженнями, які необхідно враховувати під час виробництва бісквітної продукції, є порушення дисперсної системи «газ-рідина» (до її видалення), наслідком чого є руйнування піни. Бісквіт шоколадний, що представлено на продовольчому ринку володіє недостатньою піноутворюючою здатністю та, як наслідок, має не тривалу стійкість піни, що в подальшому (при випіканні напівфабрикату) призводить до погіршення структури та зовнішнього вигляду готового до вживання бісквіту.

Одним із шляхів вирішення вищезазначеної проблеми є виготовлення бісквіту шоколадного з використанням у його складі поверхнево-активних речовин та введення шоколаду у

вигляді шоколадного порошку. Прогнозується, що за реалізації даної технології бісквіт шоколадний буде мати нові характеристики, а саме високу піноутворюючу здатність, тривалу стійкість піни, більш пористу структуру випеченого напівфабрикату, що дозволить підвищити показники якості продукції.

В ході аналітичних досліджень визначено фізико-хімічні властивості бісквіту шоколадного, до складу якого внесено поверхнево-активні речовини. Встановлено, що однією з технологічних операцій для виготовлення даного виду продукції є випікання за високих температур, що призводить до плавлення шоколаду та впливу жирових частинок на ще не видалене дисперсійне середовище. Тому в якості ПАР для одержання бісквіту було обрано харчову добавку з високою температурою плавлення E 471, яка забезпечить стійкість системи.

Таким чином, серед поверхнево-активних речовин, що досліджувалися обрано E471 так як дана ПАР має високу температуру плавлення та утворює досить стійку піну. Визначено концентрацію E471 для шоколадного бісквіту 1,6 %. Виявлено, що підвищення температури шоколадного бісквіту при його збиванні зменшує в'язкість системи та збільшує кількість поверхнево-активних речовин у водному середовищі, за рахунок неповного розчинення частинок шоколадного порошку. За рахунок чого збільшується піноутворююча здатність шоколадного бісквіту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Горальчук А. Б. Наукове обґрунтування технології напівфабрикатів збивних для кулінарної та кондитерської продукції з поліфазною дисперсною структурою : дис. ... док. техн. наук / Горальчук Андрій Богданович. – Харків, 2016. – 326 с.
2. Структура и текстура пищевых продуктов. Продукты эмульсионной природы : [пер. с англ.] / [ред. Б. М. МакКенна] ; под науч. ред. Ю. Г. Базарновой. – Санкт-Петербург : Профессия, 2008. – 480 с.
3. Пат. № 42886 Україна, МПК А 21 D 13/08 (2009.01). Композиція інгредієнтів для приготування бісквітного напівфабрикату. / Капетула С. М., Іоргачова К. Г., Котузаки О. М., Макарова О. В.; Опубл. 27.07.2009. Бюл. № 14.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБІВ ІЗ М'ЯСА ЗА РАХУНОК ВИКОРИСТАННЯ УЛЬТРАЗВУКУ

А. О. Кононенко, магістр спеціальності Технології в ресторанному господарстві

А. Б. Бородай, к. вет. н., доцент – науковий керівник Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Однією з проблем, яку щодня мусить вирішувати людство, є підвищення якості життя взагалі та якості харчування зокрема. Актуальним у цьому напрямі є забезпечення технологічної стабільності м'ясної продукції. Її харчова цінність обумовлена, в першу чергу, кількістю і якістю білка, а також вмістом у цих продуктах украй необхідних для нормальної життєдіяльності людини жирів, макро- й мікроелементів, вітамінів та інших харчових речовин, що забезпечують у сукупності високі смакові властивості та засвоюваність продуктів [4].

Якість м'яса значною мірою залежить від вмісту в ньому сполучної тканини: чим її більше, тим нижчою є біологічна і харчова цінність. Найкращим для організму людини вважається м'ясо, яке складається з 85 % м'язових волокон та 15 % білка сполучної тканини. Саме білки сполучної тканини формують драгледоподібні структури, що контролюють процеси травлення, сприяють виведенню з організму іонів важких металів, канцерогенів, є джерелом для розвитку кишкової мікрофлори.

До частин туші з високим вмістом сполучної тканини застосовують хімічні, біологічні, механічні та фізичні методи, що дозволяє підвищити вихід придатного для виробництва напівфабрикатів м'яса з 15–17 % до 40–43 % [2, 4].

Одним із перспективних напрямків удосконалення та інтенсифікації технологічних процесів виробництва харчових продуктів є застосування ультразвукових коливань. Діапазон застосування ультразвуку в процесі виробництва м'ясопродуктів промисловим способом на сьогодні є доволі широким і включає: прискорення дозрівання м'ясної сировини, тендеризацію м'яса, його посол, теплову обробку [4].

Сутність процесу тендеризації м'яса за допомогою ультразвуку полягає в застосуванні ультразвукових коливань з метою руйнування сполучних тканин м'яса. Часткове руйнування та пом'якшення тканинних структур дає можливість поліпшити

консистенцію, соковитість, збільшити проникність речовин соління та прискорити ферментативні процеси [2].

Таким чином, для удосконалення технології м'ясних кулінарних виробів перспективним є використання м'яса з великим вмістом сполучної тканини (ВВСТ) після оброблення його ультразвуком.

Із метою удосконалення технології м'ясних кулінарних виробів було проведено дослідження впливу тривалості і величини ультразвукової обробки на показники якості й безпеки м'ясних напівфабрикатів. Якість готових м'ясних виробів, виготовлених за традиційною та удосконаленою технологією, визначали за допомогою стандартних методів та методик дослідження [1]. В якості вихідної сировини було обрано м'язи тазостегнової частини свинини. Контрольні й дослідні зразки готували з однієї партії сировини.

Вплив тривалості оброблення м'ясних напівфабрикатів ультразвуком визначали в ультразвуковій ванні заводського виробництва з частотою УЗ коливань 35 кГц протягом 4, 6, 8, 10 та 12 хв. Контрольні й дослідні зразки піддавали тепловій обробці відповідно до традиційної технології приготування.

Результати дослідження вологоутримуючої та вологозв'язуючої здатності тендеризованого м'яса свідчать про те, що під час оброблення ультразвуком відбувається перерозподіл форм зв'язку вологи у м'ясі. У зразках напівфабрикатів, оброблених УЗ (τ – 8–10 хв) на 10,0–12,3 % зменшується вміст вільної вологи та збільшується вміст зв'язаної вологи. Ніжність зразків напівфабрикатів із свинини з ВВСТ зростає на 20,3 %.

Гістологічними дослідженнями зразків встановлено деструктивні зміни з боку колагенових волокон ендомізію, перимізію і сухожилкових прошарків, починаючи з 4 хв оброблення. В ендомізії і перимізії спостерігається набрякання і численні розриви, дезінтеграція як із сарколемою м'язових волокон, так і з сухожилками. Рівень гідратації білків саркоплазми і колагенових волокон ендомізію та перимізію збільшується до 10 хв оброблення.

Досліджено кількість мезофільних аеробних і факультативно-анаеробних мікроорганізмів (МАФАНМ), бактерій групи кишкової палички (БГКП), патогенної флори, у тому числі бактерій роду сальмонела, протей, *Staphylococcus aureus*, а також плісняві гриби. Дослідження мікробіологічних показників здійснювали відповідно до санітарно-гігієнічних вимог на сировину

та харчові продукти. У всіх зразках були відсутні бактерії групи кишкової палички (коліформи) в 0,1 г та патогенна мікрофлора, у тому числі бактерії роду *Salmonella* в 25 г, *Staphylococcus aureus* в 1 г продукту. Показник МАФАНМ склав $\leq 1 \cdot 10^3$ КУО/г. Установлено, що за всіма показниками, які регламентуються нормативною документацією, в експериментальних зразках відхилень не спостерігалось. Після оброблення м'ясних напівфабрикатів ультразвуковими коливаннями кількість мікроорганізмів зменшувалась порівняно з контролем у 2,5–3,0 рази при експозиції 10–12 хв відповідно. Це свідчить про згубний вплив ультразвукових коливань на мікрофлору оброблюваної сировини.

Результати оцінки органолептичних показників ескалопу зі свинини, попередньо обробленого ультразвуком, дозволяють зробити висновок, що м'ясні вироби, оброблені ультразвуком протягом 8 - 10 хв. не поступалися контролю.

Економічний ефект проведених досліджень полягає у тому, що ультразвукова обробка сировини дає змогу використовувати для приготування м'ясних кулінарних виробів м'ясо з високим вмістом сполучної тканини, яке є дешевшим, а готовий продукт за органолептичними показниками не поступається контролю.

Таким чином, оброблення напівфабрикатів зі свинини з ВВСТ в ультразвуковій ванні з частотою коливань 35 кГц протягом 8 хв, покращує показники якості та безпеки напівфабрикатів і готового продукту, а удосконалення технології м'ясних виробів має соціальний і економічний ефект.

Список використаних інформаційних джерел

1. Антипова Л. В. Методы исследования мяса и мясных продуктов : учебник / Антипова Л. В., Глотова И. А., Рогов И. А. – Москва : Колос, 2001. – 376 с.
2. Дейниченко Г. В. Безвідходна переробка м'яса з високим вмістом сполучної тканини з використанням ультразвуку : монографія / Дейниченко Г. В. та ін. – Харків : Факт, 2012. – 192 с.
3. Винникова Л. Г. Технология мяса и мясных продуктов / Винникова Л. Г. – Київ : Инкос. 2006. – 600 с.
4. Производство мясной продукции на основе биотехнологии / [А. Б. Лисицын, Н. Н. Липатов, Л. С. Кудряшов, В. А. Алексахина] ; под общ. ред. Н. Н. Липатова. – Москва : ВНИИМП, 2005. – 369 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ М'ЯСНИХ СІЧЕНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ З ФУНКЦІОНАЛЬНИМИ ВЛАСТИВОСТЯМИ

А. В. Копилець, студент групи ТРГм-61, спеціальність 181 Харчові технології, освітня програма «Технології в ресторанному господарстві»

Т. Ю. Суткович, к. т. н., доцент, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Харчування населення – найважливіша соціальна проблема у всі часи і для всіх народів. Від повноцінного харчування залежить здоров'я та життєдіяльність людини.

Збереження і зміцнення здоров'я людей є найважливішим завданням будь-якої цивілізованої держави. Несприятлива екологічна ситуація в Україні вимагає приділяти більше уваги якості та безпеці продуктів харчування, створенню якісно нових харчових продуктів, функціональні можливості яких спрямовані на підвищення здоров'я людини.

Метою даної роботи було удосконалення технології м'ясних січених кулінарних виробів з метою підвищення їх біологічної цінності за рахунок додавання борошна з насіння гарбузів сорту «Голонасінний» (БГГ).

Для виконання поставлених у роботі завдань була складена програма проведення досліджень, яка передбачала, зокрема: вибір основної та додаткової сировини; вибір видів готової продукції; зразків-аналогів (контрольних зразків); розробку рецептур дослідних зразків; показників контролю якості; методів, методик досліджень та режимів зберігання.

В якості об'єктів досліджень ми обрали котлети «Київські» [1], Вироби, виготовлені за цими ТУ були контрольними зразками, а дослідні вносились добавки гарбузового борошна.

Для визначення оптимальної кількості добавок борошна ми виготовляли зразки котлет з вмістом добавки 3, 5, 10, 15 і 20 %, які вносились на стадії приготування фаршу. З метою вивчення впливу добавок борошна на органолептичні показники проводили експертну оцінку за 25 бальною шкалою. Котлети попередньо піддавалися тепловій обробці шляхом обсмажування в соняшникової олії до готовності, а потім дегустувались.

На основі органолептичної оцінки контрольних і дослідних зразків котлет була обґрунтована оптимальна кількість добавки борошна. В наших дослідах вона склала 15 %. Результати наведені на профілограмі (рис. 1).

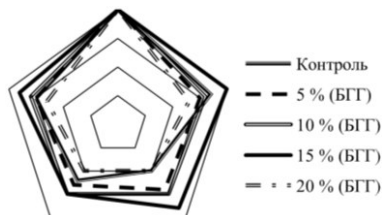


Рисунок 1 – Органолептична оцінка якості готових виробів

Важливим показником якості жировмісних продуктів є їх кислотне і перекисне числа. Збільшення цих показників при зберіганні продуктів, у тому числі і м'ясних, свідчить про активність автолітичних процесів, що призводять до псування продукції.

Вміст жирів у насінні гарбузів сорту «Голонасінний» в 2...3 рази нижча, порівняно із звичайними сортами гарбуза. Наявність тонкої плівки-луски підвищує вміст у сировині клітковини, порівняно із очищеними зернинами гарбуза традиційних сортів. Вищевказані чинники дають можливість отримувати напівжирне борошно з такого насіння. Для запобігання грудкуванню борошна є доцільним перед подрібненням насіння просушувати його до вологості 5–7 % [2]. Це забезпечує отримання більш якісного та стійкого при зберіганні борошна.

Для контролю інтенсивності протікання окислювальних та гідролітичних процесів в жировій фракції визначали перекисне та кислотне числа, за якими встановлювали допустимі терміни зберігання контрольних та досліджуваних зразків. Результати наведені в таблицях.

Таблиця – Кислотне число напівфабрикатів при їх зберіганні

Варіант	Кислотне число, мг КОН						
	відразу після виготовлення	після зберігання при t = 0...6 °С, год			після зберігання при t= -12...-18 °С, тижні		
		6	12	24	1	2	4
Контроль	0,7	0,72	0,9	1,1	0,92	0,93	1,39
15 % БГТ	0,69	0,71	0,87	1,08	0,89	0,91	1,3

Продовж. табл.

Варіант	Кислотне число, мг КОН						
	відразу після виготовлення	після зберігання при $t = 0...6$ °С, год			після зберігання при $t = -12...-18$ °С, тижні		
		6	12	24	1	2	4
Перекисне число, % J_2							
Контроль	0,010	0,017	0,025	0,034	0,014	0,018	0,024
15 % БГТ	0,008	0,013	0,018	0,026	0,012	0,016	0,020

Як видно з даних таблиці, після зберігання котлет з додаванням гарбузового борошна кислотне та перекисне числа були значно нижчими від контрольного зразка. Це свідчить про те, що внесена добавка сприяє подовженню терміну зберігання м'ясних напівфабрикатів.

Висновки. Враховуючи з вищезазначене, можна стверджувати, що завдяки хорошим фізико-хімічним та органолептичним показникам розроблених м'ясних січених виробів, борошно гарбузове голонасінне можна широко використовувати в технології виробництва харчових продуктів для підвищення їх біологічної цінності і створення продуктів лікувально-профілактичної дії.

Список використаних інформаційних джерел

1. Здобнов А. И. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий / А. И. Здобнов, В. А. Цыганенко. – Киев : Лада Год, 2009. – 680 с.
2. Столярчук В. М. Оптимізація щільності виробів із пісочного тіста з використанням борошна гарбузового насіння / В. М. Столярчук // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2005. – № 3 (16). – С. 68–71.

ВИРОБНИЦТВО М'ЯСНИХ НАПІФАБРИКАТІВ З ПІДВИЩЕНИМ ВМІСТОМ БІОЛОГІЧНО АКТИВНИХ РЕЧОВИН

Г. О. Котляр, студент групи ТРГМ-61, спеціальність 181 Харчові технології, освітня програма «Технології в ресторанному господарстві»

Т. Ю. Суткович, к. т. н., доцент, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасна їжа повинна мати високоякісні показники, бути цілком безпечною, смачною, здатною задовольняти потреби всіх

категорій населення з урахуванням національних звичок, традицій.

Поява нових організаційних форм торгівельного обслуговування та зростаючі темпи сучасного життя населення, зумовлюють централізацію процесів виробництва виробів швидкого приготування, підвищення попиту на високоякісну, легку у споживанні їжу. Усе це сприяє розвитку виробництва напівфабрикатів. Несприятлива екологічна ситуація в країні вимагає більше уваги приділяти якості та безпеці продуктів харчування, що виробляються, створенню якісно нових харчових продуктів, функціональні можливості яких спрямовані на підвищення здоров'я людини.

Одним з напрямків розширення використання вітчизняних продуктів, що містять білок є виробництво грибів, вирощених у регулятивних умовах, які зайняли вагоме місце в якості біло-квмісної сировини для кулінарних виробів та напівфабрикатів

Метою роботи є розробка та обґрунтування технології виробництва м'ясних напівфабрикатів з підвищеним вмістом біологічно-активних речовин за рахунок додавання грибів печериця, перцю солодкого та чорносливу.

Для досягнення поставленої мети необхідно було вирішити низку взаємопов'язаних завдань:

- проаналізувати літературні джерела з обраної теми;
- здійснити вибір потрібної основної та допоміжної сировини;
- обґрунтувати доцільність використання рослинної сировини при виробництві м'ясних функціональних продуктів.

При розробці рецептури для м'ясних напівфабрикатів, нами була прийнята за аналог вже відома рецептура «Зрази з начинкою» [1].

Досліди проводили над охолодженими при t° : $0 + 6^{\circ}\text{C}$, через 6, 12 та 24 години та замороженими при t° : $-12 - 18^{\circ}\text{C}$, через 1 тиждень, 2 тижні, 4 тижні.

За контрольний зразок було взято результати дослідів над сирим комбінованим виробом.

Для того, щоб визначитися з оптимальним співвідношенням м'ясної і рослинної сировини, ми проводили попередні дослідження органолептичних показників 5-ти дослідних зразків з різним співвідношенням рослинних добавок за бальною оцінкою.

Таблиця – Співвідношення рослинної сировини в м'ясних зразках, г

Номер зразка	Назва сировини		
	гриби	солодкий перець	чорнослив
Зразок 1	14	18	3
Зразок 2	15	15	5
Зразок 3	16	13	6
Зразок 4	15	12	8
Зразок 5	13	13	9

Дегустаційна оцінка виробів привела до наступного висновку: перший і другий зразок мав дуже виражений смак та аромат солодкого перцю, а смак і аромат грибів та чорносливу був менш вираженим. П'ятий зразок мав чітко переважаючий смак та аромат чорносливу. Третій та четвертий зразки були за органолептичними показниками найбільш гармонійними.

М'ясо-рослинні вироби, що виготовляли, оцінювали не лише за органолептичними, а й за фізико-хімічними показниками, а саме: вміст вологи, вітамін С, титрована та активна кислотність (рН).

Фізико-хімічні показники визначають для того, щоб порівняти їх зі стандартними та дізнатися як ці показники змінюються в процесі зберігання.

Вільна волога, яка знаходиться в продукті, під час зберігання має здатність випаровуватися. Але, як видно з досліджень, ці зміни не суттєві. Під час охолодження та зберігання за 24 год волога знизилася всього на 1,3 %. Це пояснюється відомим фактом про значну водоутримуючу здатність рослинних волокон (целюлози, геміцелюлоз та пектину).

Вміст вологи в заморожених виробах за місяць знизився на 3,7 %. Таким чином, наявність рослинної сировини, яка володіє гарною водоутримуючою здатністю, буде позитивно впливати на якість готових виробів.

Кислотність є відносним показником доброякісності та стабільності продукту. Титрована кислотність зросла за 24 год на 0,13 %. Можна зробити висновок, що поєднання м'яса з рослинною сировиною позитивно впливає на якісні показники продукту.

При додаванні рослинної сировини до м'ясних виробів, спостерігається зміщення рН в кислу сторону, що створює не-

сприятливі умови для розвитку гнилісної мікрофлори і подовжує строки зберігання продукту.

Вміст вітаміну С зменшився за 24 год зберігання за стандартних умов на 2 %. Це пояснюється тим, що вітамін С дуже нестійкий, але при мінусових температурах він зберігається краще. За місяць вміст вітаміну С зменшився на 6,8 %.

Висновки.

1. Обґрунтовано доцільність використання рослинної сировини при виробництві м'ясних функціональних продуктів та оптимальний рецептурний склад м'ясних напівфабрикатів з рослинною начинкою. На основі дегустаційної оцінки доведена технологічна сумісність рослинних добавок з основними компонентами харчової системи.

2. Досліджено зміни фізико-хімічних показників м'ясних зраз з рослинною начинкою під впливом термічної обробки та в процесі зберігання.

3. Включення у раціон харчування людини запропонованих м'ясо-рослинних напівфабрикатів, дає змогу збільшити ресурси БАР, необхідних для організму людини.

Список використаних інформаційних джерел

1. Здобнов А. И. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий / А. И. Здобнов, В. А. Цыганенко. – Київ : Лада Год, 2009. – 680 с.

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ ПОПЕРЕДНЬОЇ ОБРОБКИ М'ЯСА ДИЧИНИ

Ю. В. Лінійчук, студент групи ТРГм-61 (Ж), спеціальність 181 Харчові технології, освітня програма «Технології в ресторанному господарстві»

Т. Ю. Суткович, к. т. н., доцент, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Цікавість до здорового харчування викликана швидким темпом життя, погіршенням екологічності навколишнього середовища, якості медичного обслуговування. Ці фактори негативно впливають на імунну систему, що призводить до росту захворювань населення різного спрямування.

Сучасні індустріальні технології виробництва харчових продуктів, в яких широко використовуються жорсткі інтенсивні режими обробки сировини поглиблюють негативний вплив на людський організм. Жорсткі режими обробки нативної сировини призводять до значної втрати біологічно активних речовин [1, 2]. Тому люди, які планують тривалий час бути працездатними і активними, велику увагу приділяють продуктам харчування – а саме екологічно чистій сировині та технологіям, які б забезпечували максимальне збереження всього цінного під час переробки.

Одним із варіантів вирішення цієї проблеми є приготування страв із м'яса дичини із застосуванням новітніх методів попередньої обробки.

М'ясо диких тварин завжди вважалося корисною їжею. По-перше, дикі тварини харчуються натуральними кормами, до того ж далеко від промислових зон. По-друге, вони ведуть рухливий спосіб життя, що позитивно позначається на консистенції їх м'яса – воно досить щільне і не дуже жирне. В силу цих факторів м'ясо диких тварин одночасно має високі поживні та дієтичні властивості.

М'ясо дичини є нежирним продуктом, так як містить лише 1–3 % ліпідів. Але воно багате протеїнами – 15–20 %. А особливістю є те, що вміст в ньому мікроелементів значно більший, ніж у свійських тварин [4].

Метою даної роботи є удосконалення технології приготування м'яса дикого кабана для закладів ресторанного господарства та визначення впливу вакууму на отримання безпечної, якісної та біологічно цінної готової продукції.

Для досягнення поставленої мети необхідно було вирішити низку взаємопов'язаних завдань:

- науково обґрунтувати доцільність застосування вакууму у виробництві м'ясних напівфабрикатів із м'яса дикого кабана;

- дослідити вплив вакууму на органолептичні показники якості готової продукції, отриманої за удосконаленою технологією;

- дослідити мікробіологічні показники м'ясних напівфабрикатів.

Першим етапом досліджень було визначення тривалості вакуумування та визначення впливу цієї обробки на органолептичні показники готових страв. Для цього м'ясо дикого кабана

(декілька порцій) поміщали в спеціальну вакуумну установку, де витримували при величині тиску 20 кПа. Одну партію витримували протягом 60 хв, іншу – 120хв.

За традиційною технологією приготування страв із м'яса диких тварин передбачає його замочування в різних розчинах. Тривалість такої обробки від 6–12 год до кількох діб. Це необхідно для того, щоб видалити специфічний аромат, притаманний такому м'ясу.

Процес замочування проводили в гіпобаричних умовах, зануривши одну партію сировини в яблучне пюре свіжоприготовлене, а другу – в апельсиновий свіжовилучений сік. Підготовлені таким чином дрібно шматкові напівфабрикати тушкували за традиційною технологією. За допомогою органолептичних показників визначали вплив тривалості вакуумування на якість отриманих виробів. Контролем слугувало свіже м'ясо свинини (контроль 1) та заморожена свинина (контроль 2). Контроль 2 вибраний тому, що ми працювали із м'ясом дикого кабана, яке було заморожене.

Аналізуючи дані органолептичної оцінки отриманих страв можна зробити висновок, що найкращі показники мали страви із м'яса, яке попередньо вакуумувалось в апельсиновому соці протягом 120 хв з величиною тиску 20 кПа. М'ясо, підготовлене за такою технологією характеризувалось помірною ніжністю. Був повністю відсутній специфічний аромат, притаманний м'ясу диких тварин, а сік, який всотувався в процесі вакуумування в клітинні структури надавав особливо приємних ноток фруктової насолоди.

Економічна доцільність цього ефекту полягає в тому, що вакуумування м'яса диких тварин надає змогу використовувати для приготування м'ясних напівфабрикатів м'яса дичини жорсткіше, з більшим вмістом сполучної тканини, а готова продукція характеризується більшою соковитістю та ніжністю. Використання м'яса не за кулінарним призначенням не впливає на органолептичні показники готового продукту. Застосування такої технології сприяє задоволенню потреб людини в повноцінному та безпечному харчуванні, не завдає негативного впливу на організм людини.

Висновки. Проведені дослідження дають змогу стверджувати, що застосування таких технологічних прийомів як вакуумування м'яса дикого кабана з проведенням цього процесу у

апельсиновому соці, призводить до того, що якість готових виробів характеризується помірною ніжністю, відсутністю специфічного аромату та набутим приємно-фруктовим смаком. Така обробка дає можливість скоротити процес замочування м'яса в декілька разів та отримати збалансований, вишуканий харчовий продукт.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дымань Т. Н. Новые тенденции в питании человека / Т. Н. Дымань, С. И. Шевченко, С. В. Берзина. – Київ : Гнозис, 2007. – 76 с.
2. Капрельянц Л. В. Функціональні продукти / Капрельянц Л. В., Іоргачова К. Г. – Одеса : Друк, 2003. – 312 с.
3. Штик І. Якісні показники та біологічна цінність м'яса диких тварин / І. Штик, Т. Іванова, О. Дидюк / Ukrainian food journal. – 2013. – Vol. 2, Issue 2. – С. 157–162.
4. Авраменко Н. О. М'ясо диких тварин: особливості та склад / Н. О. Авраменко / Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2017. – № 3. – С. 108–109.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ОБЛІПИХИ У ВИРОБНИЦТВІ МАЙОНЕЗНОЇ ПРОДУКЦІЇ

К. В. Мойса, студентка групи ХТ-18м-4, спеціальність Харчові технології;

А. М. Савченко, студентка групи ХТ-19м-3, спеціальність Харчові технології

А. Г. Фарісеєв, к. т. н., доцент кафедри харчових технологій – науковий керівник
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

На сучасному етапі розвитку людства найбільш результативною є концепція створення функціональних продуктів харчування, які призначені для щоденного вживання. Такі продукти мають збалансований склад і збагачені специфічними компонентами, основна роль яких – регуляція роботи організму і підтримання його ефективної життєдіяльності. На відміну від звичайної їжі функціональні продукти є не тільки джерелом енергії, але і дієвими внутрішніми регуляторами обмінних процесів.

Розробка функціональних жирорісних продуктів передбачає створення продуктів, збалансованих за оптимальним жирокислотним складом і вмістом жироподібних речовин, що мають відповідні функціональні властивості.

Одним з біологічно активних інгредієнтів, який може збільшити функціональність продукту, є різноманітні продукти переробки обліпихи: олія, порошок з обліпихи, суха та свіжа обліпиха, шроти тощо. Обліпихова олія у своєму складі містить унікальний набір вітамінів (вітамін А, Е, С, К, групи В) і біологічно активних речовин (макро-, мікроелементи (Mg, Fe, Ca, Mn, Si, Ni, Mo); амінокислоти; рослинні стероли; природні органічні пігменти). Крім того, у ній містяться ряд інших біохімічних компонентів – флавоноїди, тритерпенові і органічні кислоти, фітонциди, дубильні речовини, пектини, кумарини та інші.

Характерною особливістю олії є присутність великої кількості каротиноїдів. Жирокислотний склад масла дуже різноманітний. У цьому продукті містяться найбільш корисні моно- і поліненасичені кислоти, оптимальне співвідношення омега-3 і омега-6 жирних кислот (табл. 1).

Таблиця 1 – Жирокислотний склад обліпихової олії (в % від загальної кількості кислот)

Насичені жирні кислоти		Мононенасичені жирні кислоти		Поліненасичені жирні кислоти	
Міристинова	1–1,5	Олеїнова	23–42	Лінолева	23–36
Пальмітинова	11–12	Пальміт-олеїнова	23–31	Ліноленова	14–27
Стеаринова	1,5				

Період ініціації процесу окислення обліпихової олії в 4 рази менший ніж у соняшникової і становить 20 діб. Це свідчить про те, що використовувати обліпихову олію у чистому вигляді не доцільно. Натомість поєднання соняшникової та обліпихової олії у виробництві жировмісної продукції дозволить отримати продукт з високим вмістом біологічно активних речовин.

Іншим можливим методом збагачення та удосконалення технології жировмісної продукції є додавання порошку обліпихи, який за рахунок наявності пектинових речовин дозволяє покращити структурно-механічні властивості кінцевої продукції, а різноманітний мікро- та макроелементний склад підвищить його біологічну цінність. Крім того, шляхом настоювання порошку з обліпихи в олії можна готувати концентровані екстракти, які потім використовувати у технології майонезів та соусів на їх основі.

Таким чином, введення обліпихи та продуктів її переробки до складу жировмісних продуктів, таких як майонези і майонезні соуси, у поєднанні з харчовими волокнами, дозволить створити функціональний продукт з підвищеною біологічною цінністю.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сирохман І. В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення : навч. посіб. / Сирохман І. В., Завгородня В. М. – Київ : Центр учб. л-ри, 2009. – 544 с.
2. Разработка комплексной переработки растительного сырья на примере плодов облепихи / Пурецкий А. А., Бутова С. Н., Солдатова С. Ю., Петриченко А. Н. // Аграрная Россия. – 2014. – № 2. – С. 38–39.
3. Табакаева О. В. Новые виды растительных масел как источники полиненасыщенных жирных кислот и селена / Табакаева О. В. // Хранение и переработка сельхозсырья. – 2007. – № 6. – С. 33–35.
4. Стабилизационные системы нового поколения для производства майонезов // Масложировая промышленность. – 2003. – № 2. – С. 11.
5. Бахмач В. О. Удосконалення технології майонезів з використанням рослинної сировини / Бахмач В. О., Пешук Л. В. // Харчова промисловість. – 2015. – № 15. – С. 27–31.
6. Галух Б. І. Збагачення майонезів і соусів комплексом природних антиоксидантів і біологічно активних речовин / Галух Б. І., Паска М. З., Драчук У. Р. // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С. З. Гжицького. – 2015. – № 1 (61). – С. 11–16.

ВИКОРИСТАННЯ КЛІТКОВИНИ ГАРБУЗОВОГО НАСІННЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ ПЕЧИВА

С. Г. Моїсєєва, магістр спеціальності Технології в ресторанному господарстві

А. Б. Бородай, к. вет. н., доцент – науковий керівник Вищій навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Проблема харчової цінності борошняних кондитерських виробів має особливу гостроту в ті періоди, коли з ряду причин значно зменшується споживання продуктів тваринного похо-

дження – яєць, молока, сиру, м'яса і відносно зростає частка зернових продуктів, у першу чергу, виробів із борошна. Зрозуміло, що в таких умовах вуглеводного харчування, проблема якості й харчової цінності борошняних кондитерських виробів (БКВ) та можливих шляхів його підвищення стає актуальнішою [1].

Наше сьогодення характеризується несприятливими екологічними умовами. Забруднення навколишнього середовища токсичними, хімічними речовинами промислового походження визначає актуальність створення нових та поліпшення якості традиційних харчових продуктів із метою підвищення опірності організму до шкідливих факторів та прискорення вилучення з організму радіонуклідів, важких металів тощо. Це обумовлює потребу в продуктах, збагачених речовинами, що містять достатню кількість вітамінів, мікроелементів, клітковини, БАР [1, 3].

Усі існуючі на сьогодні методи підвищення біологічної повноцінності БКВ можна умовно поділити на кілька основних груп:

- збагачення продуктів із пшеничного борошна білком;
- покращення якості БКВ за допомогою біополімерів – полісахаридів;
- підвищення харчової цінності пшеничних виробів за допомогою рослинних добавок;
- вітамінізація виробів, використання ферментних препаратів і комплексних поліпшувачів;
- інтенсифікація технологічних прийомів [1, 3].

Шрот із насіння гарбуза – це джерело повноцінного, добре засвоюваного білка, вміст якого в продукті складає 34,0 %. Це також додаткове джерело біофлавоноїдів, клітковини, вітамінів групи В (В₁, В₂, В₆, В₁₂), вітаміну С, каротиноїдів, мікро- та макроелементів (калію, кальцію, фосфору, заліза, цинку), необхідних харчових волокон (табл. 1). У продукті містяться також замінні і незамінні життєво важливі амінокислоти [2].

Таблиця 1 – Харчова й енергетична цінність дістичної добавки

Показник	Вміст у добавці
Вода, %	8
Білки, %	34,0
Жири, %	14
Вуглеводи, %	9
Енергетична цінність, ккал	298

При введенні добавки у кількості 4; 8 і 12 % значно збільшується вміст білків – на 18,3; 38,4 і 57,8 % відповідно. Кількість замісних амінокислот також збільшується відповідно на 19,1; 37,6 і 58,5 %, а вміст незамінних амінокислот – на 21,7; 40,5; і 60,1 %.

Вміст жирів у дослідних зразках майже не змінюється. Поряд з цим відбувається зниження вмісту вуглеводів (за рахунок збільшення білку). Близько 10 % всіх жирів шроту складають поліненасичені жирні кислоти, під час введення клітковини у кількості до 12 % спостерігається збільшення ненасичених жирних кислот у виробих у 2,8 рази. Кількість насичених жирних кислот за умов такого вмісту добавки зменшується відносно контрольного зразку на 4,5 %.

Таким чином, наведені розрахунки свідчать про перспективність використання клітковини з гарбузового насіння у технології пісочного печива з позиції його збагачення такими важливими нутрієнтами, як білки, поліненасичені жирні кислоти, мінеральні речовини й вітаміни [4].

Після аналізу результатів проведених досліджень за органолептичними та фізико-хімічними показниками якості готових виробів, нами було розроблено рецептуру печива «ГарбузОк» із вмістом дієтичної добавки у кількості 8 % від загальної кількості борошна.

Дослідженнями отриманих зразків пісочного печива з додаванням різної кількості гарбузового шроту встановлено, що органолептичні показники якості печива не змінилися, навпаки, колір готових виробів став приємнішим і вираженішим, смак - трохи солодкуватим, а запах печива набув нових приємних відтінків. Щодо виду на розломі і стану поверхні, то ці показники залишилися без змін.

Основні фізико-хімічні показники якості печива також знаходилися в межах норми (табл. 2).

Таблиця 2 – Результати дослідження фізико-хімічних показників печива «ГарбузОк»

Досліджувані показники	Результат
Масова частка вологи, %	11,5
Масова частка жиру у перерахунку на суху речовину, %	4,2
Масова частка цукру у перерахунку на суху речовину, %	37,5
Намочуваність, %	183
Лужність, град	1,74

Із даних, представлених у табл. 2, бачимо, що додавання шроту у кількості 8 %, дозволяє отримати готовий продукт зі збереженням всіх регламентованих показників у межах норми.

Таким чином, встановлено, що печиво, виготовлене за удосконаленою технологією, має високі органолептичні та фізико-хімічні показники якості, підвищену харчову й біологічну цінність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лисюк Г. М. Технологія борошняних кондитерських і хлібобулочних виробів : навч. посіб. / Лисюк Г. М. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2009. – 464 с.
2. Нечаев А. П. Пищевые добавки (понятие, аспекты современного использования в пищевых технологиях, проблемы, тенденция развития) / Нечаев А. П. // Пищевая промышленность. – 2008. – № 6. – С. 12–15.
3. Химический состав пищевых продуктов : справочное пособие. – Москва : Пищевая промышленность, 1977. – С. 230.
4. Пересічний М. І. Технологія продуктів харчування функціонального призначення : монографія / Пересічний М. І. та ін. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 718 с.

ВИКОРИСТАННЯ ВАКУУМУ ПРИ ПОПЕРЕДНІЙ ОБРОБЦІ М'ЯСНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ

К. В. Молодцова, студент групи ТРГм-61 (М), спеціальність 181 Харчові технології, освітня програма «Технології в ресторанному господарстві»

Т. Ю. Суткович, к. т. н., доцент, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Серед широкого асортименту харчових продуктів м'ясні вироби користуються підвищеним попитом у населення. Це важливий продукт харчування та основне джерело тваринного білка. М'ясо є джерелом незамінних амінокислот, заліза й вітамінів групи В [1].

Мікробіологічне псування харчових продуктів – це важлива проблема при переробці сировини. Відповідно до статистичних даних Міністерства охорони здоров'я України, останнім часом

збільшилась частота виникнення харчових отруєнь та гострих кишкових інфекцій. Це свідчить про те, що проблема якості м'ясної продукції залишається відкритою і актуальною для її вирішення.

На сьогоднішній день серед технологій, що забезпечують тривалий термін зберігання харчових продуктів, значний інтерес представляє вакуумування або вакуумна обробка [2].

Вакуумування полягає у обробці продукту частковим тиском. Це призводить до поліпшення органолептичних показників, зменшення мікробного обсіменіння. Останній показник дає змогу зменшити температуру теплової обробки сировини, та в кінцевому результаті, до отримання продукції із високим ступенем збереження біологічно активних речовин.

Сьогодні питання розвитку вакуумних технологій в Україні є надзвичайно актуальним. Опираючись на роботи авторів [1–4] можна сказати, що вакуумування позитивно впливає на показники якості харчових продуктів. Відмінною особливістю такої технології є її здатність покращувати деякі органолептичні та мікробіологічні показники продукції та забезпечувати максимальне збереження есенціальних факторів харчування.

Метою роботи є визначення впливу процесу вакуумування на показники якості і безпеки напівфабрикатів та готової продукції в процесі технологічної обробки.

Процес вакуумування м'ясних напівфабрикатів проводився на спеціально розробленій експериментальній установці, яка дозволяла створювати розріджений тиск. Для досліджень використовувались напівфабрикати м'ясних натуральних виробів, виготовлених із корейки свинини та яловичини.

Так як однією із вагомих проблем є мікробіологічне псування харчових продуктів, тому першим етапом досліджень було визначення мікробіологічних показників готового продукту, отриманого традиційним способом (смаження на сковороді при температурі 180 °C) та попередньо витриманого в гіпобаричних умовах (тиск 20 кПа, час вакуумування 60 хв). Кількість МАФАМ КУО та БГКП визначалась згідно стандартних методик [1, 2].

Такі показники як бактерії групи кишкової палички не допускаються як в сирому так і в смаженому м'ясі. За результатами досліджень вони не були виявлені в жодному зразку.

Результати досліджень мікробіологічних показників напівфабрикатів, які попередньо вакуумувались і сирого м'яса за наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Зміни показників патогенної мікрофлори в залежності від методів попередньої обробки

Назва показника	Контроль		Варіант 1		Варіант 2
	норматив	виявлено	норматив	виявлено	виявлено
БГКП (коліформи) в 1,0 г	не дозволено	не виявлено	не допускаються	не виявлено	не виявлено
Кількість МАФАМ, КУО в 1 г	не більше $1 \cdot 10^3$	$1 \cdot 10^5$	не більше $1 \cdot 10^4$	$4,5 \cdot 10^2$	$1,5 \cdot 10^2$

Примітка. Контроль – свіже м'ясо;

Варіант 1 – обсмажене м'ясо за традиційною технологією;

Варіант 2 – обсмажене м'ясо, попередньо витримане в гіпобаричних умовах.

МАФАМ КУО нормуються для сирого м'яса в межах не більше $1 \cdot 10^3$ в 1 г, для смаженого м'яса не більше $1 \cdot 10^4$ в 1 г. За результатами досліджень встановлено, що кількість колонієутворюючих одиниць МАФАМ в сирому м'ясі перебільшує допустиму норму в 100 разів. Однак обсмажування напівфабрикатів, попередньо витриманих в гіпобаричних умовах, зменшує цей показник в порівнянні з нормованим на 2 порядки. Цей факт дає змогу зменшити тривалість та температуру обсмажування.

Для того, щоб науково обґрунтувати зміни таких показників як ніжність та соковитість готового виробу проводили оцінку структури властивостей м'яса в процесі вакуумування. Чим менше час розподілу напруг всередині виробу, тим консистенція виробу ніжніша і готовий виріб соковитіший. Дослідними зразками були обсмажені м'ясні напівфабрикати, попередньо оброблені в гіпобаричних умовах (тиск 20 кПа) протягом 20; 40; 60; 120 та 180 хв. Так як мікробіологічне обсіменіння вакуумованих виробів в 100 раз менше за нормовані значення, тому термічну обробку проводили при температурі жарочної поверхні 150 °С, протягом 6 хв.

Аналізуючи отримані дані, можна стверджувати, що зі збільшенням часу і тиску вакуумування тривалість остаточного роз-

поділу напруг (від 49,05 Н до 0 Н) всередині виробу після жаріння зменшується з 62 с до 32 с. Тривалість розподілу напруг від 49,05 Н до 39,24 Н зменшується з 17 с до 8 с, від 49,05 Н до 29,43 Н – зменшується з 24 с до 10 с, з 49,05 Н до 19,62 Н – зменшується з 43 с до 15 с.

Висновки і пропозиції.

1. В результаті проведених досліджень встановлено, що вакуумування м'ясних напівфабрикатів покращує якість готових продуктів – збільшує їх ніжність та соковитість.

2. Витримка м'ясних напівфабрикатів в гіпобаричних умовах (тиск 20 кПа, тривалість 60 хв) зменшує мікробіологічне обсіменіння готового продукту в порівнянні з нормативними показниками в 100 разів. Це дає змогу понизити температуру обсмажування до 150 °С, скоротити тривалість термічної обробки до 6 хв та, загалом, отримати продукт з високим ступенем збереження біологічно активних речовин.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кайм Г. Технология переработки мяса. Немецкая практика / Кайм Г. ; пер. с нем. Г. В. Соловьевой, А. А. Куреленкова. – Санкт-Петербург : Профессия, 2006. – 488 с.
2. Лузина Н. И. Микробиология мяса и мясных продуктов : учеб. пособие / Н. И. Лузина. – Кемерово : Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, 2004. – 75 с.
3. Складчков В. Заполненный вакуум: информационно-аналитическое издание «Мир упаковки» / Складчков В. – 2006. – № 4. – С. 38–43.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КРЕМУ ВЕРШКОВОГО ОЗДОБЛЮВАЛЬНОГО НИЗЬКОЖИРНОГО

О. М. Назаренко, студент групи ТХ-14М, спеціальність 181 Харчові технології

А. Б. Горальчук, д. т. н., доцент, професор кафедри технології харчування – науковий керівник
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Серед широкого спектру харчових продуктів десерти набувають особливого значення, що обумовлюється їх високими органолептичними показниками, рецептурними складовими, можливими комбінаціями сировини для виготовлення.

Встановлено, що креми з пінною структурою є затребуваною групою десертної продукції. Однак підприємства не задовольняють попит споживача заданої групи товарів. Одним зі шляхів забезпечення населення продукцією з пінною структурою є її виробництво та реалізація в закладах ресторанного господарства. Асортимент кулінарних страв, у тому числі страв з пінною структурою на сьогоднішній день широкий та представлений групами: креми, морозиво, парфе, муси, самбуки, пудинги, суфле.

У сучасній кондитерській промисловості накопичено багатий досвід з використання сумішей для виконання різних технологічних функцій, які б забезпечували стабільний виробничий процес, усували технологічні проблеми виготовлення продукції, знизили вірогідність неконтрольованих змін в продукції.

Використання для цих цілей напівфабрикатів, які надають високу якість готової продукції та зменшують енергетичні затрати, скорочують тривалість технологічних процесів є актуальним та дозволяє не тільки підвищити якість, розширити асортимент харчової продукції, а й раціонально використовувати енергетичні і сировинні ресурси.

Розробляючи продукцію необхідно, щоб вона відповідала таким вимогам: містила незамінні нутрієнти, була збалансована за своїм складом. В ході аналітичних досліджень встановлено, що у якості компонентів, що формують пінну структуру виступають поверхнево – активні речовини та білки рослинного і тваринного походження. Вони характеризуються високою засвоюваністю, харчовою та біологічною цінністю. У суміші вони являють собою добре контрольовану та стабільну систему, параметри якої дають змогу регулювати функціонально-технологічні властивості готової продукції.

Тому актуальність даної роботи визначається можливістю використання пасти для збивання у технології піноподібної десертної продукції. Паста для збивання задовольняє вимогам технологічності, високої ефективності і має високі показники піноутворення та стійкості за рахунок комплексу інгредієнтів, що входять до її складу.

Піноутворювачі, що використовуються в даний час не завжди задовольняють цим вимогам: деякі з них виробляються в обмеженій кількості, інші володіють низькими харчовими перевагами, багато імпортного виробництва.

Отже, в ході експериментальних досліджень встановлено, що, якість збитих виробів визначається стабільністю їх структури, що досягається введенням різноманітних стабілізаторів, а саме, модифікованих крохмалів, желатину, полісахаридів рослинного походження та інш. А використання пасти для збивання у рецептурному складі крему вершкового оздоблювального, забезпечить одержання стійкої системи з високими показниками піноутворення та можливістю використання різноманітних харчових добавок та сировинного комплексу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Joensuu J., Conley A., Lienemann M., Brandle M.J., Linder M., Menassa R. Hydrophobin fusions for high-level transient protein expression and purification in *Nicotiana benthamiana*. *Plant Physiol* 2010;152:622–33
2. Murray B.S., Durga K., Yusoff A., Stoyanov S.D. Stabilization of foams and emulsions by mixtures of surface active food-grade particles and proteins. *Food Hydrocoll* 2011;25:627–38
3. Абрамзон А. А. Поверхностно-активные вещества. Синтез, анализ, свойства, применение : учеб. пособие для вузов / А. А. Абрамзон, Л. П. Зайченко, С. И. Файнгольд ; под ред. А. А. Абрамзона. – Л. : Химия, 1988. – 200 с.

РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ЗБИВНИХ ДЕСЕРТІВ НА ОСНОВІ НАПІВФАБРИКАТУ ІЗ КИЗИЛУ

К. А. Ніколенко, студент групи ТРГ-61 м, спеціальність 181
Харчові технології

І. В. Чоні, к. т. н., доцент – науковий керівник
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Серед широкого спектру харчових продуктів десертна продукція характеризується особливо високим попитом серед споживачів. На сучасному етапі розвитку технологій десертна продукція набуває особливого значення, що обумовлено її високими органолептичними властивостями, широким спектром рецептурних компонентів, можливістю варіювання харчової та енергетичної цінності [1].

Чисельними дослідженнями фахівців доведено, що використання натуральної рослинної сировини для структуроутворення дозволяє не тільки розширити асортимент харчових продуктів,

але й відмовитися від харчових добавок хімічної природи та раціонально застосовувати місцеві ресурси.

Практичний інтерес викликає використання як структуроутворювачів різних поверхнево-активних речовин у складі рослинної сировини, оскільки всі цінні компоненти в них знаходяться у вигляді природних сполук і їх краще засвоює організм.

Аналіз традиційних технологій десертних виробів показав, що їх складові надають продукту високої енергетичної цінності. Сам технологічний процес є багатостадійним. Тому перспективним напрямом є використання напівфабрикатів на основі рослинної сировини, які мають низку переваг із технологічного та фізіологічного погляду.

На основі узагальнених досліджень технологічних, структурно-механічних властивостей, поживної цінності пюре з кизилом можливо розробляти нові технологічні схеми виробництва десертних виробів. Було доведено, що пюре кизилу має значні піноутворювальні властивості, що дозволить заощаджувати білковмісну сировину, а його нутрієнтний склад збагатить вироби комплексом біологічно активних речовин [2, 3].

За контроль було взято базову рецептуру самбуку абрикосового. Проте до рецептури самбуків входить цукор і желатин, які активно впливають на піноутворення рецептурної суміші. У рецептуру самбуків входить фруктове пюре, яке містить певну кількість пектинових речовин, що відіграють значну роль в утворенні та стабілізації пінних структур.

Було вивчено піноутворювальну здатність повної рецептурної суміші самбуку, замінивши 0–60 % абрикосового пюре на пюре з кизилу (ПК), інші операції здійснювали відповідно до діючої технології. Стійкість пini не досліджували, тому що пінна структура одразу фіксується розчином желатину.

Аналіз експериментальних даних свідчить про поступове зростання збитості суміші зі збільшенням кількості напівфабрикату до 60 %, що свідчить про можливу економію піноутворювачів.

Було досліджено збитість суміші за умови зменшення вмісту яєчного білка на 10–40 % і заміни його абрикосовим пюре та пюре з кизилу у різному співвідношенні. Пюре абрикосів на 50, 75 та 100 % змінювали на ПК. Дані експерименту свідчать, що заміна частки пюре абрикосів на ПК впливає на збитість системи. Якщо заміна становить 100 % і кількість яєчного білка знижується на 10–12 %, то збитість системи зростає на 7,0 %.

Зниження кількості білка до 20–22 % не призводить до погіршення збитості, яка становить 55 %. Також відмічено погіршення органолептичних показників страви та необхідність збільшення у її складі цукру.

Однак подальше зменшення білка призводить до зниження збитості порівняно з контролем. Введення 75 % напівфабрикату та одночасне зниження частки яєчного білка на 20–22 % не призводить до зниження збитості системи, і цей показник коливається в межах контрольних значень. І тільки зниження частки білка більш ніж на 30 % призводить до помітного зниження збитості (15,0 % порівняно з контролем). У співвідношенні пюре абрикосів: ПК 50 : 50 та при зменшенні частини яєчного білка в усіх дослідах спостерігається зниження збитості на 6–19 %.

Отримані дані експерименту свідчать про те, що можливо замінити 100 % фруктового пюре на ПК, одночасно зменшивши кількість яєчного білка на 20–22 %. Також можна додавати в рецептуру до 25 % фруктового пюре.

Напівфабрикат з кизилом, окрім пектинових речовин, також містить 0,6–0,94 % кислоти у перерахунку на яблучну. Було встановлено, що кислота значно знижує поверхневий натяг, що, можливо, і сприяє кращому піноутворенню.

Ураховавши одержані вище результати, за контрольний зразок було обрано рецептуру самбуку на основі ПК, в якій традиційна кількість яєчного білка зменшена на 20–22 %.

Отже, у ході експериментальних досліджень було доведено можливість використовувати ПК у технології самбуків і зменшення традиційних структуроутворювачів. Проведена оптимізація процесу збивання суміші визначила показники, які дозволяють отримати найкращу збитість харчової системи з використанням ПК. Використання кизилу у складі десертних страв є одним із шляхів вирішення проблеми зниження калорійності солодких страв та підвищення їх харчової та поживної цінності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гнізевич В. А. Нова технологія виробництва плодовоовочевого пюре з використанням кизилу / ред. О. О. Васильєва. Прогресивні ресурсозберігаючі технології та їх обґрунтування у підприємствах харчування. Економічні проблеми торгівлі : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2004. – С. 47–50.
2. Гнізевич В. А. Дослідження поверхневих властивостей однокомпонентних систем соків і кизилу й амаранту / ред.

В. А. Гніцевич. Обладнання та технології харчових виробництв : темат. зб. наук. пр. Вип. 22. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – С. 357–363.

3. Гніцевич В. А. Технологічні аспекти використання рослинної сировини в технології десертної продукції : зб. наук. пр. Луганського національного аграрного університету. Сер.: Технічні науки. № 88. – Луганськ : ЛНАУ, 2008. – С. 222–225.

ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ В ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА СМУЗИ

Н. А. Осадча, студент групи ТРГм-61(М), спеціальність 181 Харчові технології, освітня програма «Технології в ресторанному господарстві»

Т. Ю. Суткович, к. т. н., доцент, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Найбільш технологічними для створення нових видів продуктів функціонального харчування є напої. Функціональними є напої, які містять природні й органічні речовини, збагачені вітамінами або мікро- та макроелементами, володіють певними корисними (енергетичними, пробіотичними та ін.) властивостями. До їх групи можна віднести смузі, які широко розповсюджені в країнах Європи і стають популярними на продовольчому ринку України. Нажаль, асортимент напоїв представлений переважно напоями з використанням традиційної плодовоовочевої сировини [1].

Розроблення і впровадження новітніх технологій, підбір харчових композицій з використанням нетрадиційної рослинної сировини, а саме обліпихи та журавлини лягли в основу наукового обґрунтування можливості розширення асортименту смузі.

Зацікавленість виробництвом смузі обумовлена тим, що споживаючи цей напій можливо швидко вгамувати спрагу, поповнити енергетичні втрати та забезпечити організм біологічно активними речовинами (БАР).

Корисність смузі полягає в тому, що інгредієнти не піддаються термічній обробці, повною мірою зберігають всі поживні речовини, які містяться в природній сировині.

Існують технології виробництва смузі з використанням рослинної сировини. Відомо, що дана сировина містить в своєму

складі широкий спектр поживних речовин, а саме: біологічно-активні та мінеральні речовини, вітаміни, мікро- та макроелементи.

Дієтологи наголошують, що один стакан смузі здатний забезпечити людський організм добовою нормою вітамінів і поживних речовин [2].

Проаналізувавши дослідження по даній тематиці можна стверджувати, що авторами запропоновано розширити асортимент смузі лише за рахунок функціональних інгредієнтів, таких як волоський горіх та пшеничні висівки. Для виживання в сучасних умовах, сучасній людині, яка знаходиться в постійній стресовій ситуації для нормального існування та працездатності необхідно поповнювати свій раціон симбіотиками. Тому розробка смузі на основі молочного йогурту з додаванням таких інгредієнтів як обліпіха, банан, журавлина і пластівці є доцільною і актуальною.

Метою досліджень є дослідження можливості використання нетрадиційної сировини в технології виробництва смузі.

Об'єкт дослідження – рецептурний склад смузі.

Предмет дослідження – банан, пластівці, журавлина, йогурт та обліпіха.

Найважливішим завданням функціонального харчування є правильне поєднання всіх харчових речовин у добовому раціоні людини, причому вони повинні бути введені в кількостях, які повністю покривають всі витрати організму як в кількісному, так і в якісному відношенні.

Дослідження проводили з використанням стандартних методів аналізу. Якість готових виробів контролювали за органолептичними та фізико-хімічними показниками.

Для визначення харчової цінності отриманих смузі доречно визначити вміст основних компонентів в сировині, які наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Фізико-хімічні показники досліджуваної сировини

Назва сировини	Масова частка, %		Вміст, мг/100 г		рН
	титрованих кислот	сухих речовин	β – каротину	L – аскорбінова кислота	
Журавлина	2,21	24,2	0,01	26,0	3,8
Обліпіха	1,9	7,8	7,3	150,0	6,1
Банан	0,27	28,9	0,08	6,0	5,4
Йогурт	0,63	10,5	–	–	4,5

Дослідним шляхом доведено, що обрана сировина має значний вміст БАР – аскорбінової кислоти, каротиноїдів (табл. 1).

Для науково обґрунтування рецептурного складу смузі було обрано таку сировину: йогурт, журавлина, обліпіха, банан, пластівці та цукор. Основою напою слугував йогурт. Компоненти змішували в різних співвідношення і проводили органолептичну оцінку отриманих зразків. Оптимальним співвідношенням було: 75 : 15 : 5 : 5 (йогурт, журавлина, цукор, пластівці).

Провівши аналіз органолептичних показників є можливість стверджувати, що отримані зразки смузі характеризуються гармонійним збалансованим, за вмістом інгредієнтів, смаком, приємним кольором та однорідною консистенцією.

В готових смузі визначили фізико-хімічні показники (табл. 2).

Таблиця 2 – Фізико-хімічні показники готових смузі

Назва	Масова частка, %			рН
	титрованих кислот	β – каротин	L – аскорбінової кислоти	
Зразок 1	1,3	0,071	33,9	3,8
Зразок 2	1,6	0,051	4,2	3,4

Зразок 1 – смузі, до складу якого входили: йогурт, обліпіха, журавлина, цукор, пластівці.

Зразок 2 – смузі, до складу якого входили: йогурт, обліпіха, цукор, банан.

Аналіз отриманих даних при водить до висновку, що збільшення показника титрованих кислот (в порівнянні з контролем, яким слугував йогурт натуральний) говорить про насичення готового продукту органічними кислотами, що гармонійно поєднується та впливає на якісні та органолептичні показники. Насичення готового продукту L-аскорбіновою кислотою дасть змогу більш впевнено працювати імунній системі людського організму.

Отже, розроблені смузі на основі нетрадиційної сировини можна рекомендувати для підсилення функціонування імунної системи, профілактики онкологічних захворювань, нормалізації мікрофлори кишечника, покращення травлення та очищення організму від шлаків.

Висновки. Доведено, що використання нетрадиційної рослинної сировини в технології смузі дозволяє створити нові композиції, які характеризуються гармонійним смаком, значним вмістом БАР та лікувально-профілактичною дією.

Розроблені смузі можемо рекомендувати у повсякденний раціон для людей, які ведуть здоровий спосіб життя. Подальші дослідження є перспективними в області розширення асортименту напоїв оздоровчого призначення з використанням даної сировини на основі йогурту, а також перевірити отримані результати у виробничих умовах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Українець А. І. Технологія оздоровчих харчових продуктів / А. І. Українець, Г. О. Сімахіна. – Київ : НУХТ, 2009. – 310 с.
2. Єфімова Т. Я. Що приховує «здорова» їжа: смузі, мюслі, йогурт та коктейлі? / Єфімова Т. Я. // Журнал Здоров'я. – № 7. – Київ, 2015. – С. 5–6.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПІСОЧНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ ЗА РАХУНОК ВИКОРИСТАННЯ М'ЯСНОЇ СИРОВИНИ

Я. А. Петренко, магістр спеціальності «Технології в ресторанному господарстві»

А. Б. Бородай, к. вет. н., доцент – науковий керівник
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Борошняні кондитерські і хлібобулочні вироби є добре засвоюваними продуктами, що мають приємний смак, привабливий зовнішній вигляд і займають до 30 % щоденного раціону людини. Виробництво їх поступово зростає, задовольняючи різноманітні смаки споживачів. Ця група виробів характеризується високою калорійністю за рахунок значного вмісту цукру та борошна, проте має низьку біологічну цінність і потребує збагачення біологічно активними речовинами, необхідними для нормального функціонування організму [3, 5].

Перспективним напрямком раціоналізації структури харчування є використання білкових рослинних і тваринних продуктів при виробництві комбінованих продуктів харчування. Саме тваринні білки можуть розглядатися як головне джерело якісного збалансування амінокислотного складу раціону [1, 3].

Метою роботи є створення нового виду борошняних кулінарних виробів з додаванням м'ясної сировини до тіста, що має на меті підвищити поживну й біологічну цінність продукту; розширення асортименту кулінарних виробів.

Проведений аналіз існуючих технологій приготування пісочних напівфабрикатів показав шляхи застосування різноманітних речовин та харчових продуктів, що можуть бути використані у складі пісочного здобного тіста. За рахунок м'ясної сировини можна не лише розширити асортимент кулінарних виробів, а й скорегувати амінокислотний білковий склад, підвищити вміст мінеральних речовин і вітамінів, підвищуючи поживну цінність продукту. У таблиці 1 розглянуто харчову цінність фаршів, які використовувались в якості заміників названої сировини.

Таблиця 1 – Хімічний склад фаршів (в г на 100 г продукту)

Продукт	Показники			
	вода	білки	жири	зола
М'ясо (свинина)	71,3	17,8	10,0	0,9
Печінка	71,7	17,9	3,7	1,4

Згідно проведених досліджень за фізико-хімічними та структурно-механічними показниками виробу із додаванням 30 % тваринної сировини найбільше відповідають контрольному зразку (табл. 2). Тому вони обрані оптимальним варіантом у створенні нового кулінарного виробу.

Таблиця 2 – Фізико-хімічні показники виробів із м'ясною сировиною

Відсоток м'ясної сировини, %	Показники		
	масова частка вологи у тісті, %	масова частка вологи у готових виробах, %	масова частка жиру виробу, %
Контрольний зразок	22,2	6,6	28,5
20 %	20,5	6,2	26,1
30 %	22,7	6,8	27,9
40 %	23,8	7,1	28,2
Норма	21,2–23,5	6,5–7	27,1±1,5

На основі проведених досліджень було розроблено рецептуру та удосконалено технологію борошняних кулінарних виробів із

пісочного тіста з додаванням м'ясної сировини «Кошки закусочні».

За фізико-хімічними показниками розроблені кулінарні вироби з тваринною сировиною знаходяться у межах норми для борошняних кулінарних виробів [2, 4].

Таблиця 3. – Хімічний склад готових виробів з додаванням 30 % тваринної сировини

Продукт	Білки, г	Жири, г	Вуглеводи, г	Енергетична цінність, ккал
Контрольний зразок	86,5	158,39	35,86	3 781,6
Дослідний зразок	133,66	183,89	25,96	3 534,6

Готовий продукт має високі органолептичні властивості, а фізико-хімічні показники напівфабрикатів становлять відповідно: вологість – 6,8 %, масова частка жиру – 27,9 %.

Встановлено, що нові вироби мають підвищену харчову та біологічну цінність. Вміст білку у борошняних кулінарних виробах із додаванням тваринної сировини порівняно з контролем підвищується на 54 %, кількість жирів майже не змінюється, кількість вуглеводів зменшується на 27 %. Також спостерігається зниження калорійності виробів – на 7 %.

За мікробіологічними показниками борошняні кулінарні вироби з пісочного тіста з додаванням тваринної сировини відповідають вимогам нормативних документів [2, 4].

Таким чином, проведені дослідження дозволили розробити рецептури та технологію борошняних кулінарних виробів із використанням м'ясної сировини. Смакові та структурно-реологічні властивості даної продукції були високими, зовнішній вигляд характерний для аналогічної продукції. Використання м'ясної сировини у кількості 30 % від маси тіста для створення БКВ є оптимальним, а також забезпечує високу якість продукту, покращуючи хімічний склад, забезпечуючи виріб повноцінними білками, що є необхідними для життєдіяльності організму.

Список використаних інформаційних джерел

1. Васюкова Г. Т. Розробка та дослідження технології комбінованих м'ясо-рибних кулінарних виробів / Васюкова Г. Т. – Харків : ХДАТОХ, 1996. – 437 с.

2. ДСТУ 3781-98. Печиво. Загальні технічні умови. – Київ : Держстандарт України, 1998. – 19 с.
3. Лисюк Г. М. Технологія борошняних кондитерських і хлібобулочних виробів : навч. посіб. / Лисюк Г. М. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2009. – 464 с.
4. Лурье И. С. Технохимический и микробиологический контроль в кондитерском производстве : справочник / Лурье И. С. – Москва : Колос, 2003. – 415 с.
5. Сирохман І. В. Асортимент і якість кондитерських виробів : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / Сирохман І. В., Лебединець В. Т. – Київ : Центр учб. л-ри, 2009. – 636 с.

РОЗРОБКА НОВИХ РЕЦЕПТУР ШОКОЛАДНОГО СОУСУ

О. І. Поварніцина, студент групи ТРГ-61 м, спеціальність 181 Харчові технології

І. В. Чоні, к. т. н., доцент – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На даний час відомий широкий асортимент продуктів харчування з науково обґрунтованим складом і спрямованою дією на організм людини. Однак недостатньо уваги приділяється розробці нових рецептур солодких соусів, які є невід'ємною частиною щоденного раціону більшості споживачів [1].

Солодкі соуси можуть готуватись як на основі плодів, фруктів та ягід (фруктові), так і на основі інших продуктів: молочних (вершків, згущеного молока і т. п.), какао-порошку або шоколаду. Основний сегмент споживання солодких соусів – заклади ресторанного господарства різних форматів [3].

Основне значення при створенні нових композицій солодких соусів має вибір і обґрунтування рецептурних інгредієнтів, які формують нові властивості страв, що розробляються. Цільове комбінування рецептурних інгредієнтів має забезпечувати отримання харчових композицій із заданими фізико-хімічними та органолептичними показниками [2].

Порошок кероб активно використовується як замітник какао-порошку (зазвичай при виробництві шоколаду). Продається він в спеціалізованих дієтичних магазинах. Масово у ресторанному господарстві він не використовується. Тому перспективними є

дослідження заміни какао-порошку на кероб у закладах ресторанного господарства

На відміну від шоколаду, кероб має більш низький вміст жиру (всього 2 %), також містить незначну кількість білка – 8–10 %. Кероб – це продукт із високим вмістом натурального цукру – в середньому 50 %, переважно сахарози, глюкози, фруктози і мальтози, а також целюлози і геміцелюлози [3].

Для дослідження був використаний порошок Кероб середнього обсмаження виробництва Luzes de Valencia Limousine.

Було досліджено 6 об'єктів:

– об'єкт № 1 (контрольний) «Шоколадний соус» з какао-порошком;

– об'єкт № 2 «Шоколадний соус» із заміною какао-порошку на кероб;

– об'єкт № 3 «Шоколадний соус» із заміною какао-порошку на кероб і зниженням вмісту цукру на 25 %;

– об'єкт № 4 «Шоколадний соус» із заміною какао-порошку на кероб і зниженням вмісту цукру на 50 %;

– об'єкт № 5 «Шоколадний соус» із заміною какао-порошку на кероб і зниженням вмісту цукру на 75 %;

– об'єкт № 6 «Шоколадний соус» із заміною какао-порошку на кероб, без додавання цукру.

Досліджено фізико-хімічні показники якості контрольного зразку № 1 та зразку № 2. Результати представлені в таблиці.

Таблиця – Фізико-хімічні показники якості контрольного та експериментального зразків

Показник якості	Зразок контрольний (№ 1)	Зразок № 2
Сухі речовини, %	47,75±0,01	39,76±0,10
Масова частка цукру (общого), %	43,13±0,29	32,21±0,01
Масова частка редуруючих цукрів, %	41,21±0,02	25,98±0,10

Аналіз фізико-хімічних показників якості соусів показав, що вміст сухих речовин змінюється з 47,75 % у контрольному зразку до 39,76 % в експериментальному зразку. Вміст масової частки загального цукру в експериментальному зразку є нижчою на 25,3 %. Також спостерігається зменшення вмісту масової

частки редукуючих цукрів в експериментальному зразку на 37 %. Це пояснюється хімічним складом порошку кероб, основну частину вуглеводів якого становить крохмаль.

Було проведено опитування із метою визначення незалежної думки споживачів щодо якості розробленого продукту. Споживачам пропонувалося два об'єкти, що представляють собою кульки вершкового морозива, политі шоколадним соусом (об'єкт № 1) і шоколадним соусом із заміною какао-порошку на кероб (об'єкт № 2). Основні відмінності в органолептичній оцінці стосувалися смаку і кольору. Крім того, 2 % споживачів помітили відмінності в консистенції. Відмінності в ароматі і зовнішньому вигляді (однорідність) не помітив жоден дегустатор. Відносно консистенції 2 % дегустаторів відзначили густоту соусів. Шоколадний соус з какао-порошком, на їх погляд, був більш густий. За кольором 15,3 % фахівців не помітили відмінностей, 84,7 % з них зазначили, що шоколадний соус із заміною какао-порошку на кероб виглядав більш світлим. За смаком основна відмінність стосувалося терпкості, який надає какао-порошок. Смак соусу із заміною какао-порошку на кероб був «більш м'яким», не терпким, також 50 % споживачів відзначили, що він має карамельний смак.

Аналізуючи калькуляцію соусів, можна зробити висновок про те, що заміна какао-порошку на порошок кероб середнього ступеня обсмаження зменшує вартість 1 кг соусу шоколадного на 12 грн. Однак, враховуючи те, що для подачі страв вихід шоколадного соусу близько 40 г, то різниця в ціні для споживача не буде помітною.

Відповідно до сучасних принципів створення здорових продуктів харчування і даних, отриманих у ході досліджень, були розроблені рецептури шоколадних соусів з заміною какао-порошку на кероб. За рахунок заміни інгредієнтів, що мають високу енергетичну цінність, вдалося знизити калорійність та собівартість солодких соусів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Крюкова Є. В. Практичні аспекти розробки продуктів функціонального спрямування / Є. В. Крюкова, Л. А. Кокорева, О. В. Чугунова // Nauka-Rastudent.ru. – 2014. – № 10(10). – С. 31–36.

2. Лузан В. Н. Розробка технології соусів із функціональними інгредієнтами. Міжнародний науково-дослідницький журнал / Лузан В. Н. – 2015. – № 10. – С. 41–45.
3. Свинина А. А. Кероб – функціональний харчовий інгредієнт : сб. ст. III Міжнар. наук.-практ. конф. / Свинина А. А. – 2017. – 288 с.

ЗБАГАЧЕННЯ МІНЕРАЛЬНИМИ РЕЧОВИНАМИ МУЧНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ЗА РАХУНОК ВОДРОСТЕЙ

Я. О. Попов, студент групи ТРГ-61 м, спеціальність 181
Харчові технології

А. Л. Рогова, к. е. н., доцент – науковий керівник
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універси-
тет економіки і торгівлі»

У зв'язку з постійним погіршенням стану навколишнього середовища та наслідками аварії на Чорнобильській АЕС дія шкідливих чинників негативно впливає на населення, що призводить до виникнення різноманітних захворювань, зокрема, йододефіцитних. Найбільш перспективним напрямком вирішення проблеми дефіциту йоду є розробка функціональних продуктів на основі природної йодовміщуючої сировини. Такою сировиною можуть бути морські водорості, які по праву вважаються одним з найкращих джерел йоду [1]. Збагачувати слід продукти масового споживання, до яких відносяться мучні кондитерські вироби, зокрема, кекси.

Дефіцит йодний викликає захворювання щитоподібної залози, порушення обміну речовин в організмі, завдяки чому зростає ризик розвитку атеросклерозу й ожиріння, послаблюється імунітет [2].

Мета роботи – розроблення та наукове обґрунтування технології кексів, збагачених йодом за рахунок використання порошку водорості фукус (ПВФ). Для досягнення поставленої мети були обрані наступні завдання: дослідження технологічних властивостей (ПВФ); вивчення впливу добавки на фізико-хімічні та органолептичні показники якості кексів; розробка рецептури та технологічної схеми приготування кексів, збагачених йодом за рахунок використання (ПВФ); оцінка хімічного складу нових виробів.

Об'єктом дослідження обрана традиційна технологія кексу «Столичний» [3] та кекс, виготовлений на його основі з додаванням ПВФ. Використовували порошок водорості фукус виробництва ПП «Голден-Фарм» (м. Київ). У добавці міститься значна кількість біополімерів, зокрема, білків – близько 12 %, вуглеводів – 59 %, які представлені альгіноювою кислотою та клітковиною, мінеральні елементи, у тому числі, 10,4 мг йоду.

Якість кексів з різним вмістом добавки оцінювали за фізико-хімічними (вологість, упік, щільність) та органолептичними характеристиками. Внесення порошку здійснювали у кількості 5; 10; 15 та 20 % від загальної маси сировини. Максимальне значення вологостримуючої здатності ПВФ досягається через 10 хв під час її контакту з водним середовищем. Тому добавку попередньо поєднували з яєчною сировиною і витримували 10 хв. Випікали вироби 25–30 хв за температури 205...215 °С.

Оцінка фізико-хімічних властивостей готових кексів показала, що у разі збільшення дозування порошку водорості має місце підвищення вологості готових виробів та зниження показнику їх упіку. За значенням вологості всі досліджувані зразки відповідають вимогам нормативної документації – в межах 15,0 \pm 2,0 %. Підвищення вологості можна пояснити високими водоутримувальними властивостями порошку, біополімери, що входять до складу добавки, здатні адсорбційно зв'язувати і втримувати вологу, перешкоджаючи її вільному видаленню під час випікання.

Охарактеризувати структурно-механічні характеристики кексів можна за показником його щільності – чим менша щільність виробу, тим більше його пористість та розпушеність. Зразок виробу із вмістом добавки 15 % має значення щільності, майже як у контролі – 0,632 г/см³. Збільшення дозування добавки до 20 % спричиняє зростання щільності.

Таким чином, в усіх дослідних зразках значення фізико-хімічних показників знаходиться в межах, що регламентуються нормативною документацією. На наступному етапі досліджень оцінювали органолептичні показники якості кексів.

Відзначається стабільність всіх показників за умов дозування добавки до 15 % включно – вироби мають гарний об'єм, добре розвинену пористість, правильну форму, смак і запах, які майже не відрізняються від контрольного зразка. Підвищення вмісту добавки до 20 % супроводжується погіршенням пористості виробів, м'якуш стає більш щільним, на поверхні з'являються

підриви, знижується ступінь підйому, колір набуває сіро-бурого відтінку, стає значно вираженим характерний йодний смак і запах. Зважаючи на це, максимальна кількість добавки в рецептурі кексів становить 15 % від загальної кількості сировини. Тобто, можна запропонувати нову рецептуру кексів з таким вмістом порошку водорості фукус.

Проведено оцінку хімічного складу нового кексу «Морський» порівняно з контрольним зразком. Хімічний склад виробів визначали розрахунковим шляхом (табл.).

Таблиця – Вміст основних харчових речовин у кексах

Виріб	Вміст, %				
	білки	жири	вуглеводи	кліткови- вина	альгінова кислота
«Столичний» (контроль)	6,1	20,3	59,2	0,9	0,0
«Морський»	8,1	20,5	62,5	1,32	5,95

Результати даних таблиці свідчать, що виріб з додаванням порошку водорості фукус порівняно з контролем має вищий вміст білку, клітковини та збагачується альгіновою кислотою.

У кексах з добавкою суттєво підвищується вміст деяких біологічно-активних речовин. Новий кекс «Морський» суттєво збагачується мінеральними речовинами. Добова потреба організму людини в йоді становить 120–150 мкг, кекс стандартною вагою 75 г забезпечує добову потребу організму людини в цій речовині.

Таким чином, розроблена технологія відрізняється від традиційної наявністю в рецептурі порошку водорості фукус, яка збивається разом з ячно-цукровою сумішшю. Новий виріб має високі органолептичні якості і фізико-хімічні показники, які задовольняють вимогам нормативної документації, підвищену біологічну цінність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Водорості як природні концентрати функціональних інгредієнтів та їх використання для збагачення харчових продуктів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/635/4/1114_5.pdf (дата звернення: 15.10.2019). – Назва з екрана.

2. Дефіцит йоду – наслідки для здоров'я людини та шляхи попередження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bsmu.edu.ua/uk/news/digest/1754-deficyt-jodu-v-organizmi> (дата звернення: 23.10.2019). – Назва з екрана.
3. Сборник рецептур мучных кондитерских и булочных изделий для предприятий общественного питания. – Москва : Экономика, 1986. – 300 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ЛОХУ ВУЗЬКОЛИСТОГО У ВИРОБНИЦТВІ ДЕСЕРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

О. В. Проценко, студент групи ТРГ-61 м, спеціальність 181
Харчові технології

І. В. Чоні, к. т. н., доцент – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Серед першочергових завдань, що стоять перед ресторанним господарством, є розробка і впровадження нової продукції з використанням місцевої рослинної нетрадиційної сировини [1, 2, 4]. Використання пектиновмісної плодово-ягідної сировини в ресторанному господарстві та харчовій промисловості усуває дефіцит драглеутворювачів, харчових кислот, природних барвників і ароматичних речовин. Вони також є джерелом поліфенольних сполук і вітамінів, добре засвоюються організмом людини. Кожна тонна лісових плодів і ягід дає населенню більше 5 кг біофлавоноїдів. Особливо цінними джерелами біологічно активних речовин: обліпіха, чорна і червона смородина, чорниця, шипшина, калина та ін.

Перспективним резервом з точки зору використання в ресторанному господарстві може бути рослинна культура *Elaeagnus angustifolia* L, так званий лох. На особливу увагу заслуговує представник сімейства лохів – лох вузьколистий, плоди якого практично не вивчені, хоча широко використовуються із лікувальною метою, а також умовах для приготування в домашніх умовах варення, компотів, соусів тощо.

Лох вузьколистий зустрічається в основному у вигляді низького чагарнику, цвіте в червні-липні маленькими пучками. Плоди – однокісточкові, визрівають у жовтні-листопаді. Колір шкірки рожево-червоний з сріблястими крапочками. Масова

частка м'якоті від маси плода становить 78,3–79,3 % [3]. Плоди мають солодко-терпкий присмний смак.

Встановлено, що кількість вітаміну С становить 48,2–60,4 мг%. Що стосується вітамінів групи В, вони в зазначеній сировині містяться в малих кількостях: з вітамінів групи В переважає фолієва кислота. Вміст вітаміну РР – 0,3 мг%, вітаміну Е – 1,8–2,4 мг%. Каротиноїди представлені каротином (0,02–0,09 мг%) [1]. Таким чином, плоди лоха вузьколистого – багата вітамінами сировина з високою харчовою цінністю, що дає підстави для розробки нових страв з їх використанням.

Плоди містять 13,8–18,6 % сухих речовин. Загальна кількість цукрів становить 4,2–6,2 %, органічних кислот 1,2–1,3 % (у перерахунку на яблучну кислоту). Загальна кількість пектинових речовин сягає 1,85–1,94 % (у перерахунку на сиру масу) [3].

Як відомо, пектинові речовини не тільки утворюють друглі в присутності цукру і органічних кислот, але й мають здатність адсорбувати іони важких металів, а також різних токсиністних сполучень.

Було вивчено технологічні властивості досліджуваної сировини, зокрема, драглеутворюючу здатність пюре з даних плодів і вплив даного пюре на піноутворюючу здатність яєчного білка і стійкість піни.

Експериментами встановлено, що оптимальні умови драглеутворення наступні:

- вміст сухих речовин 78–80 %;
- рН середовища 3,1–3,2;
- співвідношення цукру і пюре 45 : 55.

При дослідженні піноутворюючої здатності яєчного білка в білково-цукрову суміш до збивання вносили пюре з лоху в кількості 5–20 % (від маси яєчного білка). Встановлено, що оптимальним є вміст пюре 10 %, при якому піноутворююча здатність білкової маси збільшується на 105 %, а стійкість піни – на 9,5 %.

В результаті проведених досліджень встановлено, що плоди лоха вузьколистого характеризуються високою харчовою цінністю, середньою драглеутворюючою здатністю, а також здатністю стабілізувати піну. Виходячи з цього, вважаємо за доцільне використовувати вказане пюре для приготування солодких страв (мус, желе, самбуки).

Встановлено, що додавання пюре в кількості 5–20 % (від маси білка) підвищує його піноутворюючу здатність. Однак дослідження стійкості піни показало, що оптимальна кількість пюре становить 10 %. Збільшення кількості пюре вище 10 % викликає різке зменшення в'язкості системи і, відповідно, зниження стійкості піни. При внесенні пюре в білкову масу збільшення піноутворюючої здатності викликане зниженням кислотності середовища і в'язкості системи, а підвищення стійкості при додаванні 10 % пюре викликане адсорбцією пектинових речовин пюре в поверхневих шарах піни.

Результати досліджень доводять доцільність використання лоху вузьколистого в якості нетрадиційної сировини для виробництва десертної продукції (кремів, мусів, самбуків) у закладах ресторанного господарства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Петрова В. П. Біохімія дикорослих плодово-ягідних рослин / Петрова В. П. – Київ : Вища школа, 2003. – 274 с.
2. Зубченко А. В. Влияние физико-химических процессов на качества кондитерских изделий / Зубченко А. В. – Москва : Агропромиздат, 2007. – 85 с.
3. Кошев А. К. Дикорослі їстівні рослини у нашому харчуванні / Кошев А. К. – Моква : Пищевая промышленность, 1999. – 315 с.
4. Донченко Л. В. Технология пектина и пектинопродуктов / Донченко Л. В. – Москва : Дели, 2000. – 324 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ РЕЦЕПТУРИ ПІСОЧНОГО ПЕЧИВА ЗА РАХУНОК ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ

Є. О. Рибак, студентка групи ХТ-18м-4, спеціальність Харчові технології

А. Г. Фарісєєв, к. т. н., доцент кафедри харчових технологій – науковий керівник
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Значне місце у ніші борошняних кондитерських виробів займають вироби з пісочного тіста, серед яких найпоширенішими є пісочне печиво. Пісочне печиво є досить популярне через його привабливий зовнішній вигляд, різноманітну форму, смак, низьку вартість. Але, разом з цим, такі вироби мають високу

калорійність та бідні на корисні для людини функціональні компоненти, що пов'язане з використанням у їх рецептурах великої кількості жиру та цукру. Саме тому, коригування рецептури пісочного печива з допомогою таких компонентів, як харчові волокна, поліфенольні сполуки, мінеральні речовини, вітаміни тощо дозволяє отримати продукцію з підвищеною харчовою та біологічною цінністю [1–3].

У технології приготування пісочного печива жир є основним структуроутворювачем, поліпшувачем смаку та відповідає за збереження аромату готових виробів. Традиційно для виробництва такого печива використовують вершкове масло, яке є не тільки високоенергетичним, а й містить переважно насичені жирні кислоти. Відомо, що насичені жирні кислоти підвищують вміст холестерину у крові, який може провокувати інсульти, ожиріння та інфаркти [1–3]. Враховуючи вищезазначене, використання альтернативних жирів у виробництві пісочного печива є актуальним [2, 4].

З метою підвищення споживчої цінності у виробництві пісочного печива вирішено замінити частину вершкового масла на рослинний жир, а саме олію сої. Така олія у своєму складі містить 81,0 % ненасичених жирних кислот, значну кількість мікронутрієнтів, зокрема, жиророзчинних (А, Е, провітамін D) та водорозчинних (В1, В2, РР) вітамінів та мінеральних речовин (К, Са, Mg, Na, Р, Fe, Se, Zn) [5]. Використання олії сої у рецептурі пісочного печива дозволить знизити його собівартість та подовжити термін зберігання за рахунок зниження загальної кількості насичених жирних кислот.

Заміна частини твердого жиру (вершкового масла) рідким (олія сої) у виробництві пісочного печива призводить до отримання нестійкої емульсії. Вирішити таку проблему можна з допомогою стабілізуючих речовин. Дослідженням питання використання рослинних порошоків [3, 6] підтверджено, що у виробництві пісочного печива, у якості стабілізатора емульсії, доцільно використовувати порошок кореня солодки. Корінь солодки – підземна частина багаторічної трав'янистої лікарської рослини Солодки, яка у своєму складі містить тритерпенові сапоніни (до 23 %) – гліциризин і кислоту гліциризинову, флавоноїди, стерини, аспарагін, кумарини, кислоту аскорбінову (10–30 мг%) та інші сполуки [7].

Розробка технології пісочного печива шляхом отримання емульсії з використанням олії сої і масла вершкового здійснювалась за наступного співвідношення компонентів 50 : 50, 40 : 60 і 30 : 70 та стабілізації емульсії порошком кореня солодки. Враховуючи, що важливими показниками якості пісочного печива є намоочуваність, ламкість та розсипчастість, були проведені відповідні дослідження.

У якості об'єктів дослідження використано чотири зразки, один з яких контрольний, інші три – дослідні, рецептури яких у своєму складі містять комбіновані емульсії з використанням вершкового масла і олії сої у співвідношенні компонентів 50 : 50 (зразок 1), 40:60 (зразок 2) і 30:70 (зразок 3). Результати досліджень наведені у табл. 1.

Таблиця 1 – Порівняння показників якості пісочного печива

Показники	Контроль	Дослідні зразки		
		зразок 1	зразок 2	зразок 3
Розсипчастість, %	48,7	49,1	50,2	52,5
Ламкість, 10 ³ Па	7,89	7,68	7,8	8,11
Намоочуваність, %	148,1	148,5	150	155

Як видно з таблиці, всі зразки пісочного печива за якісними показниками близькі до контрольного та знаходяться в межах нормативних стандартних значень.

Так, показники розсипчастості зразків 1, 2 і 3 рівні 49,1 %, 50,2 % і 52,5 %, відповідають стандарту, але, разом з цим, на 0,4 %, 1,5 % і 3,8 % відповідно більше за показник контролю.

Під час дослідження ламкості дослідних зразків встановлено, що вказані показники відповідають стандартним значенням і знаходиться в межах від $7,68 \cdot 10^5$ Па до $8,11 \cdot 10^5$ Па.

За показником намоочуваності зразки 1, 2 і 3 близькі до контрольного. Намоочуваність відповідно рівна 148,5 %, 150,0 % і 155 %, що відповідає вимогам стандарту.

Таким чином, отримані результати дослідження дозволяють зробити висновки, що за показниками розсипчастості, ламкості і намоочуваності розроблене пісочне печиво відповідає вимогам чинної нормативно-технічної документації. Це дає підстави вважати, що використання олії сої та порошку кореня солодки у технології виробництва пісочного печива з метою покращення його споживчих властивостей не має негативного впливу на нормовані стандартом показники якості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Столярчук В. М. Технологія виробів із пісочного тіста з використанням гарбузового голонасінного борошна : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук : 05.18.16. / Столярчук В. М. – Харків, 2008. – 17 с.
2. Романенко Р. П. Технологія пісочного тіста і печива функціонального призначення з використанням селеновмісних олій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук : 05.18.16 / Романенко Р. П. – Київ, 2008. – 23 с.
3. Поп Т. М. Технологія пісочних кондитерських виробів з порошком листя волоського горіха : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук : 05.18.16 / Поп Т. М. – Київ, 2017. – 19 с.
4. Рензязева Т. В. Технология производства печенья с жидкими растительными маслами / Рензязева Т. В., Дмитриева Э. В., Мерман А. Д. // Кондитерское производство. – 2012. – № 1. С. 16–19.
5. Игнатов К. Л. Растительные масла и жировые системы России / Игнатов К. Л., Измайлова Г. И. // Пищевая промышленность. – 2000. – № 8. – С. 62–63.
6. Левочкина Л. В. Влияние ягодных порошков на качество печенья / Левочкина Л. В., Лашук В. Н. // Экология человека: пищевая технология и продукты : тез. докл. 4 Межд. симп. 25–28 окт. 1995 г. – Москва : Видное, 1995. – Ч. 2. – С. 214–215.
7. Лекарственные растения : справочное пособие / Под ред. Н. И. Гринкевич. – Москва : Высшая школа, 1991. – 379 с.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Ж. Т. Сапаргалиева, магистрантка группы ТПП-21НП, специальность *Технология продовольственных продуктов*

А. М. Омаралиева, к. т. н., доцент – научный руководитель *Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза*

В настоящее время обеспечение безопасности и управление качеством в Республике Казахстан становится актуальным вопросом для предприятий пищевой промышленности, в том числе для предприятий малого и среднего бизнеса. Внимание средств массовой информации, частных предпринимателей и государственных органов контроля все чаще обращается к проблемам

гарантирования производителем качества и безопасности готовой продукции и методологиям, позволяющим систематизировать и регламентировать проведение работ в данной области. Данная информация становится более доступной и широко распространяется, благодаря чему повышается потребительская культура и интерес потребителей к деятельности предприятий в области качества. Так, по материалам социальных исследований более 70 % покупателей предпочитают качество товара его цене и чаще всего приобретают продукцию крупных или известных производителей, а также используя собственный опыт (вторая покупка) или рекомендации знакомых [1].

Управление качеством в настоящее время приобрело широкую распространенность в мире и стало средством успешного предпринимательства. Система управления качеством занимает одно из важнейших мест в управлении организацией, наряду с управлением финансами, производством, снабжением, персоналом и пр. В зарубежной практике наличие сертификата на систему управления качеством авторитетного аккредитованного органа по сертификации давно уже является своего рода пропуском на рынок и гарантией доброкачественности и безопасности готового продукта, так как именно безопасность пищевой продукции является на сегодняшний день одной из наиболее значимых проблем мирового масштаба [2].

Система ХАССП является в настоящее время основной моделью управления качеством и безопасностью пищевых продуктов в промышленно развитых странах мира и защищает поставщиков от опасной пищевой продукции.

Основные цели системы ХАССП:

- ✓ Предотвращение выпуска опасной для здоровья пищевой продукции.
- ✓ Минимизация риска безопасности продукта до приемлемого уровня.
- ✓ Создание необходимых и достаточных условий для выпуска безопасной продукции.
- ✓ Создание возможностей для дальнейшего совершенствования производства.

ХАССП – это система, которая разрабатывается каждой компанией самостоятельно в соответствии с особенностями ее производства, может гибко меняться и приспосабливаться. Но семь основных принципов этой системы одинаковы для всех:

- выявление и анализ опасностей, сопутствующих производству пищевых продуктов на всех этапах, и вероятности их возникновения;
- определение критических контрольных точек (критических точек управления), то есть тех, управляя которыми, необходимо не допустить опасности или свести ее к минимуму;
- установление критических пределов (лимитов и допусков, которые необходимо соблюдать);
- создание системы мониторинга (регулярного измерения параметров в критических контрольных точках);
- разработка системы корректирующих действий на случай выхода параметров процесса за критические пределы;
- разработка процедуры проверок результативности системы;
- создание системы документации, отражающей соответствие принципам (документированные процедуры) и подтверждающей их применение (записи).

ХАССП является оригинальной системой благодаря идее сконцентрировать внимание на тех этапах процессов и условиях производства, отсутствие управления которыми является критическим для безопасности пищевых продуктов, и дать гарантии того, что пищевая продукция не нанесет ущерба потребителю. Поэтому ХАССП принципиально отличается от предшествующих систем, применявшихся в пищевой промышленности, которые были построены на «контроле качества» (контролировались только закупаемое сырье и конечная продукция) [3].

Целью исследований является внедрение системы гарантии безопасности ХАССП на молочной фабрике «Natige» и анализ экспертной оценки качества молочных изделий. Для достижения поставленных целей в работе намечены следующие задачи:

- изучение деятельности молочной фабрики «Natige»;
- определение области распространения ХАССП;
- изучение информации о продукции и производстве;
- выявление и анализ рисков;
- определение критических контрольных точек (ККТ);
- установление критических границ для каждой ККТ;
- разработка системы мониторинга для каждой ККТ;
- разработка корректирующих действий;
- разработка мероприятий по внутренним проверкам;

- разработка перечня документации для каждой ККТ;
- определение экономической эффективности внедрения в производство молочных продуктов системы ХАССП.

Объект исследования – это молочная фабрика «Natige».

Предметом исследования являются аспекты разработки элементов системы ХАССП.

Молочная фабрика «Natige» занимается выпуском разнообразной молочной продукции, которая поставляется не только в различные супермаркеты, во многие розничные торговые точки города Нур-Султан, Караганды, Карагандинской и Акмолинской областях, но также в детские учреждения и на различные предприятия. Одной из важнейшей стратегией молочной фабрик «Natige» является то, что используется натуральное сырье, не применяются ни консерванты, ни стабилизаторы.

В соответствии с требованиями системы необходимо создать рабочую группу ХАССП и обучить данную рабочую группу принципам ХАССП, которая, используя метод анализа рисков по диаграмме, должна проанализировать выявленные ей потенциально опасные факторы на каждой операции в составе процесса производства молочных изделий, после чего определить критические контрольные точки (ККТ), установить критические границы для каждой ККТ, разработать систему мониторинга, корректирующие действия, мероприятия по внутренним проверкам и перечень возможной документации для каждой ККТ.

Результаты экономических расчетов позволит сделать вывод о том, что проект системы ХАССП для повышения качества при производстве молочных изделий на молочные фабрики «Natige» является экономически целесообразным и рекомендуется к внедрению.

Чтобы включить безопасность пищевых продуктов в общую стратегию молочной фабрики «Natige», необходимо формализовать процесс внедрения. Организация должна планировать обеспечение безопасности выпускаемых продуктов так же тщательно, как выпуск продукции и затраты. Безопасность молочных продуктов должна быть составной частью общего стратегического плана и содержать ясно сформулированные цели для каждого уровня работников. Это повысит значимость системы ХАССП и сделает эту систему одним из инструментов оценки успешности молочной фабрики.

Следует разработать удобные способы коммуникации между подразделениями фабрики. Они должны иметь возможность обмениваться информацией, помогающей продвигаться к конечной цели внедрения ХАССП.

Необходимо разработать планы начального и текущего обучения работников всех уровней. Одно из решений – создание на уровне предприятия отдела профессиональной подготовки и повышения квалификации, который будет помогать в разработке учебных планов и проведении занятий. Если это невозможно, то можно использовать учебные материалы, разработанные сторонними организациями.

Сразу после внедрения желательно провести аудит системы ХАССП. Такая проверка позволит выявить слабые места и устранить их еще до того, как сформируются неправильные поведенческие привычки.

Отдельные сотрудники и коллективы должны поощряться руководством за успехи и правильное отношение к делу, даже если это входит в их должностные обязанности.

ХАССП требует от всей организации преданности идее – от руководства и до простых рабочих. Эта проблема – самая трудная из всех, возникающих при внедрении ХАССП. Относительно легко написать программу ХАССП и внедрить ее на предприятии по производству пищевых продуктов, но значительно труднее изменить общую культуру предприятия и сделать обеспечение безопасности пищевых продуктов общей целью всех ее сотрудников. Если эта цель будет достигнута, успех программы ХАССП будет гарантирован.

Список использованных информационных источников

1. Боданико Ю. А. ХАССП: Принцип 1. Проведение анализа опасных факторов [Электронный ресурс] // Информационный портал об управлении качеством. 2003. – Режим доступа: <http://www.klubok.net/pageid267.html> (дата обращения: 15.03.2011). – Название с экрана.
2. Борисенко А. В. Мы говорим качество – подразумеваем конкурентоспособность / Борисенко А. В. // Пищевая промышленность. – 2002. – № 9. – С. 80–81.
3. Василевская С. В. ХАССП: Приятного аппетита, или ХАССП в помощь [Электронный ресурс] / Василевская С. В. // Информационный портал об управлении качеством. 2009. – Режим доступа: <http://www.klubok.net/article2331.html> (дата обращения: 16.03.2011). – Название с экрана.

ВПЛИВ БІОПРЕПАРАТІВ НА ЗМЕНШЕННЯ ІНФЕКЦІЙНОГО НАВАНТАЖЕННЯ БУЛЬБ КАРТОПЛІ ФІТОПАТОГЕННИМИ МІКРОМІЦЕТАМИ ПІД ЧАС ЗБЕРІГАННЯ

Л. В. Хархан, студентка групи БТ-1701, спеціальність Біотехнології та біоінженерія

*В. В. Бородай, д. с.-г. н., доцент, доцент кафедри екобіотехнології та біорізоманіття – науковий керівник
Вищий навчальний заклад «Національний університет біоресурсів і природокористування України»*

Мікробіоценози, що формуються в період вегетації на поверхні кореня рослини і в прикореневій зоні ґрунту в значній мірі впливають на ріст та розвиток рослин. Фузаріозна гниль (збудники хвороби *Fusarium sambucinum* Fuckl. і *Fusarium solani* App. et Wg.) є однією з найпоширеніших хвороб при зберіганні картоплі, її шкодочинність проявляється з самого початку періоду зберігання, тому що збудник є ґрунтовим патогеном. Однією з шкодочинних хвороб листків картоплі є альтернаріоз (рання суха плямистість, макроспоріоз, збудники хвороби – *Alternaria solani* (Ell. et Mart.) L.R.Jones et Grout и *A. alternata* (Fries) Keissler). Використання біопрепаратів впливає на зменшення інфекційного навантаження у ґрунті та на рослинах, однак вивчення цього питання є недостатнім.

Для вивчення функціональної (рістстимулюючої і біозахисної) активності біопрепаратів у рослинно-мікробній асоціативній системі (рослини картоплі – патогенні мікроорганізми – біопрепарати) за штучної інокуляції в лабораторних умовах застосовували загально визнані методи (Іванова, Шнейдер, 1983; Лазарев, 1988; Куценко, Осипчук, Подгаєцький та ін., 2002). Після збирання врожаю восени було проаналізовано інфекційне навантаження бульб, оброблених та необроблених біопрепаратами Планриз, Діазофіт та Фосфоентерин. Для вивчення епіфітної мікрофлори використовували метод послідовних розведень ґрунтової суспензії, посівом останньої на поживні середовища і наступним обліком колоній. Мікробіологічний аналіз проводили з використанням елективних поживних середовищ Звягінцева та Чапека. Підрахунок колоній, вивчення мор-

фологічних та культуральних властивостей виділених ізолятів проводили за загальноприйнятими методами. Характеристику фенотипового різноманіття мікрофлори проводили після розподілу морфологічних типів мікроорганізмів за формою та структурою колоній. При ідентифікації окремих груп мікроорганізмів (бактерії, гриби, актиноміцети) використовували загальновізанані визначники вітчизняних та зарубіжних авторів (Білай, 1977; Ellis, 1976; Domsch et al., 1980; Hawksworth et al., 1995).

Рістстимулючі бактерії, які є основою біопрепаратів, продукують різноманітні вторинні метаболіти антибіотичної природи з фунгіцидною та бактерицидною активністю, широко використовуються для біоконтролю фітопатогенних мікроорганізмів (Bhattacharya, Jha, 2012; Dey et al., 2014; Jha, Saraf, 2015; Щербakov и др., 2017).

Встановлено, що за штучної інокуляції сортів картоплі різних груп стиглості застосування біопрепарату Планриз сприяє зниженню ураженості бульб картоплі збудниками фузаріозу (*F. sambucinum*) та бактеріозу (*P. carotovorum*) – в середньому на 32,2–73,6 %. Біологічна ефективність біопрепаратів Планриз, Діазофіт та Фосфоентерин щодо фузаріозу варіювала у межах 13,5–31,3 % на ранньостиглих, середньоранніх та середньостиглих сортах, а на середньопізніх – у межах 7,4–27,1 %, що не виходить за рівень еталонів (у біологічному – 15,6–34,0 % та 18,0–39,8 %, а у хімічному – 6,3–25,0 % та 15,6–27,1 % відповідно). Порівняно з еталонами щодо збудника бактеріальної гнилі ефективність Планризу виявилась меншою – в середньому в 1,7 рази. Відзначено диференціацію сортів щодо взаємодії з біопрепаратом та патогенами. На сортах Лілея та Скарбниця ефективність Планризу щодо *F. sambucinum* була в 1,3–1,6 рази більшою та майже не поступалась біологічному еталону (14,3–19,5 та 24,5–27,6 % відповідно).

За використання композиції біопрепаратів Планриз, Діазофіт та Фосфоентерин істотно знижується (в 1,9–4,3 рази порівняно з контролем) чисельність популяцій *Fusarium* spp., *Phoma* spp. та *Pectobacterium* spp. у складі епіфітної мікрофлори бульб

Отже, біопрепарати є потужним чинником біологічного контролю фітопатогенних мікроорганізмів за умов зберігання картоплі.

ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ ВИДІВ ЗАГУЩУВАЧІВ В ТЕХНОЛОГІЇ СОУСІВ

*К. А. Ярова, студентка групи ТРГМ-51, спеціальність 181
Харчові технології, ОП «Технології в ресторанному гос-
подарстві»*

*Ю. В. Левченко, к. т. н., доцент кафедри технологій харчових
виробництв і ресторанного господарства*

*Г. П. Хомич, д. т. н., професор, завідувач кафедри технологій
харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий
керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універси-
тет економіки і торгівлі»*

Сучасний ритм і спосіб життя більшості населення нашої країни, особливо жителів мегаполісів, призвели до серйозного дисбалансу в раціоні харчування: перенасичення легкозасвоюваними вуглеводами і насиченими жирами тваринного походження, при стійкому дефіциті споживання незамінних компонентів їжі, особливо рослинного походження.

Складно переоцінити роль соусів в раціоні харчування людини. Вони сприяють поліпшенню функціонування шлунково-кишкового тракту і стимуляції обмінних процесів в організмі. Для приготування соусів використовуються найрізноманітнішу сировину як рослинного, так і тваринного походження, тому соуси можуть впливати на вміст біологічно активних речовин в організмі, що обумовлюють здоровий спосіб життя.

Якість соусу визначають структурно-механічні та органолептичні показники. Для забезпечення відповідної консистенції соусу використовують загущувачі, найчастіше крохмаль та борошно, використання яких має певні технологічні недоліки та вимагає додаткового часу на їх приготування, відповідних санітарно-гігієнічних вимог. З огляду на це, доцільно і необхідно запропонувати технологію виробництва соусів на структуруютьовачах, які б забезпечили реалізацію зазначених вище вимог.

Метою роботи було розробка технології соусів шляхом вивчення впливу екструзійного борошна на формування технологічних показників соусу. Запропонована сировина має специ-

фічні технологічні властивості, які відрізняються від властивостей пшеничного борошна, тому розроблення нових соусів потребує проведення комплексу досліджень щодо визначення їхнього впливу на органолептичні, фізико-хімічні, структурно-механічні показники.

Для створення рецептурної композиції будь-якого соусу основою повинен бути загущувач, який надає соусам відповідної структури в більшості випадків у якості структуроутворювачів використовують борошно пшеничне, крохмалі, у тому числі і модифіковані.

Серед широкого асортименту загусників особливе місце займає екструзійне борошно з дрібнозернової пшениці, яке відрізняється за вмістом нативного крохмалю та водорозчинних речовин, що характеризує підвищення харчової цінності зернових екструдатів і підвищення їх засвоюваності організмом людини. Доцільність використання обумовлюється низкою економічних і якісних показників.

Попередніми дослідженнями встановлено, що при гарячій екструзії (високі температури, тиск і механічні навантаження) крохмалевмісної зернової і круп'яної сировини відбуваються глибокі зміни у вуглеводному комплексі. Крохмаль декстринізується. Вміст нативного крохмалю знижується в 1,8–2 рази. Вміст водорозчинних речовин підвищується в 5–8 разів у порівнянні з вихідною сировиною

При екструзійній обробці зернової сировини не змінюються властивості жирових речовин, а відбувається утворення крохмалоліпідних комплексів. В процесі екструзії інактивується ліпаза і знижується активність ліпоксигенази, що сприяє більш тривалому зберіганню продуктів.

Тому такий хімічний склад обраного борошна дає можливість використовувати його в якості загущувача замість картопляного крохмалю в харчовій промисловості.

При виробництві соусу на основі борошняної пасеровки вносили 1,0–10,0 г екструдованого борошна на 100 г продукту і досліджували його структурно-механічні та органолептичні властивості (у якості порівняння використали соус з додаванням борошна пшеничного в кількості 5,0 г/100 г).

Встановлено, що максимальна в'язкість системи з практично незруйнованою структурою для соусу зі звичайним борошном пшеничним менша, ніж для соусу з екструдованим борошном (18,78 і 21,41 Па·с відповідно). Проведені реологічні дослідження соусу показують, що раціональним є додавання загущувача в кількості 5,0–7,5 г / на 100 г соусу.

Використання екструдованого борошна як згущувача й структуроутворювача замість звичайного борошна пшеничного в соусі червоному, дозволяє отримати продукт з високими органолептичними показниками.

Встановлено що новий соус має характерний зовнішній вигляд, однорідну консистенцію, червоний колір (до світло-червоного), гармонійний смак і приємний аромат, що сприятиме розширенню асортименту, підвищенню конкурентоспроможності продукції підприємств ресторанного господарства і краще задовольнить потреби людського організму в необхідних нутрієнтах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лісовська Т. Екструдоване кукурудзяне борошно для дієтичного харчування / Т. Лісовська, А. Деркач, І. Стадник // Продовольча індустрія АПК : науково-практичний журнал. – 2017. – № 6. – С. 40–43.
2. Nemirich O. Theoretical preconditions of development technology souss with reduced calority / O. Nemirich, G. Lyavinets, V. Vinnikov & V. Mikhailenk // Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Food Technologies. – 2018. – № 20 (85). – P. 90–94.
3. Агафонова Ю. Ю. Аналіз впливу стабілізаторів структури на текстуру сметанних десертів / Ю. Агафонова, В. Прокудіна, К. Василець // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. – 2010. – № 2 – С. 369–377.
4. Пат. на корисну модель 16763 UA Україна, МПК А21D 13/00 (2016). Спосіб виробництва текстурованого борошна / Семенюк Л. А.; заявник і патентовласник ВАТ «Вінницька харчосмакова фабрика». – № u 2006 02756; заявл. 15.03.2006, опубл. 15.08.2006, Бюл. № 8.

СТРАТЕГІЯ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА ЖЕЛЕЙНИХ ДЕСЕРТІВ БЕЗ ВИКОРИСТАННЯ ДРАГЛЕУТВОРЮВАЧІВ

В. Ю. Яценко, студентка групи ТХ-14М, спеціальність 181 Харчові технології;

М. С. Арцебашева, студентка групи ТХ-14М, спеціальність 181 Харчові технології

*О. Ю. Нагорний, к. т. н., доцент кафедри технології харчування – науковий керівник
Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Людина звикла, що трапеза обов'язково закінчується солодким десертом. Десерт – традиційне доповнення будь-якого меню.

Значний вміст цукру як одного з компонентів отримання драглю, в рецептурі желейних виробів є причиною їх підвищеної калорійності, що веде до розвитку ряду захворювань. Тому виробництво желейних продуктів без використання загусників, що володіють профілактичними властивостями і низькою калорійністю, на основі плодово-ягідної сировини є доцільним в даний час.

У зв'язку з цим актуальним є наукове обґрунтування можливості використання як свіжих, так і заморожених ягід у виробництві желейних продуктів з високою харчовою цінністю без внесення загусників. При цьому інтерес представляє розробка технології желейних продуктів дієтичної спрямованості за рахунок зменшення кількості введеного в рецептуру цукру і його заміни сахарозамінниками.

Тому галузь намагається розширяти асортимент низько-калорійних десертів. До таких десертів відносяться фруктові желейні десерти. Фаворитами натуральних загусників є чорна смородина, айва, агрус, слива, кислі яблука, калина. Також дуже багато пектину міститься в червоній смородині, брусниці, чорниці, ожині, ківі і всіх цитрусових. Середніми желуючими властивостями володіють вишня і малина. Зовсім трохи пектину в стиглих абрикосах, черешні, полуниці, грушах.

Зміст пектину в одному і тому ж фрукті або ягоді може сильно коливатися в залежності від сорту або ступеня стиглості. Наприклад, в агрусі може бути від 0,2 до 1,4 % пектину на 100 г. Кращим орієнтиром буде свій власний смак – чим кисліше яго-

да, тим більше в ній пектину, і тим вище її желюючий властивості

Якщо свої смакові відчуття здаються суб'єктивними і хочеться стовідсоткової впевненості, що желе застигне без спеціальних загусників, можна провести простий експеримент. У скляному стакані або мисочці потрібно збовтати дві столові ложки спирту (або ацетону) і одну столову ложку соку. Якщо з'явиться 1 або 2 великих згустку, то в соку багато пектину. Якщо буде багато маленьких кульок або взагалі не випаде осад, то не варто сподіватися, що сік перетвориться в желе без желюючих добавок.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мацейчик І. В. Розробка технології і рецептур желіровать мас функціонального призначення / Мацейчик І. В., Ломовський І. О., Корпачева С. М. // Вісник КрасГАУ. 2014. – 265 с.
2. Пат.71804 Україна. Спосіб отримання желе/ Перцевий Ф. В., Крапівницька І. О., Гурський П. В., Полевич В. В. заявл. 26.12.03.; опубл. 15.12.04.
3. Артемова Е. Н. Якість дієтичного желе з ягід червоної зморив дини сорти Мармеладніца / О. М. Артемова, Н. В. Макаркина // Зберігання та переробка сільськогосподарської сировини. 2006. – 245 с.

ВЗАЄМОДІЯ КОМПОНЕНТІВ У СИСТЕМІ $\text{Ag}_2\text{Se} - \text{AgSbP}_2\text{Se}_6$

М. І. Бокотей, спеціальність Хімія, М-ІІ

М. В. Поторій, д. х. н., професор, професор кафедри неорганічної хімії

Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет»

Серед напівпровідникових класу $A^I_2B^{VI}$ аргентум (І) селенід займає особливе місце, це пов'язано з тим, що він існує у двох модифікаціях [1]. Низькотемпературна модифікація кристалізується у орторомбічній сингонії і відноситься до вузькозонних напівпровідників, що проявляють хороші термоелектричні, фотоелектричні властивості, а високотемпературна характеризується високою іонною провідністю [2, 3]. $\text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ відноситься до класу гекса-халько-гіподифосфатів. Їх характерною особливістю є шарувата кристалічна структура та електрооптичні властивості [4, 5]. Слід зауважити, що обидві сполуки плавляться конгруентно і формуються у почетвертній системі Ag-Sb-P-Se . Система $\text{Ag}_2\text{Se} - \text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ із подвійних, що реалізуються у системі Ag-Sb-P-Se , перетинає лише систему $\text{AgSbSe}_2 - \text{Ag}_4\text{P}_2\text{Se}_6$. Враховуючи, що $\text{Ag}_4\text{P}_2\text{Se}_6$ плавиться інконгруентно слід було очікувати, що переріз $\text{Ag}_2\text{Se} - \text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ буде квазіподвійним.

Виходячи із сказаного, певний науковий інтерес викликало вивчення можливості одержання матеріалу, що поєднувало в собі як термоелектричні так і електрооптичні властивості, для чого необхідно було вивчити характер фізико хімічної взаємодії у системі $\text{Ag}_2\text{Se} - \text{AgSbP}_2\text{Se}_6$, що і було метою даного дослідження.

Для досягнення мети необхідно було виконати наступні завдання:

- 1) провести синтез та ідентифікацію вихідних компонентів;
- 2) здійснити синтез зразків всередині системи та дослідити їх методами диференційного термічного (ДТА) та рентгенівського фазового аналізу (РФА).

3) за результатами проведених досліджень побудувати відповідну фазову діаграму.

Синтез сполук проводили у наступному режимі:

- повільний нагрів вихідної шихти до температури на 50 °К більше температури плавлення найбільш тугоплавкого компоненту. При цьому робили невелику витримку при 673 °К до повного зв'язування парів фосфору і селену. Максимальна температура нагріву становила 550 К з витримкою 48 години для $\text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ та 1200 К і витримкою 24 години для Ag_2Se ;

- охолодження $\text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ до температури 573±5 К проходило із швидкістю 30 К/годину. Відпал при 573±5 К становив 120 год;

- наступне охолодження проходило в режимі виключеної печі.

- Ag_2Se вибирали одразу, в розплавленому вигляді, щоб уникнути роздавлення ампули при кристалізації.

Синтезовані зразки були однорідними: темно-с ірого кольору з незначним металевим блиском – $\text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ та сірого кольору із значним металевим блиском – Ag_2Se .

Ідентифікацію здійснювали диференціальним термічним (ДТА) та рентгенівським фазовим (РФА) аналізами, а також було визначено густину $\text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ пікнометричним методом та проведено мікроструктурний аналіз для підтвердження результатів. Отримані дані повністю узгоджувались із літературними.

Для дослідження характеру взаємодії у системі Ag_2Se – $\text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ було синтезовано дев'ять зразків всередині системи. Вихідними компонентами слугували Ag_2Se та $\text{AgSbP}_2\text{Se}_6$. Синтез здійснювали у вакуумованих кварцових ампулах, максимальна температура синтезу становила 1 200 К. Витримку при максимальній температурі здійснювали протягом 24 годин. Відпал проводився при 573 К протягом 120 годин, після чого зразки загартовувались у льодяну воду.

Одержані зразки досліджували методами ДТА та РФА. На термограмах зразків більше 20 мол.% Ag_2Se спостерігалось 4–5 ендотермічних ефекти. Враховуючи те, що термограми вихідних сполук характеризуються, у випадку $\text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ одним ендотермічним при його плавленні, а Ag_2Se двома (поліморфне перетворення при 402 К та плавлення при 1 165 К) це вказувало на складний характер взаємодії у системі Ag_2Se – $\text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ і сумнівність її квазіподвійності.

Аналіз результатів РФА підтвердило не квазіподвійність досліджуваної системи. У зразках до 80 мол.% Ag_2Se чітко проявилися рефлекси $\text{Ag}_4\text{P}_2\text{Se}_6$, що вказує 80 мол.% на те, що у підсолідусній частині квазіподвійною є система $\text{AgSbSe}_2 - \text{Ag}_4\text{P}_2\text{Se}_6$. Дану систему можна розглядати лише як частково квазіподвійну, оскільки за температур вище 773 К $\text{Ag}_4\text{P}_2\text{Se}_6$ перитектично розкладається. У зразках збагачених Ag_2Se (більше 80 мол.% Ag_2Se) наявні рефлекси аргіродитної фази Ag_7PSe_6 , що не лежить на перерізі $\text{Ag}_2\text{Se} - \text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ та в площині потрійної взаємної системи $\text{Ag}_2\text{Se} + \text{AgSbP}_2\text{Se}_6 \leftrightarrow \text{AgSbSe}_2 + \text{Ag}_4\text{P}_2\text{Se}_6$. Це є свідченням того, що переріз $\text{Ag}_2\text{Se} - \text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ перетинає квазіпотрійну систему за участю Ag_7PSe_6 . Для того, щоб визначити яку саму необхідно здійснити більш прецизійний фазовий аналіз.

Таким чином, за результатами проведених досліджень встановлено, система $\text{Ag}_2\text{Se} - \text{AgSbP}_2\text{Se}_6$ не є квазіподвійною, а квазіподвійним у підсолідусній частині є система $\text{AgSbSe}_2 - \text{Ag}_4\text{P}_2\text{Se}_6$. У почотвертній системі Ag-Sb-P-Se наявні стабільні квазіпотрійні системи на основі Ag_7PSe_6 .

Список використаних інформаційних джерел

1. M. Wuttig, Phase-change materials: Towards a universal memory? Nat. Mater. 4 (2005) 265–266.
2. I. Karakaya, W. T. Thompson. The Ag-Se (Silver-Selenium) system. Journal of Phase Equilibria, 11(3) (1990) 266–271.
3. L. Kienle, V. Duppel, B. Mogwitz, J. Janek, M. V. Kreutzbruck, A. Leineweber, A. Simon, Synthesis, real structure, property: the showcase of silver-rich Ag_2Se . Cryst. Growth Des. 11 (2011) 2412–2421.
4. Pfeiff R., Kniep R. Quaternary selenodiphosphates(IV): $\text{M}^{\text{I}}\text{M}^{\text{III}}[\text{P}_2\text{Se}_6]$, ($\text{M}^{\text{I}} = \text{Cu, Ag}$; $\text{M}^{\text{III}} = \text{Cr, Al, Ga, In}$). J. Alloys Comp. 186 (1992) 111–133.
5. Galdamez A., Manriquez V., Kasaneva J., Avila R. E. Synthesis, characterization and electrical properties of quaternary selenodiphosphates: AMP_2Se_6 with $\text{A} = \text{Cu, Ag}$ and $\text{M} = \text{Bi, Sb}$. Mater. Res. Bull. 38 (2003) 1063–1072.

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ В УКРАЇНІ

В. А. Яківець, магістрант групи ПА м-61 (заочна) спеціальності Публічне управління та адміністрування, освітня програма «Публічне адміністрування»

Н. П. Каменська, д. ю. н., професор – науковий керівник

XXI ст. можна назвати початком етапу становлення нового типу управління в суспільстві, що базується на інноваційних технологіях, концепції соціалізації економіки, поглибленні соціальних зв'язків, запровадженні соціальних стандартів, розвитку інститутів народовладдя, появи нових соціальних структур і нових соціальних практик, через які здійснюється управління певними територіальними громадами. Це обумовило зміни в управлінні на всіх ієрархічних рівнях і всіх видах управління. Рух України в напрямі європейської моделі цивілізаційного розвитку суттєво змінює статус і роль публічної влади, її стратегічну спрямованість, якість і результативність впливів. У місцевому самоврядуванні система публічного адміністрування формується з урахуванням спільних рис та відмінностей здійснюваних функцій, які спрямовуються на узгодження дій щодо поліпшення стану і підвищення темпів соціально-економічного розвитку країни і регіонів..

Питання публічного адміністрування досить повно розглянуто в наукових працях таких вітчизняних вчених, як: Ю. П. Битяк, Л. М. Белкін, Т. М. Безверхнюк, В. В. Коваленко, П. Д. Пилипенко, В. В. Копейчиков, Ю. П. Шаров та інші.

Нашою метою є з'ясування особливостей правового регулювання у публічному адмініструванні та органах місцевої влади на основі аналізу чинного законодавства та даних юридичної науки.

Поняття адміністрування у вузькому значенні означає професійну діяльність державних чиновників, спрямовану на виконання рішень керівництва. У широкому значенні це не тільки професійна діяльність чиновників, але і вся система адміністративних інститутів з достатньо суворою ієрархією, за допомогою якої підпорядкованість відповідальності за виконання державних рішень відбувається зверху вниз.

Публічне адміністрування можна уявити як міждисциплінарну галузь знань і прикладну науку про організацію і технології управління життєдіяльністю соціуму в усіх його сферах: економічній, соціальній, гуманітарній, політичній та інших, що впливає на ефективність соціальних процесів і якість життя. Воно являє собою якісно вищий щабель управління, спрямований на регулювання та вдосконалення суб'єкт-суб'єктних відносин у суспільстві на гуманістичних загальноцивілізованих засадах процесів менеджменту, що спрямовуються на створення та дотримання високих життєвих стандартів.

Публічне адміністрування на сучасному етапі проходить в умовах процесів глобалізації життя суспільства, які суттєво змінюють ціннісні орієнтації і соціально-психологічні властивості людських відносин, впливають на відносини в соціумі, відносини до навколишнього світу і один до одного. Спостерігається розпад стійких соціальних зв'язків. Загальний рівень адаптованості людей до впливів сучасності поки залишається недостатньо високим. Зазначене негативно впливає на ефективний розвиток публічного управління. Без поглиблення знань стосовно принципів публічного управління, визначення його ролі і місця в державному управлінні та місцевому самоврядуванні очікувати на його істотне поліпшення не можна. На сучасному етапі його розвитку надзвичайно актуальними постають питання: Чи ефективна публічна влада? Які відмінності приховуються у змісті понять «публічне управління» і «міське самоврядування»? Як вони взаємодіють? Як вони узгоджуються між собою? Публічне адміністрування доповнює міське самоврядування чи навпаки? Для більш глибокого розуміння доцільно розглянути зміст цих понять, специфіку їх функцій та завдань та виявити між ними зв'язок, взаємодоповнюваність, супідрядність чи повну ідентичність.

Зміст терміна «публічне адміністрування» розглядається в контексті публічного управління і вже тривалий час не втрачає актуальності. У загальному розумінні управління – це цілеспрямований вплив з боку керуючого суб'єкта на поведінку керованого об'єкта, на відповідні явища та процеси задля приведення їх у відповідність до певних закономірностей і досягнення поставлених цілей [1]. Розглянемо понятійний апарат публічного адміністрування як виду публічного управління.

У широкому сенсі під публічним адмініструванням учені розуміють усю систему адміністративних інститутів з ієрархією влади, за допомогою якої відповідальність за виконання державних рішень спускається зверху до низу.

Найбільш широке визначення змістовної сутності публічного адміністрування в європейському дискурсі надали українські вчені, які виокремлюють в адмініструванні механізм чіткого розподілу повноважень і обов'язків між учасниками процесу колективного вироблення та реалізації стратегічних рішень на основі механізмів консенсусу формування політики та координації ключових учасників і сукупності процесів, що спираються на інституційну основу адміністрування [2].

Узагальнення наукових підходів доводить, що публічне адміністрування є особливим видом діяльності в суспільстві з формування, впровадження, оцінювання та модифікації публічної влади.

Управління в загальному його розумінні, необхідне для розвитку суспільства, воно важливе для здійснення спільної праці людей, для досягнення визначених цілей у всіх сферах та галузях діяльності. Управління – означає цілеспрямовану сукупність дій, які полягають у забезпеченні погодження і координування спільної діяльності людей, що має за мету досягти суспільно значущі цілі та досягнути вирішення визначених завдань [3].

Публічне управління є складовою частиною соціального управління і суспільства, в якому і суб'єктом, і об'єктом управління є людина [4, с. 84–88]. Складовими соціального управління є:

– державне управління, або публічне адміністрування, де суб'єктом є держава в особі сформованих нею структур (державних органів). Вони у відносинах представляють державу;

– місцеве самоврядування, де суб'єктами є недержавні структури, які сформовані територіальними громадами (органи місцевого самоврядування). Вони у відносинах представляють громаду [5, с. 46].

Публічне управління – це практичний, організуючий і регулюючий вплив держави на життєдіяльність суспільства з метою її впорядкування, збереження або перетворення, спираючись на владну силу, яку обмежує дієвий суспільний контроль як основний чинник планування верховенства права [4, с. 53].

Згідно з енциклопедією державного управління, публічне управління – це ієрархічна (вертикальна) система контролю згори вниз до його сприйняття як процесу, спрямованого на горизонтальну мережу взаємодії, завдяки якій відбувається скеровування суспільних суб'єктів на певні бажані чи корисні цілі [6, с. 489]. У результатах наукових досліджень різних авторів відзначається, що публічне управління – це нормотворча, розпорядницька, контрольна, організаційна та інша діяльність. Вона здійснюється на основі встановлених норм, правил, процедур [7, с. 41].

Отже, слід підсумувати, що публічне адміністрування є основною складовою соціального управління. Воно є сполучною ланкою між державним і публічним управлінням, забезпечуючи організацію та втілення їх рішень. Ключовими елементами для державного управління є держава і державна влада, а для публічного адміністрування – суспільство та публічна влада. *Доведено, що публічне управління як гуманістично спрямовану модель управлінської діяльності, що слугує громадянам для задоволення спільних проблем.*

Список використаних інформаційних джерел

1. Белкін Л. М. Проблеми становлення системи центральних органів виконавчої влади України / Л. М. Белкін // Державне управління. Удосконалення та розвиток: електронне наукове фахове видання. – 2013. – № 7. – С. 1–3.
2. Безверхнюк Т. М. Європейські стандарти врядування на регіональному рівні : [монографія] / Безверхнюк Т. М., Саханенко С. Є., Топалова Е. Х. ; за заг. ред. Т. М. Безверхнюк. – О. : ОРІДУ НАДУ, 2008. – 328 с.
3. Латынин Н. А. Парадоксы нашего времени и планы на будущее [Електронний ресурс] / Н. А. Латынин // Публичное управление: ВЫЗОВЫ XXI столетия : материалы дискус. площ. XIII Междунар. науч. конгр. – 2013. – Режим доступа: kongresxiii.blogspot.com/2013/01/blog-post_15.html. – Назва з екрана.
4. Оболенський О. Ю. Опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни «Публічне управління»: наук. розробка / О. Ю. Оболенський, С. О. Борисевич, С. М. Коник. – Київ : НАДУ, 2011. – 56 с.

5. Пристай Т. Господарсько-правові засоби захисту суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в чинному законодавстві / Т. Пристай // Юридична Україна. – 2013. – № 1. – С. 84–88.
6. Енциклопедія державного управління : у 8 т. / [Ю. В. Ковбасюк та ін.]. – Т. 5: Територіальне управління. – Харків : Вид-во ХарРІ НАДУ – Магістр]], 2011. – 408 с.
7. Чернов С. І. Текст лекцій з дисципліни «Публічне адміністрування» / С. І. Чернов, С. О. Гайдученко ; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ, 2014. – 97 с.

Наукове видання

НАУКА І МОЛОДЬ В ХХІ СТОРІЧЧІ

**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
V Міжнародної молодіжної науково-практичної
інтернет-конференції**

(м. Полтава, 5 грудня 2019 року)

Головний редактор *М. П. Гречук*
Комп'ютерна верстка *Г. А. Бжікян*

*Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 30,1.
Зам. № 102/1832.*

*Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81*

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.*