

## СОЦІАЛЬНО- ГУМАНІТАРНИЙ ВІСНИК

Засновник видання: Соціально-гуманітарна  
науково-творча майстерня «Новий курс»

Свідоцтво про державну реєстрацію:  
КВ №23259-13099ПР від 19.04.2018

Міжнародний стандартний серійний номер (ISSN): 2305-9869

Передбачувана періодичність: шість разів на рік

Місцезнаходження: вул. Манізера, 3, м. Харків, 61002, Україна

Вид видання за цільовим призначенням: наукове

Контакти: +380970440309, [sgvisn@gmail.com](mailto:sgvisn@gmail.com)

Сайт: <http://www.newroute.org.ua>

Для викладачів, наукових співробітників, студентів, аспірантів та всіх, кого цікавлять сучасні проблеми педагогіки, соціології, філософії, психології, соціальних комунікацій, філології, мистецтвознавства, культурології, історії, економіки, юриспруденції, політики та публічного адміністрування.

Автори несуть відповідальність за зміст (авторство та самостійність досліджень), точність та достовірність викладеного матеріалу. Редакція може не поділяти точки зору авторів.

### Редакційна колегія:

Кучин Павло Захарович, засл. арт. України, СГ НТМ «Новий курс» (головний редактор)

Акіншина Ірина Миколаївна, к. філол. н., доц., Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

Гончаренко Тетяна Ігорівна, СГ НТМ «Новий курс» (відповідальний секретар)

Дубовик Наталія Анатоліївна, к. політ. наук, доц., Державний університет телекомунікацій

Дуна Наталія Геннадіївна, к. е. н., доц., Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Захаревич Михайло Васильович, к. мист., доц., Київський національний університет театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого

Кислюк Любов Вікторівна, к. соц. ком., Луганський національний аграрний університет

Кожедуб Олена Василівна, к. соц. н., доц., Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Колчанова Людмила Миколаївна, к. мист., доц., Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського

Косуля Ірина Юріївна, к. соц. н., доц., Німецьке товариство міжнародного співробітництва (GIZ) GmbH

Кучин Сергій Павлович, к. е. н., доц., Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського

Наголюк Олена Євгенівна, к. ю. н., Луганський національний аграрний університет

Субота Євген Володимирович, к. культ., Харківська державна академія культури

Тополевський Віктор Юрійович, к. пед. н., доц., Харківська державна академія культури

Харченко Артем Вікторович, к. і. н., доц., Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Шевчук Інна Володимирівна, к. держ. упр., Хмельницький університет управління та права

Яцишин Уляна Володимирівна, к. політ. н., Національний університет «Львівська політехніка»

Докладна інформація про видання розташована на сайті [www.newroute.org.ua](http://www.newroute.org.ua). Засновником та видавцем збірника є Соціально-гуманітарна науково-творча майстерня «Новий курс», яка заснована 1989 року. Збірник зареєстровано в Департаменті державної реєстрації та нотаріату Міністерства юстиції України (м. Київ, Україна). Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації КВ №23259-13099ПР видано 19.04.2018. Збірник зареєстровано у Міжнародному центрі реєстрації серійних видань (м. Париж, Французька Республіка). Міжнародний стандартний серійний номер (ISSN): 2305-9869. Інформація про опубліковані наукові праці розміщується в пошуковій системі наукових публікацій «Google Scholar», в базі даних інформаційного ресурсу «Наукова періодика України», на сайті Соціально-гуманітарної науково-творчої майстерні «Новий курс». Друковані примірники збірника надсилаються до бібліотек України. Збірник не входить до переліку спеціалізованих видань України. Публікація у збірнику підтверджує апробацію наукових досліджень та вважається друкованою науковою працею автора, що опублікована у вітчизняному науковому періодичному виданні.

Наукові праці публікуються в рамках проведення IV науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю «Сучасні тенденції соціально-гуманітарного розвитку України та світу», 28 листопада 2018 р., м. Харків.

Послідовність розміщення наукових праць визначається відповідно до дати їх отримання редакцією.

УДК 009:3(082)

ББК 6/8я43

С69

Соціально-гуманітарний вісник: зб. наук. пр. – Вип. 24. – Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2018. – 162 с.

© СГ НТМ «Новий курс», 2018

© Автори, 2018

## ЗМІСТ

Стор.

**Розділ перший****Педагогіка, соціологія, філософія, психологія, соціальні комунікації**

<i>Ладика Ірина Ярославівна</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГЕНДЕРНО-ЧУТЛИВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ	... 9
<i>Штефан Анна Костянтинівна</i> РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА У СИСТЕМІ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВИТИ	... 10
<i>Лецинська Дар'я Андріївна</i> ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВЗАЄМОВІДНОСИН МІЖ ВЛАДОЮ ТА СУСПІЛЬСТВОМ	... 12
<i>Степанюк Дмитро Валерійович, Шпак Світлана Григорівна</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ДІТЕЙ ІЗ ЗАТРИМКОЮ ПСИХІЧНОГО РОЗВИТКУ	... 13
<i>Хмельницька Інна Ігорівна, Шпак Світлана Григорівна</i> ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ ЖЕРТВАМ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЛЯ	... 15
<i>Кривопалова Світлана Петрівна, Шпак Світлана Григорівна</i> СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА АДАПТАЦІЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ДО УМОВ БУДИНКУ ДИТИНИ	... 16
<i>Плеванюк Анастасія Олегівна</i> ПРОБЛЕМА ДИСКРИМІНАЦІЇ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	... 18
<i>Смирнова Дарина Вячеславівна</i> ООН-РЕКЛАМА, ЇЇ ПЕРЕВАГИ І КЛЮЧОВА РОЛЬ В ПРОСУВАННІ БРЕНДУ	... 19
<i>Небжицька Наталія Олегівна, Юрченко Вікторія Миколаївна</i> РОЗШИРЕННЯ САМОСВІДОМОСТІ ПІДЛІТКІВ ЗАСОБАМИ ТВОРЧОГО САМОВИРАЖЕННЯ	... 21
<i>Ларіонова Вікторія Валентинівна</i> ПРОФЕСІЙНЕ ВИГОРАННЯ ПЕДАГОГА	... 22
<i>Охрімчук Тарас Григорович, Назаревич Вікторія В'ячеславівна</i> ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ДО ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ У ПІДЛІТКІВ	... 24
<i>Хортів Ганна Валеріївна</i> ЕМОЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ДИТИНИ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ	... 25
<i>Данилова Ніна Александровна</i> НОВЫЕ ИДЕОЛОГИИ КОЛЛЕКТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ	... 27
<i>Глуценко Микита Олексійович, Хомак Іван Васильович</i> ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ВІЙСЬКОВИМ КОЛЕКТИВОМ В БОЮ	... 28
<i>Лелюх Людмила Михайлівна</i> ПРОДУКТИВНЕ НАВЧАННЯ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСОБИСТОСТІ ВИПУСКНИКІВ КОЛЕДЖІВ	... 30
<i>Герасименко Людмила Борисівна</i> АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ НЕУСПІШНОСТІ УЧНІВ ПІДЛІТКОВОГО ВІКУ	... 32

<i>Акінішина Ірина Миколаївна</i> РЕКРЕАТИВНА ПЕРІОДИКА ЯК НОСІЙ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	... 34
<i>Мох Юлія Андріївна, Радченко Олена Іванівна</i> THE ROLE OF TASKS AND TEXTS IN LANGUAGE TEACHING	... 35
<i>Гнатчук Оксана Степанівна</i> ІНСТИТУТ ОСВІТИ ЯК РУШІЙНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА	... 36
<i>Дерев'янка Марина Миколаївна, Кравченко Ольга Василівна</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ В ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	... 38
<i>Палічук Діана Сергіївна</i> ОСОБЛИВОСТІ СТАВЛЕННЯ ДІТЕЙ СЕРЕДНЬОГО ПІДЛІТКОВОГО ВІКУ ДО СЕБЕ	... 39
<i>Дрозач Олександра Вікторівна, Салюк Марина Анатоліївна</i> ОСОБЛИВОСТІ ВЗ'ЯЄМОЗВ'ЯЗКУ ІМПЛІЦИТНИХ ТЕОРІЙ ІНТЕЛЕКТУ ТА ОСОБИСТОСТІ ЛЮДИНИ З ЇЇ КОПІНГ-СТРАТЕГІЯМИ	... 41
<i>Арделян Тетяна Онуфріївна</i> ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОСІБ ІЗ РОЗЛАДАМИ ХАРЧОВОЇ ПОВЕДІНКИ	... 42
<i>Манютіна Олена Іванівна, Федина Тетяна Олександрівна</i> ІННОВАЦІЇ ТА РОЗВИТОК ІНШОМОВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ У СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ	... 44
<i>Іваник Софія Володимирівна</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОКУСУ КОНТРОЛЮ У СТУДЕНТІВ	... 46
<i>Сардарян Метакся Володимирівна</i> ВИВЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ БАР'ЄРІВ ОСОБИСТОСТІ ЗАРУБІЖНИМИ ТА ВІТЧИЗНЯНИМИ ВЧЕНИМИ	... 47
<i>Гоменюк Віта Анатоліївна, Ковальова Євгенія Вікторівна, Кондрашева Олена Миколаївна</i> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗВО І-ІІ РІВНІВ	... 49
<i>Кириченко Римма Вікторівна</i> САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ У ВІРТУАЛЬНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ	... 50
<i>Лобода Олександра Олександрівна</i> КОМУНІКАЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТВОРЕННЯ ЛОЯЛЬНОЇ БАЗИ КЛІЄНТІВ	... 51
<i>Лозицька Катерина Віталіївна</i> РОЗВИТОК КЕАТИВНОСТІ СЕРЕД СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	... 53
<i>Нестеренко Юлія Вікторівна</i> ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОСЛАВНИХ ЛІТЕРАТУРНО-ХУДОЖНІХ ЖУРНАЛІВ ДЛЯ ДІТЕЙ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ	... 54
<i>Строїнська Дар'я Олександрівна</i> ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОДОЛАННЯ ТРИВОЖНОСТІ У СТУДЕНТІВ	... 55
<i>Якимюк Жанна Олександрівна</i> ОСОБЛИВОСТІ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ І КОНФЛІКТНОСТІ У СТУДЕНТІВ	... 57

**Розділ другий****Мистецтвознавство, культурологія, філологія, історія**

<i>Сергеєва Оксана Олексіївна</i> WRITING AS A COLLABORATING ACTIVITY	...	59
<i>Орёл Елизавета Раймондсовна</i> СИНТЕТИЧНОСТЬ АРТИСТА – ЖАНРОВАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ МЮЗИКЛА	...	60
<i>Солодка Лілія Олексіївна</i> НОВАТОРСТВО МАРТИ ГРЕХЕМ У СВІТЛІ ХОРЕОГРАФІЧНОГО МИСТЕЦТВА	...	61
<i>Канкаш Галина Дмитрівна</i> ОФІЦІЙНО-ДІЛОВИЙ СТИЛЬ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	...	63
<i>Чернюк Ірина Любомирівна</i> ВИКОРИСТАННЯ ДІАЛОГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЗАНЯТТЯХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	...	65
<i>Петренко Лілія Володимирівна</i> ВПЛИВ СИСТЕМИ Ж. ДАЛЬКРОЗА НА РИТМО-ПЛАСТИЧНУ СКЛАДОВУ РЕЖИСЕРСЬКОЇ КОНЦЕПЦІЇ Л.КУРБАСА	...	66
<i>Мельнікова Софія Миколаївна</i> ТИПОЛОГІЯ АКТОРА В РЕЖИСЕРСЬКІЙ СИСТЕМІ МИКОЛИ ДЕМИДОВА	...	67
<i>Почепинская Светлана Михайловна</i> PROBLEM OF SPEECH COMMUNICATION	...	69
<i>Братчина Катерина Євгеніївна, Полубоярина Ірина Іванівна</i> АКТОРСЬКА ГРА ВОЛОДИМИРА МАЛЯРА У ВИСТАВІ «TWO STEP ...»	...	70
<i>Федорченко Павло Геннадійович</i> ЕТАПИ ТВОРЧОГО ШЛЯХУ АКТОРА ВОЛОДИМИРА ГОРБУНОВА	...	71
<i>Кирпита Тамара Володимирівна</i> UNRELIABLE NARRATOR AND DOUBT AS THE MEANS OF FANTASY IN THE TURN OF THE SCREW BY HENRY JAMES	...	73
<i>Шапошникова Дар'я Дмитрівна</i> ТВОРЧІСТЬ І ЖИТТЯ М. М. РАЧИНСЬКОГО	...	74
<i>Чорнобай Юлія Валентинівна</i> КОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ МІНІТЕКСТУ	...	76
<i>Медяник Катерина Сергіївна</i> РОБОТА В. АНТОНОВА НАД РОЛЛЮ ЖУРДЕНА У ВИСТАВІ ХАРКІВСЬКОГО ТЮГУ «МІЩАНИН-ШЛЯХТИЧ» (ПОСТАНОВКА О.Г. БЕЛЯЦЬКОГО)	...	77
<i>Стороженко Інна Олександрівна</i> ТВОРЧІСТЬ ВІДОМОГО АКТОРА ТА ВИДАТНОГО ПЕДАГОГА Я. Г. АЗІМОВА	...	78

**Розділ третій****Економіка, юриспруденція, політика, публічне адміністрування**

<i>Аверкова Вероника Андреевна</i> ПЕРЕДАЧИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭФИРНОГО ИЛИ КАБЕЛЬНОГО ВЕЩАНИЯ КАК ОБЪЕКТ СМЕЖНЫХ ПРАВ ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	... 80
<i>Уфімцева Ольга Юріївна</i> РОЗРОБКА МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ОСВІТИ	... 81
<i>Яровой Тихон Сергійович</i> ЛОБІЗМ ЯК СУСПІЛЬНИЙ ФЕНОМЕН: ПРОБЛЕМАТИКА УСВІДОМЛЕННЯ	... 83
<i>Похно Вікторія Олександрівна</i> ОСОБЛИВОСТІ УМОВ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	... 84
<i>Гончаренко Тетяна Ігорівна</i> АКТУАЛІЗАЦІЯ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	... 86
<i>Любіна Олександра Владиславівна</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	... 87
<i>Серченко Валентина Богданівна</i> СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ	... 88
<i>Петрина Вікторія Миколаївна</i> ІННОВАЦІЇ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ	... 90
<i>Филоненко Виктория Вадимовна</i> БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	... 91
<i>Майстренко Тетяна Ігорівна</i> ПРИНЦИПИ ВДАЛОЇ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ GOOGLE ADWORDS	... 92
<i>Марчевська Юлія Олегівна</i> БАГАТОНАЦІОНАЛЬНА КОНКУРЕНЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА	... 93
<i>Цибенко Дар'я В'ячеславівна</i> СТАН СВІТОВОГО РИНКУ ПОСТІЛЬНОЇ БЛИЗНИ	... 96
<i>Коба Анна Олександрівна</i> GREEN BONDS – ЗАХИСТ ЕКОЛОГІЇ ЧИ ВИГІДНЕ ІНВЕСТУВАННЯ?	... 97
<i>Юрченко Олександр Сергійович</i> КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ	... 99
<i>Єгорова Марія Леонідівна</i> DOICEDONNA (ДОЛЬЧЕДОННА) – УКРАЇНСЬКА МАРКА ЖІНОЧОГО ОДЯГУ	... 100
<i>Олійник Юлія Віталіївна</i> ФІНАНСУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ ТА ДЕРЖАВНИЙ КОНТРОЛЬ ЗА НИМ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД	... 101
<i>Марковська Каріна Анатоліївна</i> ПРОБЛЕМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ РІШЕНЬ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНІСТІ КОМПАНІЇ	... 103
<i>Шевців Анна Богданівна</i> СТРАТЕГОЛОГІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРОГРАМ ІЗ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ СТРУКТУРНИХ ЗМІН	... 104

<i>Гасюк Руслана Володимирівна</i> ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДОЛОГІЇ ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРИКОРДОННИХ ТЕРИТОРІЙ	... 106
<i>Фомічова Наталя Вікторівна, Лисенко Наталя Миколаївна</i> КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД У ФАХОВІЙ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТА ТОВАРОЗНАВЦЯ	... 107
<i>Романюк Анастасія Сергіївна</i> КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ МІСЦЕ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	... 108
<i>Яворський Владислав Миколайович</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ ТА ОФШОРНИХ ЗОН В КРАЇНАХ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ, В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	... 110
<i>Коваленко Олександра Олександрівна</i> ФОРСАЙТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	... 111
<i>Блищик Елла Сергіївна</i> ДОСВІД ГРЕЦІЇ ЩОДО ВСТУПУ НА ДЕРЖАВНУ СЛУЖБУ ТА ПРОВЕДЕННЯ КОНКУРСУ НА ЗАЙНЯТТЯ ВАКАНТНИХ ПОСАД	... 112
<i>Блищик Елла Сергіївна</i> РОЗМЕЖУВАННЯ МІЖ ПІДГОТОВЧОЮ СЛУЖБОЮ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ ТА ВИПРОБУВАЛЬНИМ СТРОКОМ ПРИ ВСТУПІ НА ДЕРЖАВНУ СЛУЖБУ В УКРАЇНІ	... 113
<i>Карпінський Борис Андрійович, Сидор Юрій Васильович</i> ДУАЛІЗМ ПРОЯВНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ КОНФЛІКТІВ У ПУБЛІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	... 115
<i>Карпінський Борис Андрійович, Корпесьо Олена-Марія Богданівна</i> МОТИВАЦІЙНІ ЗАСАДИ У КАДРОВОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ	... 116
<i>Карпінський Борис Андрійович, Білоуха Андріана Миколаївна</i> СТРАТЕГОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	... 118
<i>Карпінський Борис Андрійович, Гасюк Руслана Володимирівна, Кімак Христина Борисівна</i> ТІНІЗАЦІЯ ЗАЙНЯТОСТІ І ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИЙ ПІДХІД У ФОРМУВАННІ РИНКУ ПРАЦІ З ПОЗИЦІЇ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ	... 119
<i>Матвійчук Юрій Сергійович</i> КУРС ДО ЧЛЕНСТВА В ЄС: РОЛЬ КОНСТИТУЦІЙНОГО СУДУ УКРАЇНИ	... 121
<i>Чернявська Ганна Анатоліївна</i> ОБМЕЖЕННЯ УЧАСТІ У ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЯХ: ДЕПОЛІТИЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ	... 123
<i>Тодераш Ганна Флоріївна</i> СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	... 124
<i>Романов Роман Олександрович</i> ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПРИВАТНОГО ФІНАНСУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД	... 126

<i>Хортюк Владислав Васильович</i> СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	... 127
<i>Кліщук Юлія Олександрівна</i> ПРОБЛЕМА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЕМІГРАЦІЇ З УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	... 129
<i>Безгодькова Єлизавета Сергіївна</i> ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ DIGITAL MARKETINGУ	... 131
<i>Черняєва Каріна Валеріївна</i> МАРКЕТИНГОВІ ЧИННИКИ ПОПУЛЯРНОСТІ ФІЛЬМІВ ПРО СУПЕРГЕРОЇВ	... 133
<i>Павельєва Анастасія Романівна</i> ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖМЕЙКІНГУ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	... 134
<i>Мороз Марія Русланівна</i> ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ В ПРАКТИКУ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ	... 136
<i>Кушнір Ірина В'ячеславівна</i> ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФОРМУВАННЯ КРИЗИ ПІДПРИЄМСТВА	... 138
<i>Шелудько Оксана Олександрівна</i> ГАРАНТІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВ ОСОБИ У ВІДНОСИНАХ З НАЦІОНАЛЬНОЮ ПОЛІЦІЄЮ УКРАЇНИ	... 139
<i>Бойчук Денис Миколайович</i> ПРОБЛЕМА ПЛАСТИКОВОГО СМІТТЯ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ	... 141
<i>Левенець Марія Михайлівна</i> МАТЕРІАЛЬНО-ПРАВОВА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД	... 141
<i>Осідак Ангеліна Андріївна</i> КОНЦЕПТ ФЕМІНІЗМУ В ПОЛІТИЧНІЙ ТЕОРІЇ КАРЛА МАРКСА	... 143
<i>Шнег Соломія Володимирівна</i> СТРУКТУРА МІНІСТЕРСТВА ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ, ОСНОВНІ ВИДИ УПРАВЛІННЯ В ОРГАНАХ ВНУТРІШНІХ СПРАВ	... 144
<i>Захарченко Анастасія Олександрівна</i> СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ БРЕНДІВ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	... 145
<i>Петлевич Олена Ігорівна</i> ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ	... 147
<i>Шульц Дар'я Сергіївна</i> АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВИЙ СТАТУС СПІВРОБІТНИКІВ ОВС	... 148
<i>Андрущенко Ірина Олександрівна</i> МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	... 150
<i>Мельничук Анастасія Валеріївна</i> ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК УКРАЇНИ	... 151
<i>Дробязко Віталій Вадимович</i> СТРУКТУРА ТА ДИНАМІКА РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ	... 153
<i>Собур Сергій Миколайович</i> СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ МОДЕЛІ КОНСТИТУЦІЙНОГО ПРАВОСУДДЯ	... 156

<i>Надобко Олеся Олександрівна</i> ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІМІДЖЕВОЇ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНИ	... 157
<i>Гончаров Андрій Андрійович</i> СПЕЦИФІКА ПЕРЕДАЧІ ВЛАДИ В КНР, ЯК ДАНИНА КОНФУЦІАНСЬКІЙ СПАДЩИНІ	... 158
<i>Савченко Віра Юріївна</i> АНТИКРИЗОВИЙ PR ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	... 160
<i>Харук Руслан Віталійович</i> МАРКЕТИНГОВІЕ ПРИЕМОУ, ІСПОЛЬЗУЕМЫЕ КОМПАНИЕЙ «PERSICO УКРАИНА»	... 161
<i>Шевчук Інна Володимирівна</i> КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СЬОГОДЕННЯ	... 162



## Розділ перший

*Педагогіка, соціологія, філософія, психологія, соціальні комунікації*

**Ладика Ірина Ярославівна**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

### АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГЕНДЕРНО-ЧУТЛИВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ

Гендерно-чутлива журналістика останнім часом набуває популярності не лише у прикладному вираженні – збільшенні кількості матеріалів у ЗМІ, які дотримуються гендерного балансу, які пишуть на гендерно-чутливі теми, але й у науковому – прискіплива увага дослідників до генези такого виду журналістики та особливості її становлення в Україні. Ці наукові тези – спроба артикулювати актуальні проблеми розвитку гендерно-чутливої журналістики у нашій країні.

Жінки, зважаючи на їхню кількість, фактично володіють контрольним пакетом громадянського суспільства, але коли гортаєш сторінки журналів, дивишся ТБ, слухаєш радіо, частіше за все жінки повстають як сексуальні об'єкти, піклувальні машини, скатертини-самобранки, ляльки, але не як повноцінні особистості, які мають щоденний стратегічний концептуальний вплив на життя кожної та кожного з нас.

Гендерно чутлива журналістика надає можливість побачити в дзеркалі громадянського суспільства активну, креативну, героїчну, реформістську, фахову, цілеспрямовану, освічену та незламну українську жінку.

У 2013 році ухвалили Закон України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», принцип недискримінації, зокрема, означає, забезпечення рівних можливостей осіб.

Якщо видання більше розповідає про те, які жінки чарівні піклувальниці, турботливі матері, вродливі наречені, а чоловіки – талановиті політики, рішучі вояки, інтелектуальні світила, воно тим самим порушує баланс і формує переконання, що рівних можливостей не існує, адже тільки *вона* може бути вродливою нареченою, і лише *він* може бути інтелектуальним світилом.

У такий спосіб за жінками в нашому суспільстві медіа закріплює функцію опіки, шлюбно-сімейну територію, де чоловік з'являється, але не проявляє себе, закріплюючи за собою професійну та політичну сфери.

Мова ненависті та дискримінаційні висловлювання в медіа порушують стандарти професії. Не потрібно бути якимись особливими журналістами, аби писати гендерно збалансовані матеріали, адже коректна робота й коректна мова входять «у пакет» дотримання журналістських стандартів. Якщо дотримуватися стандартів (балансу думок і точок зору, оперативності, достовірності, відокремлення фактів від коментарів, точності, повноти представлення фактів), матеріал по факту вийде збалансованим.

Текст, наповнений дискримінаційними висловлюваннями, ображає щонайменше половину ваших читачів, слухачів або глядачів – наприклад, читачок, слухачок, глядачок.

Ще одна дуже важлива проблема – невидимість жінок в українських медіа. Цю тезу щороку легко ілюструвати результатами моніторингу Інституту масової інформації. Наприклад, протягом 2016 року лише 14% матеріалів Інтернет-медіа мали коментарі жінок як експертток. В більшості випадків жіночі голоси звучали в галузях правозахисту, шоу-бізнесу, спорту, здоров'я, міжнародних новин, визволення полонених.

Порівняння даних Інституту масової інформації (ІМІ) різних років говорить про те, що жінок стали менше залучати як експертток до коментування матеріалів. Жінки в ролі героїнь матеріалів присутні насамперед у світських хроніках і «жовтих» публікаціях, а також у темах міжнародних новин, спорту, культури, здоров'я, схуднення та особистого життя.

Щоб журналістські матеріали стали більш гендерно чутливими, журналіст Сергій Штурхецький переконаний, що слід всього-на-всього ставитися з повагою до людини: «І тоді зникає питання – чому ми маємо писати упереджено... про людей іншої статі чи людей з якимись особливими потребами. Чому для означення людини ми маємо казати «інвалід», «єврей», «жінка»... Це зовсім не відкриває сутності цієї людини. Візьміть соціальні мережі. Соціальні мережі демонструють поліідентичність. Людина не може бути одноманітною, пласкою і визначатися одним набором якихось індикаторів».

Спираючись на дані дослідження ІМІ, Роман Штурхецький узагальнює: 60% – це жіноча аудиторія, і тим не менше близько 75% героїв матеріалів чи експертів – чоловіки, чоловічих облич на фото – 66%.

Немає новин, тем, соціально важливих питань, де б не застосовувався гендерний підхід. Пояснення просте: журналістська аудиторія – це люди. «І про щоб ми не говорили – про економіку, лісове господарство, науку, освіту, медицину, – ми однаково інформуємо як чоловіків, так і жінок... Тому (...) нам слід пам'ятати, що за ними є і чоловіки, і жінки, які мають різні потреби, різні можливості, але вони однаково цінні для нас», – наголошує Юлія Гончар.

Дотримання гендерного балансу у журналістських матеріалах, відсутність дискримінації та сексизму – принципи роботи демократичних медіа в усьому світі. Й українські ЗМІ повинні намагатися дотримуватися цих принципів.

**Штефан Анна Костянтинівна**

*Запорізький національний університет*

## **РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА У СИСТЕМІ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ**

Створення реабілітаційних закладів зумовлює важливість вдосконалення умов надання освітніх послуг, розробки нових форм і методів соціальної роботи з дітьми з особливими потребами. Впровадження інклюзії – це глибокий культурний процес, пов'язаний зі зміною суспільної ментальності, що зумовлює його довгу тривалість у часі.

Кожна система має свої недоліки, інклюзивна освіта також має їх, найбільші з них: гальмування навчально-освітнього процесу, коли педагоги приділяють більше часу особливим дітям, якщо ж немає можливості приділити час дитині, то вона губиться в колективі і нічому не вчиться; недостатньо персоналу, який буде займатися особливими дітьми; обурення батьків здорових дітей, які часто стають жертвами безпричинної агресії неадаптованих дітей; великий відрив у колективі дітей за знаннями і неможливість поєднати разом програми розвитку для здорових і особливих дітей; зняття відповідальності з батьків особливих дітей.

Серед основних проблем осіб з особливими потребами під час навчання у навчальних закладах виділю такі:

- важливо, щоб людина з вадами у розвитку не стала об'єктом глузування та приниження, а з іншого боку – об'єктом надмірного співчуття та гіперопіки;
- духовні проблеми, менталітет громадськості, стереотипи щодо людей з особливими потребами;
- забезпечення особливих потреб дітей у навчальних закладах. Для дітей з порушеннями зору мають бути книжки на спеціальних носіях.

Інклюзивна освіта за основу має принцип забезпечення основного права людей на освіту.

Існуючі бар'єри на шляху якісної освіти в інклюзивній системі:

- «навішування» ярликів, діагнозів;
- брак професійних кадрів;
- доступність навчальних закладів;
- незнання батьків про права своїх дітей;

– фінансування.

Рекомендаціями для вирішення наведених проблем соціальної роботи з дитиною з особливими потребами є:

- впровадження моделі навчання, орієнтовану на особистість;
- дотримання принципів доступності, толерантності;
- забезпечення належного рівня умов середовища задля адаптації учнів;
- збільшення бюджету для фахівців, працюючих з дітьми з особливими освітніми потребами;
- збільшення фінансування навчальних закладів;
- співпраця з батьками;
- удосконалення законодавства.

Для ефективного охоплення дітей з порушеннями психофізичного розвитку навчанням, у тому числі дітей з інвалідністю, потрібно мати інформацію, банк даних таких дітей в регіоні.

Інформаційний депозитарій має містити інформацію про кількість дітей з порушеннями та щорічно оновлюватися. Раннє виявлення дітей з особливими потребами можливо за умови ефективної співпраці управлінь освіти та з іншими управліннями (охорони здоров'я, соціального захисту тощо).

Функція ведення реєстру дітей з особливими потребами донедавна належала психолого-медико-педагогічним консультаціям. Одним із завдань психолого-медико-педагогічних консультацій є облік, систематизація та аналіз інформації про кількість дітей з порушеннями в регіоні.

Така робота проводиться для того, щоб вчасно надати пропозиції управлінню освіти, вжити належних заходів для реалізації права дітей на навчання. Підсумовуючи можемо рекомендувати створення соціального середовища, в якому «особлива» дитина не буде відчувати свою відмінність.

Для контролю усіх рекомендацій ідеєю є створення проекту, спрямованого на проведення інспекцій, надсилання звітів місцевим органам самоврядування. Головна мета цього проекту: збільшити рівень якості надання освітніх та соціальних послуг дітям з особливими потребами у м. Запоріжжя, впровадження відповідного громадського моніторингу, для досягання мети слід виконати такі завдання:

- дослідницькі – вибір технологій моніторингу, визначення основних категорій відвідувачів соціальних служб;
- навчання команди моніторингу;
- інформування (розповсюдження друкованих листівок містом, що мають інформацію про наявність інклюзивних шкіл та створену систему ревізії та інше);
- апробація системи моніторингу і запуск;
- оцінка результату.

За допомогою заходів: «think tank», фабрика думок; школа громадського моніторингу для 10 інспекторів; тренінги з мотивації для соціальних працівників шкіл, тренінги з попередження професійного вигорання, залучення закордонних професіоналів задля обміну досвідом; розробка веб-сайту, групи у соціальних мережах, друкованої продукції; соціальний експеримент у школі, прес-конференція, соціологічне дослідження щоб визначити рівень та кількість проблем; дворазова інспекція 15 закладів протягом першого навчального півріччя. Очікувані результати: підвищення кваліфікованості шкільних соціальних працівників.

**Лещинська Дар'я Андріївна**

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

Науковий керівник: Польська Тамара Дмитрівна, кандидат філософських наук, доцент

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

### **ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВЗАЄМВІДНОСИН МІЖ ВЛАДОЮ ТА СУСПІЛЬСТВОМ**

Сучасний демократичний розвиток суспільства обумовлений інформаційною відкритістю органів державної влади. Довіра суспільства до діяльності органів влади буде в тому випадку, коли здійснюватиметься чітка та ефективна політика, що включатиме певний громадський контроль. Всі демократичні країни повинні дотримуватися чітких правил щодо інформування суспільства про свою діяльність, а також залучати громадськістю до формування та реалізації ефективної державної політики. Тому, дивлячись на сучасні реалії українського суспільства, інформаційний доступ до діяльності органів влади стає актуальним все більше та має досить вагоме значення в побудові якісних комунікативних відносин між суспільством та владою. І тому вся надана інформація громадянам повинна бути доступною та прозорою.

Базовими факторами розвитку демократичних основ є суспільна підтримка та оцінка ефективності функціонування державних органів. На сьогоднішній день суспільством оцінюється не тільки рішення, які прийняті урядом, але й налагодження зворотної комунікації з громадськістю. Сучасне суспільство потребує негайної та якісної відповіді від працівників публічної сфери. Комунікативний аспект відіграє важливу роль в процесі реалізації рішень, які прийняті державою, та забезпечує ефективну та прозору систему взаємозв'язків між суспільством та органами державної влади. Варто зауважити, що саме на державний орган покладено відповідальність за організацію якісного інформаційного забезпечення суспільства [3, 221].

Сьогодні досі немає єдиного поняття «зв'язки з громадськістю», «паблік рілейшнз» (PR) у науці. Тому фахівці визначають ці поняття виходячи із сфери діяльності організації та особливостей установи. Це зумовлює існування великої кількості визначень. Зв'язки з громадськістю як окремих інститутів потребує все ж таки певної нормативно-правової бази та регулювання. Закони України не відображають конкретне поняття, яке координувало б відносини у сфері зв'язків з громадськістю. Тому здійснення цієї складової включається та регулюється законами, що стосуються сфери інформації та громадянського суспільства [6, 230].

Як наука зв'язки з громадськістю значною мірою представляють собою науку про управління громадською думкою. Більш того, включають в себе такі головні завдання: вивчення суспільної думки; регулювання суспільних відносин інформативними методами; підтримка двостороннього діалогу між владою та суспільством на основі правдивої та якісної інформації; утворення позитивного іміджу установам та її керівництву тощо. Загалом, поєднуючи всі аспекти розгляду, виходить, що основна мета – це налагодження взаємозв'язку між суспільством та владою, який буде ґрунтуватись на взаєморозуміння, спільній роботі та компетентності всіх учасників даного процесу [5, 16].

Визначенням зв'язків з громадськістю в публічному управлінні виступає цілеспрямована взаємодія структур державного апарату з громадянами і суспільними інститутами, яку можна визначити як інформаційно-комунікативну функцію публічної влади та управління. Така функція відтворюється у відношенні різних кіл громадськості до певних прийнятих рішень, і так формується масове уявлення з будь-яких проблем для отримання суспільного розуміння та підтримки прийняття та виконання відповідних заходів. Тобто, дана інформаційно-комунікативна функція досить важлива для владних структур, оскільки брак інформації спричиняє зворотні негативні процеси, а саме поширення у населення чуток та здогадок. Виникає важливе завдання у органів влади зробити доступнішим державний апарат для громадян та їх організацій, а також

зміцнити відносини з громадськістю. В системі державного управління зв'язки з громадськістю ґрунтуються на основних закономірностях створення сприятливого ставлення соціального середовища до поточних подій. Для підтримки зв'язків з громадськістю існують апробовані технології – від спілкування з вузьким колом людей до використання масових засобів комунікації для спілкування з необмеженою аудиторією [2, 257].

Органи державної влади через зв'язки з громадськістю повинні покладатись на ті базові аспекти, які будуть створювати відповідне враження громадянам щодо діяльності та ефективної роботи службовців. Інформацію, яку надають громадянам, може бути представлена у друкованому вигляді, через телебачення, радіо, Інтернет тощо [4, 163].

На сьогоднішній день демократичний розвиток нашої держави вимагає того, щоб відбулося майже повне оновлення механізму взаємозв'язку громадян та держави. Оскільки, ефективного механізму взаємодії між владою та суспільством поки що немає. Тому, зв'язки з громадськістю є досить важливим аспектом, який повинен більш детально реалізовуватись державою. Через діяльність органів влади необхідно забезпечити всі сфери різноманітними технологіями та реалізувати інформаційно-комунікативну взаємодію через ці технології з громадськістю.

Вся робота та діяльність органів влади базується не тільки на ефективності прийнятих рішень, які будуть відповідати державним інтересам, а й на діючому громадському контролі та ефективній комунікації. Для того, щоб був забезпечений баланс в державних та громадських інтересах, необхідно також запровадити системний моніторинг громадської думки щодо суспільно-політичної ситуації та ефективності влади [1, 203].

Список використаних джерел

1. Воробьев Ю. Л. Коммуникативный диалог общества и власти: монография / Ю. Л. Воробьев. – Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2007. – 456 с.
2. Енциклопедичний словник з державного управління / [уклад. Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін]. – К.: НАДУ, 2010. – 820 с.
3. Курасова С. А. Престиж державних службовців: структурно-функціональний аналіз / С. А. Курасова // Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2005. – Вип. 4 (22). – С. 218-229.
4. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз [Текст]: навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К.: Знання, 2006. – 327 с.
5. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.
6. Тихомирова С. Б. Зв'язки з громадськістю [Текст]: [навч. посіб.] / С. Б. Тихомирова. – К.: НМЦВО, 2001. – 560 с.

**Степанюк Дмитро Валерійович**

*ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»  
Рівненський інститут*

**Шпак Світлана Григорівна**

Кандидат психологічних наук, доцент

*ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»  
Рівненський інститут*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ДІТЕЙ ІЗ ЗАТРИМКОЮ ПСИХІЧНОГО РОЗВИТКУ**

**Актуальність дослідження.** Актуальність проблеми психічного здоров'я дітей останнім часом значно зросла. Ріст нервово-психічних і соматичних захворювань, а також різних функціональних розладів корелює із загальним зниженням успішності, особливо на початкових етапах навчання.

За даними психолого-педагогічних досліджень, кількість учнів, які не в змозі засвоїти загальноосвітні програми початкової школи, становить 20-30%, а приблизно 70-80% з них мають потребу у спеціальних формах і методах навчання. Значну частину серед цих дітей займають діти із затримкою психічного розвитку (ЗПР), яких на фоні загального погіршення дитячого здоров'я стає дедалі більше. Проблемою затримки психічного розвитку (далі ЗПР) займаються багато фахівців: лікарі, педагоги-дефектологи, психологи, соціальні працівники. Однак, незважаючи на значну кількість наукових робіт, присвячених цій проблемі, як і раніше недостатньо розкриті її психологічні аспекти, не розкрита роль психолога в наданні психологічної допомоги дитині з ЗПР.

**Мета** – теоретичний аналіз наукової літератури з проблеми дослідження психологічних особливостей дітей із ЗПР.

Аналіз роботи практичних психологів з дітьми ЗПР показує, що основні труднощі найчастіше пов'язані з організаційними аспектами їх діяльності. За останні роки розроблені нові теоретичні та методологічні підходи до організації та утримання спеціалізованої психологічної допомоги. У галузі спеціальної психології велися і ведуться розробки методичних засобів і способів організації діяльності психолога. Деякі аспекти даної проблеми представлені в роботах М. Ільїної, О. Лебедевої, І. Мамайчук, В. Нікішиної, Р. Овчарової, М. Семаго, Н. Семаго, У. Ульянової та інших.

Суть діяльності психологічної служби має полягати в супроводі дитини в процесі її навчання, що дає можливість впровадити шкільну психологічну діяльність в навчально-виховну систему. Стає можливим об'єднання мети психологічної та педагогічної практики, фокусування на головному - на особистості учня, створенні сприятливих соціально-психолого-педагогічних умов для її успішного навчання та розвитку.

Проблема психолого-педагогічного умов розвитку, їх різноманітні теоретичні та методичні аспекти розглядалися в роботах сучасних учених (М. Бардієр, М. Бітянова, О. Козирєва, О. Обухова, І. Ромазан, Т. Череднікова А. Асмолов, Е. Александровська, А. Березін, Л. Газман, І. Дубровіна, І. Котов, С. Кривцов, А. Лідерс, Є. Шиянов та ін.). Значне місце в цих дослідженнях відводиться механізмам, напрямам, видам, способам й умовам надання психологічної допомоги й підтримки.

На сьогодні у спеціальній психології існує ряд праць, присвячених питанням психолого-педагогічного умов розвитку дітей та підлітків з порушеннями розвитку (М. Семаго, Н. Семаго, Л. Гречко, В. Кобильченко, М. Малофєєв, І. Мамайчук, Л. Шіпіцина та ін.). У них зазначається, що психолого-педагогічна допомога дітям з проблемою у розвитку істотно відрізняється від допомоги здоровим дітям, як за цільовою спрямованістю, так і за організацією та динамікою процесу.

Тим часом відсутність чітко розроблених диференційованих методів і напрямів психологічної допомоги та неадекватний підбір психотехнічних прийомів можуть негативно відбитися на подальшому психічному розвитку дитини, створити суттєві труднощі в роботі з нею педагогів і батьків. На практиці різні психотехнічні прийоми часто використовуються психологами без урахування форми захворювання, рівня розвитку пізнавальних процесів і особливостей емоційно-вольової сфери дитини. У 50-60-х рр. ця проблема набула особливої значущості, в результаті чого під керівництвом М.Певзнер, учениці Л.Виготського, спеціаліста в галузі клініки розумової відсталості, було розпочато різнобічне дослідження причин неуспішності. Різке збільшення неуспішності на основі ускладнення програм навчання змусило її припустити існування якихось форм психічної недостатності, що проявляються в умовах підвищених навчальних вимог. Так з'явилася нова категорія аномальних дітей, які не підлягають направленню в допоміжну школу і становлять значну частину (близько 50%) невстигаючих учнів загальноосвітньої системи навчання.

Робота М. Певзнер «Дети с отклонениями в развитии: ограничение олигофрении от сходных состояний» (1966) і книга «Учителю о детях с отклонениями в развитии», написана спільно з Т.Власовою (1967), є першими у низці психолого-педагогічних публікацій, присвячених вивченню і корекції ЗПР.

**Висновки.** Аналізуючи наукову літературу, можна стверджувати, що затримка психічного розвитку є досить поширеною формою психічної патології дитячого віку. Частіше вона виявляється з початком навчання дитини в підготовчій групі дитячого дошкільного закладу чи в школі, особливо у віці 7-10 років, оскільки цей віковий період забезпечує великі діагностичні можливості. Таким чином, затримка або відхилення у становленні особистісного рівня розвитку дитини зумовлені як порушеннями психофізіологічної організації дитячого організму, так і відхиленнями у культурному розвитку дитини. В результаті несприятливих умов виховання, часто у поєднанні з легкими порушеннями функціонування ЦНС.

Тому, тільки комплексна та систематична психолого-педагогічна корекційна робота з розвитку дітей із затримкою психічного розвитку на засадах багатофакторного аналізу й моніторингу психологічних індивідуальних особливостей сприятиме досягненню успіхів та їх розвитку пізнавальної та емоційної сфер.

**Хмельницька Інна Ігорівна**

*ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»  
Рівненський інститут*

**Шпак Світлана Григорівна**

*Кандидат психологічних наук, доцент  
ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»  
Рівненський інститут*

### ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ ЖЕРТВАМ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЛЯ

**Актуальність.** Сімейне насилля в Україні усе ще залишається латентним явищем, яке виходить на поверхню тільки тоді, коли приховувати проблему вже неможливо. Уявлення про те, що насильство має місце тільки в соціально неблагополучних сім'ях не відповідає дійсності: воно відбувається в будь-яких категоріях населення, незалежно від класових, культурних, соціально-економічних аспектів.

В нашій країні теми гендерної рівності та насильства стосовно жінок у родині стали предметом публічного обговорення тільки протягом останніх років. Особливістю ситуації в Україні є те, що на обговорення проблем насилля над дітьми, як і в цілому насилля проти особи, до недавнього часу було накладено табу. Закритою була і тема внутрішньосімейних конфліктів, вважалося непристойним «нишпорити у брудній білизні».

Попередження насилля в сім'ї в умовах погіршення загальної економічної і соціальної ситуації в Україні стає надзвичайно актуальним. Воно породжує багато практичних питань етичного, гуманістичного, соціально-економічного, правового, медичного, освітнього характеру.

**Мета** — теоретичний аналіз наукової літератури з проблеми домашнього насилля.

Аналіз літератури показує, що досить велика кількість зарубіжних вчених працюють над проблематикою психології насильства. Так, чинники ризиків сімейного насильства розглядали E. Aldarondo і Mederos, F. (2002); впливу алкоголю на виникнення агресії щодо шлюбного партнера присвятив свої роботи Деніел О'Лірі; Л.Уолкер дослідила вплив жорстокого ставлення на жінку; G. L. Stuart (1994) запропонував типологію чоловіків – насильників.

Насильство починається тоді коли, коли стосунки, засновані на любові і довірі, змінюються стосунками влади і контролю.

Патриція Еванс, пише про те, що «поворот» до насилля, до насильницьких стосунків припускає вибір між рівністю і нерівністю, суперництвом і партнерством, маніпулюванням і єдністю, ворожістю і доброю волею, запереченням і обговоренням.

Альфред Адлер висловлює те саму думку простіше: почуття спільності замінюються стосунками панування і підпорядкування, позицією «нагорі і внизу».

Науковці Горшкова И.Д. та Шуригина И.И. стверджують, що домашнє насильство можна розділити в залежності від осіб, між якими воно здійснюється.

1. Чоловік - жінка (92-95% актів насильства по відношенню до жінок чинять чоловіки).
2. Батьки - діти.
3. Дорослі діти - батьки.
4. Старші діти - молодші діти.
5. Член сім'ї - інші члени сім'ї.

Вплив стресу і негативної емоційної реакції на застосування насильства в сім'ї. Більшість випадків прояву агресії, які ми спостерігаємо навколо себе, є емоційною реакцією на

незадовільний стан справ. Люди, що почувають себе нещасними з тієї чи іншої причини, можуть відчувати підвищене роздратування і виявляти схильність до агресії.

Берковець К.М., вважає, що багато хто (але, зрозуміло, не всі) ситуації, в яких чоловік застосовує насильство проти дружини та дітей і / або піддається нападу своєї дружини, можуть починатися з емоційного вибуху, породженого негативними почуттями чоловіка або дружини до об'єкту агресії в момент її прояву. Проте, негативний імпульс, що призводить до насильства, нерідко виникає з запізненням за часом. Винятки спостерігаються лише в тих випадках, коли людина має серйозні агресивні наміри, а його внутрішні обмеження на застосування сили є слабкими.

Причини, що сприяють виникненню у членів сім'ї тих негативних почуттів, які в результаті можуть призвести до вибуху від найменшої іскри невдоволення: матеріальні проблеми, проблеми на роботі, смерть коханої людини, хвороба або ворожі дії близьких або значущих людей, нові службові обов'язки, нове місце проживання.

Онишко Ю.В. стверджує, що багато дорослих, що били дітей в пориві гніву, що виник на тлі створеного ними емоційного стресу, згодом самі соромились подібних вчинків. Мабуть, вони розуміли різницю між агресією, спрямованою на відновлення сімейного статус-кво, і емоційної агресією, викликаної зовнішніми обставинами є різниця.

Існує багато форм жорсткого поводження з дітьми і багато способів, якими воно може статися з дитиною будь-якого віку: від народження до того часу, поки дитина стане незалежною. Причиною таких випадків є дії (чи бездіяльність) дорослих. Дитина може бути поранена, покалічена, звалтована. Інші форми пов'язані з тим, що дорослі не піклуються про дитину чи не задовольняють її життєві потреби.

**Висновки.** Попередження домашнього насилля в умовах погіршення загальної економічної і соціальної ситуації в Україні стає надзвичайно актуальним. Воно породжує багато практичних питань етичного, гуманістичного, соціально-економічного, правового, медичного, освітнього характеру.

**Кривопалова Світлана Петрівна**

*ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»*

*Рівненський інститут*

**Шпак Світлана Григорівна**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»*

*Рівненський інститут*

## СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА АДАПТАЦІЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ДО УМОВ БУДИНКУ ДИТИНИ

**Актуальність дослідження.** Сучасна державна політика захисту дитинства є складовою загальної цілісної концепції розвитку Українського суспільства, що відображено в Конституції України, Державній програмі «Освіта» (Україна XXI століття), Законі «Про шлюб та сім'ю», у змінах і доповненнях, прийнятих Верховною Радою до «Порядку усиновлення (удочеріння) дітей», Законах «Про освіту», «Про дошкільну освіту», «Про захист дитинства» та інших нормативних документах.

Діти-сироти в процесі підростання змушені змінити ряд закладів: після року їх переводять з будинку маляти до будинку дитини, у 3 роки – з будинку дитини до дитячого будинку, у 6-7 років – до школи-інтернату. Тому проблема адаптації дитини до нових умов життя є актуальною, особливо в період переходу до нової для неї соціальної установи.

Аналіз сучасних досліджень в галузі дошкільного дитинства (Л. Артемова, А. Богущ, З. Борисова, О. Кононко, С. Ладивір, З. Плохій, Т. Поніманська, В. Оржеховська, В. Поставий та ін.) свідчить про інтенсивні пошуки вчених і практиків щодо оновлення змісту освіти й виховання дітей, реалізації особистісно орієнтованих виховних технологій, організаційно-



педагогічних умов функціонування освітніх закладів різних типів і профілів, психолого-педагогічних умов оптимального розвитку дітей у сім'ї, дошкільних закладах і школі. У всіх дослідженнях пріоритетними є особистість дитини, обґрунтування умов її розвитку. Це дало нам можливість визначити основні напрями дослідження означеної проблеми.

**Мета дослідження** – аналіз наукової літератури з проблеми соціально-психологічної адаптації дітей дошкільного віку до умов Будинку дитини.

Проблему гуманізації навчально-виховного процесу дітей-сиріт в умовах дитячого будинку досліджували співробітники лабораторії дошкільного виховання Інституту проблем виховання АПН України Н. Кириченко, Г. Марочко, Т. Науменко, З. Плохій, К. Стрюк. Психолого-педагогічні аспекти адаптації дітей дошкільного віку до нових умов розглядалися в працях Л. Галігузової, Т. Жаровцевої, О. Кононко, С. Мещерякової, Л. Царгородцевої, Ж. Юзвак та ін. Педагогічні умови забезпечення позитивної адаптації дошкільників простежуються в дослідженнях Н. Ватутіної, Р. Калініної, Т. Науменко. Адаптацію як проблему комплексної взаємодії медиків, педагогів, психологів і батьків досліджували А. Атанасова-Вукова, Л. Голубева, Г. Гриднєва, К. Грош, М. Зейдель, В. Манова-Томова, Р. Тонкова-Ямпольська та ін.

Дослідники Л. Галігузова, С. Мещерякова, Л. Царгородцева підкреслюють, що період звикання дітей-сиріт до нових умов життя, призводить до афективних станів (страх, депресія, агресивність, апатія), втрата набутих раніше навичок (відмова від самообслуговування, від мовного спілкування тощо). Вони зазначають, що під час переходу дітей-сиріт з будинку дитини до дитячого будинку прослідковуються ті самі зміни поведінкових реакцій, що й у дітей, які вперше потрапили до дошкільного закладу: емоційна напруженість, тривожність, стурбованість, страх, депресія, агресивність. Діти з будинків дитини в період адаптації до нових соціальних умов особливо легко впадають у стан емоційного і психічного стресу, що негативно впливає як на стан їхнього здоров'я, так і на сам процес адаптації.

Проблема дослідження розвитку дітей-сиріт у контексті вказаного набуває великої значущості, оскільки впродовж багатьох десятиріч такі науковці, як Л. Божович, Л. Шелестова, С. Максименко, В. Кондрашин, Н. Кряжева, В. Назаревич, В. Тарасун, В. Мухіна відмічають невинне відставання і відхилення у повноцінному особистісному зростанні, викривлення стрижневих структур, ядра особистості цих дітей.

**Висновки.** Гальмування психічного й психологічного становлення дітей-сиріт сприяє не тільки дисгармонійному формуванню їх особистості. Ускладнюється спроможність адаптуватися у суспільстві, набуті необхідного рівня соціалізації. Про це свідчить низький розвиток комунікативних навичок, поведінкової варіативності і вибору стратегій поведінки, несформованість статево-рольових стереотипів, недостатність арсеналу ролей, які необхідно «відігравати» у суспільстві для ефективної адаптації до його умов й вимог. Результатом таких деформацій є наявність соціально-психологічної дезадаптованості, відхилення у поведінці, неприйняття соціуму і його норм, труднощі у створенні й збереженні власної сім'ї, вихованні власних дітей тощо.

Емоційне становлення з самого народження відбувається у прямій залежності від взаємин дитини з тими дорослими, які про неї дбають. Саме тісний взаємозв'язок з матір'ю або дорослим, що доглядає, підтримує у неї відчуття стабільності світу, неперервності власного існування у ньому, сприяє формуванню «базової довіри» до світу і власних можливостей, тобто дозволяє закласти основи для розвитку емоційно здорової зрілої особистості.

Адаптація соціальна – інтегративний показник стану дитини який відображає її здатність адекватно сприймати навколишню дійсність, ставиться до людей, подій вчинків, вчитися спілкуватися, відпочивати регулювати поведінку відповідно до сподівань інших.

Соціальна дезадаптація розглядається як порушення комунікативної взаємодії, що знижує ефективність роботи психічних процесів та функцій і поступово впливає на всі рівні адаптації. Порушення адаптаційних механізмів в новому середовищі безумовно впливає на розумову, емоційну та поведінкову сферу. Порушення адаптації як джерела активності, знижує процес пристосування та розвитку, що порушує гармонійний баланс особистості.

**Плеванюк Анастасія Олегівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **ПРОБЛЕМА ДИСКРИМІНАЦІЇ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

У сучасному суспільстві й досі є насущними проблеми булінгу, расизму, сексизму, гомофобії та інших форм дискримінації. Незважаючи на тенденцію покращення соціокультурних зв'язків між людьми, жорстокість та насильство все ще не вкорінилося.

Серед основних джерел, що прямо або непрямо насаджують соціальну нерівність, є ЗМІ, стереотипи, консервативні погляди сім'ї, ідеології, релігійні норми тощо. Так як каналів розповсюдження дискримінації досить багато, то відразу зрозуміло, що і рівень нетерпимості лишається доволі високим.

Більшість фільмів та телепрограм мультикультурних країн диктують закоренілий стереотип про «білого» героя та «чорного» поганця. Дарнелл Хант у своєму дослідженні кіноіндустрії Голлівуду зазначає, що тільки 1,4 з 10 акторів головної ролі є представником расової меншини («people of color») [1, с. 14].

Говорячи про гендерну нерівність на роботі, жінки постійно мають справу з різними видами несправедливості. Гарним спеціалістам відмовляють у робочому місці, через те, що вони потенційно можуть вийти у декрет. Оплата праці є найрозповсюдженішою проблемою у цьому питанні. Навіть у США станом на 2018 р. середня заробітна плата жінок приблизно на 22% нижча, ніж середня заробітна плата чоловіків [2]. При цьому, неодноразово вченими було доведено, що інтелект та розумова діяльність людини не залежить від статі, а отже адекватних підстав для нерівної оплати праці не існує.

Проте з дискримінацією людини знайомляться не у дорослому житті, а набагато раніше, а саме в дитинстві. Діти – це віддзеркалення батьків та близького оточення; це проявляється у вихованні, наслідуванні світогляду, повторенні звичок і поведінки дорослих. Якщо дитина живе серед насилля та нетерпимості вдома, то у дитячому колективі вона може стати агресором або жертвою булінгу. Булінг визначають як завдання шкоди словам або діям за призначенням, як правило, неодноразово [3]. Серед видів булінгу, найбільш поширеними є психологічне (цькування й приниження) та фізичне насильство, відбирання речей.

Якщо «бебі-бумери» та «покоління X» вкорінилися у своєму світобаченні, яке характеризується тим чи іншим проявом нетерпимості, то, за умови належного виховання, молоде покоління здатне досягнути принципи та необхідність толерантного співіснування. З того моменту, як дитина робить перші кроки та вимовляє перші слова, задачею батьків має бути навчання поваги до оточуючих незалежно від статі, сексуальної орієнтації, кольору шкіри, фізичного стану, релігії тощо. Проте слід розуміти, що не всі батьки здатні наставляти своїх дітей, хоча б через те, що вони самі є причиною, чому їх дитина являється агресором. Тому це питання варто вирішувати на законодавчому рівні, а саме впроваджувати у навчальних закладах обов'язкові позакласні заняття та постійну роботу з психологами. Не менш важливим є перевірка компетентності педагогів, адже це перша людина, яка має коректно та оперативно відреагувати на прояви нетерпимості серед колективу.

Хоча у більшості країн на законодавчому ведеться активна боротьба з усіма видами дискримінації, проте є країни, де держава не може або не бажає захищати своїх громадян. Дослідження Александра Скорока та Валентини Череватенко показало, що жертвами побиття було близько 100% жінок, що проживають на півдні Російської Федерації [4].

Для того, щоб активно боротися з дискримінацією слід популяризувати толерантність у медіа та ЗМІ, виховувати повагу до ближнього у дітей, створювати законопроекти, які будуть захищати права кожної людини, і що найважливіше – вести активний діалог з меншинами й жертвами дискримінації. Таким чином, буде зрозуміло, які ще дії треба вжити, щоб суспільство стало вільним від жорстокості.

Отже, проблема дискримінації є актуальною у всьому світі. Щодня тисячі людей стають жертвами тиску, економічної нерівності, фізичного, сексуального та психологічного насилля через застарілі упередження. Є безліч способів для створення толерантного суспільства, головне у цьому питанні – діяти, а не закривати очі.

Список використаних джерел

1. Hollywood Diversity (Report 2018) [Електронний ресурс] / [D. Hunt, A. Ramon, M. Tran та ін.] – Режим доступу до ресурсу: <https://socialsciences.ucla.edu/wp-content/uploads/2018/02/UCLA-Hollywood-Diversity-Report-2018-2-27-18.pdf>.
2. The state of the gender pay gap 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.payscale.com/data/gender-pay-gap>
3. What is Bullying? [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://pacerkidsagainstbullying.org/what-is-bullying>
4. Скорик А.П., Череватенко В.И. Современные гендерные трансформации и положение женщин на Юге России // История в подробностях (г. Москва). 2012. № 11(29) (ноябрь). – С. 90-98.

**Смирнова Дарина Вячеславівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*


### **ООН-РЕКЛАМА, ЇЇ ПЕРЕВАГИ І КЛЮЧОВА РОЛЬ В ПРОСУВАННІ БРЕНДУ**

Положення ООН-реклами в сучасному медіа просторі досить сприятливе. Це пояснюється тим, що на відміну від реклами на ТВ, у виданнях, на радіо чи в Інтернеті ООН залишається єдиним дійсно масовим медіа, яке більшість недооцінюють. Під ООН прийнято розглядати outdoor та indoor рекламу. Outdoor реклама – це розміщення на спеціальних тимчасових або стаціонарних конструкціях у відкритій місцевості, на будівлях, на елементах вуличного обладнання та громадському транспорті. Indoor реклама – це реклама на вулиці та в приміщеннях, яка оточує нас всюди: в аеропортах, закладах HoReCa, у громадських місцях таких як кінотеатри, навчальні заклади, кафе тощо. Така реклама може своєчасно підказати, направити, не нав'язливо привернути увагу та придати емоційного забарвлення реальності. В такій рекламі для споживачів не передбачені кнопки вимкнення; немає дратуючого звуку, що розсіює увагу; немає можливості переключити; не можна її пропустити чи заблокувати. Саме тому така реклама працює 24 години на добу і 7 днів на тиждень. ООН-реклама однозначно є чудовим засобом комунікації зі споживачем, що останнім часом лише зміцнює свої позиції в порівнянні з традиційними медіа. Здатність ООН-реклами взаємодіяти зі споживачем, що знаходиться у постійному русі та поза домом робить її сильнішою та більш ефективною за інші рекламні категорії. Цінність та ефективність ООН для рекламодавців підтверджена результатами досліджень, а зростання індустрії ООН та її багатообіцяюче майбутнє підтримується рядом аргументів:

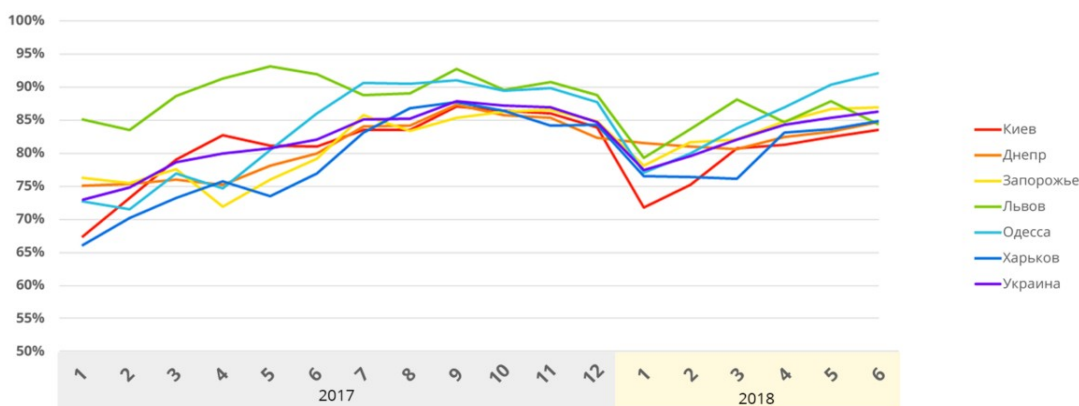
- Низька вартість СРТ в порівнянні з іншими медіа та високий ROI.
- Можливість більш вузького таргетингу;
- Можливість охопити більшу кількість потенційних споживачів в порівнянні з іншими медіа та Digital;
- Гарно сприймається, не нав'язлива, не можна відключити чи переключити;
- Простота у вимірюванні ефективності;
- Мінімальні затрати на виробництво;
- Креативні технологічні можливості ООН-реклами однозначно збільшують шанси запам'ятовуватись споживачам;
- Можливість навігації;
- Цілодобова передача інформації;
- Довготривалий вплив на цільову аудиторію;
- Низька вартість розміщення в порівнянні з іншими медіа.

Оператор зовнішньої реклами PRIME Group візуалізував основні параметри ринку зовнішньої реклами за підсумками першого півріччя 2018 р. Аналіз ринку зовнішньої реклами за перше півріччя 2018 р. в Україні свідчить про те, що навіть не зважаючи на велику кількість демонтажів носіїв зовнішньої реклами по всій Україні зайнятість рекламних площин в першому

півріччі 2018 р. в середньому на 6% зростає в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Починаючи з другого півріччя 2017 р заповнюваність конструкцій у всіх топ-6 містах стала помітно вищою.

**Наружная реклама в Украине: итоги I полугодия 2018 года.** 


**Занятость инвентаря в топ-6 городах**



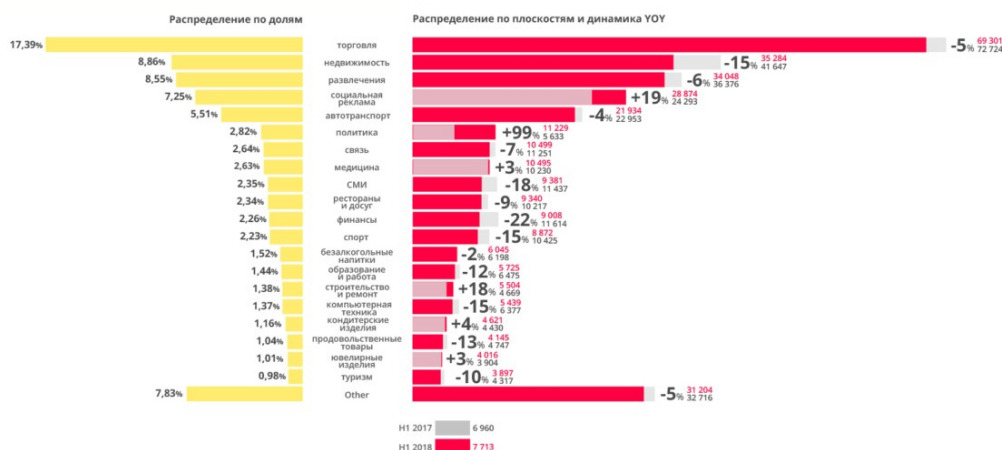
Данные: Doors Consulting

Джерело: <http://out-of-home.ua/ukrainian-outdoor-advertising-market-h1-2018>

Дані також підтверджують активну замученість зовнішньої реклами у просуванні бренду з боку рекламодавців. Це однозначно підтверджує високу довіру зі сторони рекламодавців та її високу ефективність. Діаграма зазначена нижче висвітлює розподіл по часткам, площинам та динаміці у відсотках по категоріям рекламодавців за підсумками 1 півріччя 2018 р.

**Наружная реклама в Украине: итоги I полугодия 2018 года.** 

**Топ-20 категорий рекламодателей**



Данные: Doors Consulting

Джерело: <http://out-of-home.ua/ukrainian-outdoor-advertising-market-h1-2018>

На завершення можна зазначити, що у більшості людей все менше часу залишається на читання газет, журналів і навіть на перегляд телепрограм. Тому спілкування брендів з

аудиторією змінилось і тепер комунікація зі споживачами здійснюється: через плазми в фітнес-клубах, білборди на дорогах, інтерактивні лайт-бокси в бізнес-центрах і монітори в автобусах. ОOH-реклама, яка пережила digital-революцію, стала ще більш креативною і цікавою для покупців та ефективнішою для рекламодавців. Використання її можливостей – вірний спосіб підвищити впізнаваність бренду. У порівнянні з іншими рекламними можливостями, вона коштує набагато дешевше і забезпечує більш високий таргетинг, що в кінцевому підсумку робить один контакт з потенційним покупцем набагато більш ефективним, ніж, наприклад, у випадку з дорогими рекламними роликами на телебаченні.

**Небжицька Наталія Олегівна**

*ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»  
Рівненський інститут*

**Юрченко Вікторія Миколаївна**

*Доктор психологічних наук, професор  
ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»  
Рівненський інститут*

### **РОЗШИРЕННЯ САМОСВІДОМОСТІ ПІДЛІТКІВ ЗАСОБАМИ ТВОРЧОГО САМОВИРАЖЕННЯ**

**Актуальність дослідження.** Майбутнє нашого суспільства залежить від творчого потенціалу його громадян, здатних засвоювати нові знання і технологічні новації, творчо мислити, продуктивно розв'язувати складні життєві проблеми і здійснювати конструктивні рішення. Проблема пробудження, формування та активізації творчого потенціалу особистості набуває особливого значення в наш час, головною ознакою якого є зростання складності суспільних, міжособистісних і внутрішньо особистісних проблем. Творчість є істинною сутністю людини, джерелом розвитку і прогресу суспільства. Вільна творча самореалізація особистості є запорукою її успішної адаптації та інтеграції, здійснення нею свого призначення.

Формування цілісної особистості – одна з провідних цілей суспільства та сучасної освіти. Воно передбачає здійснення низки взаємопов'язаних завдань: пробудження, розвитку та стимуляції творчих резервів особистості, формування та вдосконалення її комунікативних здібностей, поглиблення самосвідомості та суб'єктності особистості, її здатності до самореалізації та самостійного прийняття відповідальних рішень.

**Мета роботи** полягає в теоретичному аналізі психологічних особливостей взаємозв'язку та інтеграції комунікативних і творчих компонентів у структурі самосвідомості особистості.

Вивчаючи проблему структури самосвідомості, Л.С. Виготський зупиняється на шести напрямках, які характеризують її структуру: накопичення знань про себе, зростання їх зв'язності і обґрунтованості; поглиблення знань про себе, психологізація (поступове входження в образ уявлень про власний внутрішній світ); інтеграція (усвідомлення себе єдиним цілим); усвідомлення власної індивідуальності; розвиток внутрішніх моральних критеріїв при оцінюванні себе, своєї особистості, які запозичуються з об'єктивної культури; розвиток індивідуальних особливостей процесів самосвідомості.

Власну психологічну модель самосвідомості особистості створила О.А. Белобрикіна. Її модель відображає сутнісні характеристики самосвідомості і самосмислової сфери особистості та динаміку їх розвитку. Відчуття самототожності складає базис розвитку самосвідомості і само смислової сфери особистості. Також О.А. Белобрикіною виділені психологічні утворення (підструктури) самосвідомості (емоціонально-оцінюючий компонент; вольовий компонент; когнітивний) і само смислової сфери особистості (первинний (цілісний) образ Я; спільна самооцінка; первинна Я-концепція; часткова самооцінка; сукупність Я-образів (їх

диференціація, змістовно-сміслове насичення, рухливість, пластичність і ієрархія); глобальна Я-концепція; самосвідомість).

В.С. Мухіна розуміє самосвідомість як універсальну, таку, що історично склалася, і соціально обумовлену психологічно значиму структуру, що властива кожному соціалізованому індивіду. Ця структура містить ланки, що складають вміст ключових переживань особистості і виступають внутрішніми чинниками рефлексії, ставлення особистості до самої себе і навколишнього світу. В.С. Мухіна виділяє п'ять ланок структури самосвідомості: 1 – ідентифікація з ім'ям і із замінюючим його займенником «Я», з образом тіла, індивідуальна духовна сутність людини; 2 – прагнення до визнання; 3 – статеві ідентифікація; 4 – психологічний час особистості (індивідуальне минуле, сьогодення, майбутнє, а також історичне минуле, сьогодення, майбутнє свого етносу); 5 – соціальний простір особистості (права і обов'язки). Автор вважає, що ланки самосвідомості формуються у всіх людей, незалежно від приналежності до певного етносу, розрізняючись в змістовному наповненні ланок самосвідомості залежно від характеристик етнічного середовища і від соціальної ситуації розвитку. Цінності, що входять до змісту структурних ланок самосвідомості, переживаються людиною як унікальні особистісні потреби.

**Висновки.** Вивчивши сучасні підходи до проблеми дослідження самосвідомості особистості можемо стверджувати, що в структурному вимірі самосвідомість складається з когнітивного, емоційного, поведінкового і мотиваційного компонента. Вказані компоненти реалізуються в двох планах: в об'єктивному плані їх показником виступає усвідомлена «Я-концепція» як продукт, в суб'єктивному – самосвідомість як процес; на сучасному етапі дослідження проблеми самосвідомості постає необхідність виділити в структурі «Я-концепції» «перший рівень Я-концепції», який буде визначатися в рамках природженого потенціалу людини та «другий рівень Я-концепції», як той, що формується у людини в процесі соціалізації «першого рівня Я-концепції» і стає стійким у підлітковому віці; самоактуалізація – це процес розвертання властивостей і характеристик людини, які містяться на «першому рівні Я-концепції», в «другий рівень Я-концепції». А самореалізація, це процес особистого розвитку і трансляції особистістю свого вмісту іншим людям і культурі через «Я-концепцію другого рівня»; проведений аналіз зумовлює необхідність продовження даної роботи у напрямку визначення в конкретних наукових поняттях чітких законів взаємодії «першого і другого рівня Я-концепції», «першого рівня Я-концепції» і соціуму, «другого рівня Я-концепції» і соціуму та ролі самосвідомості як процесу в даній взаємодії. З самого початку свого виникнення самооцінка імпліцитно існує в структурі регуляції поведінки. Людина не завжди усвідомлює її присутність, але саме вона є основою порівняння себе і своїх можливостей з тими вимогами та завданнями, що висувуються різними ситуаціями соціальної взаємодії. Самооцінка надає специфічної спрямованості всьому процесові саморегулювання поведінки. Результат цього процесу прямо співвідноситься з адекватністю стійкістю й глибиною самооцінки.

Тільки високий рівень розвитку цих властивостей та їх інтеграція забезпечують здійснення саморегулювання на адекватному рівні.

**Ларіонова Вікторія Валентинівна**

*Східноєвропейський університет економіки та менеджменту*

## ПРОФЕСІЙНЕ ВИГОРАННЯ ПЕДАГОГА

Міжнародною класифікацією хворобдіагностичний статус синдрому професійного вигорання визначено як проблеми, пов'язані з труднощами управління власним життям. Цей синдром виявлений та описаний у 70-х роках ХХ століття, на думку науковців, має «*запах психологічної мережі, що горить*» [1]. Основними причинами професійного вигорання

спеціалісти називають економічні та соціальні проблеми суспільства. Однак додатковим фактором ризику професійного вигорання є належність особистості до професії типу «людина-людина», що з одного боку високо підіймає планку вимог до професіоналізму, з іншого - вимагає від професіонала підтримувати своє психофізіологічне здоров'я. Відомо, що найбільшою групою ризику є викладачі із слабкою нервовою системою, меланхолічним типом темпераменту та заглибленістю у свій внутрішній світ, чутливі до механізму навіювання. Д. Міллер, аналізуючи феномен «вигорання» вказує, що процес виникає гостро, але має певні фази:

- *фаза ентузіазму*, коли педагог виявляє велику активність, надмірно та завзято піклується про вихованців та має нереалістичні очікування;

- *фаза стагнації*, коли очікування зменшуються, а важливе – ігнорується;

- *фаза фрустрації*, особливістю якої є поява невпевненості у своїй компетентності, початок уникнення стосунків з колегами та вихованцями з іншими поглядами,

- *фаза апатії* означає появу байдужості та пригнічення педагога як захист перед хронічною незадоволеністю своєю діяльністю та емоційним станом.

Варто зауважити, що «вигорання» – це процес, який існує завжди, і пройти його можна один чи декілька разів за період педагогічної діяльності, пропорційно відпрацьованому стажу. Такий процес психологи вважають циклічним, але втручатися та допомогти собі можна налюбій стадії.

*По-перше*, «спасіння потопаючих – справа рук самих потопаючих», тому необхідні турбота про себе та зниження рівня стресу, аналітична робота зі сферами власного життя. Згідно з теорією Позитивної психотерапії Н. Пезешкіана, сфера особистості «Діяльність» в ідеалі повинна займати 25% нашої енергії. Сфери «Тіло», «Контакти» та «Майбутнє» також. Всього 100% енергії! Більше енергії отримати неможливо! В зв'язку з цим необхідно знати, що аналізу та допомоги особистість потребує у тій сфері, якої вона витрачає менше 10% або більше 50%. Останній показник в народі називають «згорання на роботі», що виникає після кількох років напруженої роботи. Його не позбавитись кількома колами в басейні або слуханням співу пташок у лісі. Нездатність думати та працювати, втома та дратівливість, емоційні вибухи, а наприкінці - робота за інерцією, через силу, безглузду та знущальну над собою.

Сфера «Контакти» не повинна бути перенасичена у часі, але мати гармонізуючу дію: спілкування з друзями, близькими, а також з природою та тваринами повинні давати відчуття приливу сил та відновлення енергії.

*По-друге*, варто звернутися і за професійною допомогою: інформування має бути своєчасним, оскільки за результатами опитування 72% педагогів не здогадуються про синдром, а просто відчувають порушення самопочуття та поведінки, негативних емоційних реакцій на оточення.

Спробуємо визначити основні шляхи профілактики педагогічного вигорання: участь у семінарах, конференціях, курсах - «на інших подивитись і себе показати», психологічна консультація чи тренінгова робота над аналізом поняття «стрес» та робота з ним, арт-терапія, ароматерапія, музикотерапія. Цікаво, що людина з хобі та почуттям гумору має найменший ризик професійного вигорання за принципом: «все, що нас не вбиває робить нас сильніше», енергійне виконання будь-якої роботи (так, наче ми граємо в теніс), техніки медитації (розслаблення) організму, дихальні методики (наприклад, заспокійливе з подовженим видихом дихання зменшує надлишкове збудження і нервову напруженість; мобілізуюче дихання зі збільшеним вдихом допомагає подолати в'ялість, сонливість), візуалізації (наприклад, перенестися у квітучий, весняний садочок, на берег моря), техніки аутотренінгу (через зняття м'язового болісного відчуття до розслаблення певної групи м'язів, що дає можливість відпустити напруження та дискомфорт).

Особливо відзначимо основну техніку позитивної психотерапії – «позитум-підхід до проблеми» («*positum*» (лат.) – дане, наявне, фактичне, те, що є), що допомагає розширити бачення проблеми, висвітлює її з інших координат. Метафоричним поясненням техніки може

бути наш погляд на полотно художника зблизька та зміну сприйняття картини на відстані у кілька кроків від полотна. Наприклад, при наявності агресії можна побачити і здатність діяти спонтанно та емоційно; при депресивному стані - як здатність реагувати на конфлікти з глибокою емоційністю; при лінії - як здатність не перевантажувати себе; при стресі - як здатність пристосуватись до нової ситуації; при наявності упертості - як здатність сказати «ні» іншому; при страху самотності - як потреба бути у товаристві інших людей.

Отже, тема «вигорання» та його аспектів є постійно актуальною як гігієна людини, це уважне, своєчасне та кропітке збалансування усіх сфер особистості. Тому організація психолого-педагогічної діагностики допомогла б виявляти симптоми на ранній стадії та проводити роботу з уникнення синдрому у педагогічному колективі.

Список використаних джерел

1. Качур О. Профілактика професійного вигорання у закладах освіти // Психолог, №40 (424), жовтень, 2010. – с.3-7.
2. Професійні захворювання та їхня профілактика / упоряд. А.В.Флобойм. – К.: Шк. Світ, 2011. –104 с. – (Бібліотека «Шкільного світу»).
3. Пезешкиан Н. Психосоматика и позитивная психотерапия / Носсрат Пезешкиан: Пер. с нем. –М.: Медицина, 1996. – 464 с.

**Охрімчук Тарас Григорович**

*ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»  
Рівненський інститут*

**Назаревич Вікторія Вячеславівна**

Кандидат психологічних наук, доцент

*ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»  
Рівненський інститут*

## **ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ДО ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ У ПІДЛІТКІВ**

**Актуальність дослідження.** Сучасна людина достатньо поінформована про те, що корисно і що шкідливо для її здоров'я, навіть занадто поінформована про всілякі хвороби і засоби лікування, але зовсім не освічена в питанні, як бути здоровим. Одних лише знань про елементи здорової поведінки мало – потрібна переконаність, відданість і все нові й нові досягнення, а досягнутим потрібно вважати лише те, що увійшло в культуру, побут, звичку.

Усвідомлення здорового способу життя дитиною нерозривно пов'язане з активним входженням її в сферу соціального середовища та вироблення ціннісних орієнтацій і соціальних установок щодо його дотримання. Нерозуміння значущості здорового способу життя на ранніх етапах онтогенезу закономірно приводить до негативних особистісних трансформацій, які позначаються на можливості адекватної суспільним запитам самореалізації. Можливість актуалізації усвідомлення дитиною здорового способу життя, як інтеграції її соціального досвіду в когнітивній та емоційно-вольовій сфері, потребує детального психологічного аналізу.

**Мета дослідження** полягає у теоретичному обґрунтуванні особливостей усвідомлення здорового способу життя сучасними підлітками; емпіричному визначенні нових тенденцій усвідомлення як єдності когнітивного, емоційного та оцінно-вольового компонентів дотримання здорового способу життя.

Аналіз результатів дослідження дозволяє стверджувати, що актуалізація здорового способу життя в підлітковому віці здійснюється в системі суб'єкт-об'єктних відносин, де дорослі займають позицію вчителя (організатора) і відносяться до підлітка як до об'єкту впливу, а не як до суб'єкта відносин. Це пояснює появу випадків, коли підліток усвідомлює зміст здорового способу життя, а в реальній поведінці відмовляється його реалізувати, що обумовлено порушенням ідентифікаційної взаємодії підлітка з оточуючими.

Аналіз літературних джерел, у яких характеризуються здоров'я з різних точок зору, показує, що поняття здоров'я інтегрує в собі такі складові, як фізичне, психічне, духовне і соціальне здоров'я. Представники одного з напрямів (О.А. Мільштейн, В.А. Пономарчук, І.Н. Смірнов, В.І. Столяров, Л.П. Сущенко та ін.) розглядають здоровий спосіб життя як глобальну філософсько-соціологічну проблему, складову способу життя особистості у



суспільстві в цілому. Системний підхід до вивчення природи людини вимагає розглядати її в цілісності, як діалектичну єдність соціального і біологічного, родового й індивідуального, громадського й особистісного, рівнів людського організму. При цьому здоровий спосіб життя розглядається як життєдіяльність, яка, при позитивному емоційно-вольовому настрої людини, забезпечує дотримання екологічної рівноваги її з природою та неухильне зниження ентропії суспільних зв'язків у соціальному організмі країни, в якій людину включено як джерело інтелектуальної енергії, а отже, і його основну рушійну силу.

Проблеми збереження здоров'я людини з точки зору медицини досліджували М. Амосов, В. Артамонов, І. Брехман, А. Лаптев, Ю. Лісіцин та ін. Науковий підхід до поняття здоров'я, на думку М.М.Амосова, повинен бути кількісним. Кількість здоров'я, на його погляд, можна визначити як суть «резервних потужностей» основних функціональних систем. У свою чергу, ці резервні потужності треба виразити через «коефіцієнт резерву», як максимальна кількість функцій, співвіднесена до його нормального рівня спокою.

**Висновки.** Аналіз психологічної літератури дозволив нам зробити наступні висновки:

- здоровий спосіб життя – це спосіб життєдіяльності людей, що характеризується узгодженим оптимальним зміцненням здоров'я кожної людини і суспільства в цілому;

- основними принципами здорового способу життя є: *перспективність* – наявність у людини довготермінових життєвих цілей, які відповідають її інтересам, здібностям та моральним орієнтаціям; *визначеність* – наявність життєвих планів як конкретних програм реалізації цілей; *ритмічність* – часовий режим реалізації життєвих планів; *урівноваженість* – оптимальне співвідношення позитивних і негативних емоцій як основа сприятливого емоційного фону життєдіяльності людини; *тренованість* – постійне вправління, яке сприяє підвищенню рівня функціональної готовності людини до певних форм діяльності; *комунікативність* – здатність людини легко вступати в діалоговий контакт, знаходити найбільш прийнятні в конкретних умовах форми спілкування.

- окремі аспекти здорового способу життя необхідно розглядати на індивідуальному, груповому і суспільному рівнях. Серед найважливіших аспектів на індивідуальному рівні загально прийнято виділяти активність людини, пропорційне співвідношення між видами праці та її різновидностями, раціональне харчування, стосунки між людьми, правильна сексуальна поведінка, дотримання гігієнічних норм у побуті й на роботі. Вченими зроблені висновки про те, що здоров'я не тільки обумовлено генетично, але й змінюється залежно від міри відповідальності за нього самої людини. Покращити здоров'я можна перш за все за рахунок активної поведінки, пов'язаної з науково обґрунтованими рекомендаціями щодо фізкультурно-оздоровчої діяльності.

**Хортів Ганна Валеріївна**

*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини  
ВНЗ Університет «Україна»*

Науковий керівник: Мазур Валентина Михайлівна, доктор філософії в галузі психології, доцент

*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини  
ВНЗ Університет «Україна»*

## ЕМОЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ДИТИНИ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ

Молодший шкільний вік – найбільш сприятливий період розвитку емоційної сфери, культури почуттів особистості. Одночасно із загальним розумовим розвитком учнів молодшого шкільного віку удосконалюється й діяльність їх аналізаторного апарату. Розвинений «апарат відчуттів» дає можливість учням пізнавати множинність властивостей предметів, явищ природи, продуктів людської праці, сприяє тому, що діти стають більш чутливими до гармонійних і дисгармонійних сполучень кольорів, звуків, рухів тощо. Зростає й рівень естетичних переживань дітей, збагачуються їхні почуття, підвищується загальна культура. Сенсорна відкритість, емоційна чутливість, особлива сприйнятливості молодших школярів до мистецтва стають

основою та умовою розвитку у них спостережливості, естетичних почуттів, що є необхідним для виховання емоційної культури.

Емоційність – це один із важливих компонентів у розвитку структури особистості дитини. Здатність до емоційних переживань проявляється одразу після появи дитини на світ як узагальнена чуттєва реакція у відповідь на сигнали, які зумовлюють зміни у фізіології організму, оскільки в свідомості дитини постають не образи предметів і явищ, а переживання. Отже, дитина стає здатною до психічного життя саме завдяки емоціям.

Згідно з концепцією Нової української школи, дитячий організм не сприймає більше, ніж відведено природою для його віку. Тому вкрай необхідно пробудити дитячу допитливість, цікавість, мотивувати молодшого школяра на виконання певної роботи, ці здатності тісно взаємопов'язані як між собою, так і з рівнем розвитку емоцій дитини.

Інтенсивний розвиток особистості дитини молодшого шкільного віку визначає глибокі зміни в емоційній сфері. Молодшому школяреві знайомі назви і форми виявлення основних емоцій (він уміє визначати їхню модальність): горе, радість, страх, гнів, сором. Молодший школяр виявляє здатність стримувати небажані емоції, що заважають навчальному процесу, долати труднощі, виявляти цілеспрямованість і наполегливість, скеровувати власний емоційний стан відповідно до вимог дорослих та до засвоєних норм поведінки. Дитина орієнтується на «добре» і «погано», «можна» і «не можна», все частіше «хочу» поступається «треба». Стримування дитиною емоцій набуває характеру їх інтеріоризації, тобто згортання зовнішніх проявів. Таким чином, молодший школяр при стримуванні емоцій використовує сформовані у нього уявлення про належну поведінку, особливо, коли вона пов'язана з навчанням [2].

Не можна не погодитися з думкою П. Якобсона, що школа у молодшого школяра викликає дуже багато нових видів переживань. Це, зокрема, переживання, пов'язані з перебуванням в учнівській групі, спілкування з ровесниками, з учителем, оцінка якого, похвала чи зауваження є дуже значущими для учня [4, с. 40].

У молодшому шкільному віці дитина визначає для себе так звану референтну групу людей і таких, до кого дитина ставиться байдуже. Формується елементарна система цінностей, визначаються пріоритети в діяльності – навчальній, ігровій, трудовій, пізнавальній, комунікативній. Стає зрозумілим, які життєві тенденції домінують у дитини – прагнення реалізувати свої здібності, активно заявити про себе чи залишитися в тіні, непоміченим. Дитина вільно почувається в класі, якщо знає, що її люблять, з нею хочуть дружити, спілкуватися на перервах, тобто її приймають, визнають, поважають. А це залежить від її комунікативних та особистісних якостей [1, с. 50].

У багатьох наукових роботах показано, що молодший шкільний вік не тільки є чутливим для формування навчальної діяльності, але є дуже важливим етапом у соціальному розвитку дитини, у становленні її зв'язків з оточуючими людьми за межами родинних стосунків. Прийняття нової соціальної ролі школяра, готовність відповідати очікуванням інших, здатність будувати власну поведінку відповідно до зразків, а також формування власних очікувань щодо поведінки інших людей роблять дітей цього віку чутливими до виховання у них емпатійних можливостей. Відтак, створення умов емпатійної взаємодії серед школярів та між вчителем і школярами стає вагомим чинником позитивної соціальної ситуації розвитку дитини молодшого шкільного віку.

Щодо комунікативного чинника, то він передбачає сформованість у дитини вміння спілкуватися як з іншими дітьми, так і з дорослими, володіння навичками взаємодії з людьми, знання моральних норм і правил поведінки, умінь пробачати й вибачатися, співчувати. Це вкрай важлива складова, наявність якої зумовлює психологічний комфорт дитини, яка йде до школи. Дитина вільно почувається в класі, якщо знає, що її люблять, з нею хочуть дружити, спілкуватися на перервах, тобто її приймають, визнають, поважають. А це залежить від її комунікативних та особистісних якостей [3, с. 50].

В період від 5 до 12 років змінюється уявлення школярів про мораль: від морального реалізму (непохитне, однозначне розуміння добра і зла; бездумне виконання вимог дорослого) до морального релятивізму (у кожному вчинку можна побачити морально виправдане і те, що можна засудити; інколи можна вчинити не так, як вважає дорослий) [4, с. 47].

Отже, емоції і почуття, які складають емоційний світ дитини, відіграють важливу роль в її внутрішньому і зовнішньому житті. Вони збагачують відображення дитиною об'єктивної дійсності і в зв'язку з її потребами й інтересами стають спонуканнями до діяльності, регуляторами дитячої активності.

Список використаних джерел

1. Изард К. Психология эмоций. – СПб., 1994. – 464 с.
2. Кулачківська С.Є. Психічний розвиток дитини-дошкільника / Кулачківська С.Є., Ладивір С.О., Піроженко Т.О., Вовчик-Блакитна О.О. та ін. – К.: «СВІТИЧ», 2004. – С. 29-36.
3. Беляєва О. Успішна адаптація як умова гармонійного розвитку особистості. Заняття для батьків першокласників / О. Беляєва // Психолог. Шкільний світ. – 2015. – №15-16. – С.50-58.
4. Кутішенко В.П. Вікова та педагогічна психологія (курс лекцій). 2-е вид.: Навч.посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 128 с.

**Данилова Ніна Александровна**

Кандидат философских наук, профессор

*Восточно-европейский университет экономики и менеджмента*

### **НОВЫЕ ИДЕОЛОГИИ КОЛЛЕКТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ**

В становлении так называемых «новых демократий», отмеченных многочисленными общественными движениями, важной социальной проблемой становится понимание тех представлений (идей), которые детерминируют их стратегию, тактику и методы борьбы за желаемое общественное устройство.

Идеи, которые наполняют социальную и политическую деятельность, придавая ей определенный вектор, традиционно определяют как идеологию движения.

В эпоху Просвещения, когда возник сам термин, под идеологией понимали энергию разрушения предрассудков и невежества в обществе. Ортодоксальный марксизм под идеологией стал понимать комплекс идей («Немецкая идеология»), обеспечивающих комфортное существование правящему классу, но не всему человечеству в целом.

Связь идеологии с интересами определенной общественной группы, обнаружила в ней оттенок лжесознания»» (false consciousness), которое может и не отвечать коренным интересам самой группы (класса). Как было, скажем, с пролетариатом, который самостоятельно сути своего эксплуатируемого положения не осознавал и, следовательно, своего негодования по этому поводу в революционной борьбе с сознанием дела использовать не мог.

Сегодня термин «идеология» уходит из научного оборота. Вместо него все чаще используются «фрэймы» или «идентичности». Связано это, не столько с разнообразием теоретических подходов к данной проблеме или англоязычной экспансией, сколько с принципиально новым, по сравнению с прошлым, контекстом, в котором формируются авторы этих новомодных понятий. Речь идет о «критических сообществах интеллектуалов», чья «идентичность» базируется на такой системе убеждений, распространение которых и питает протестную практику [4, с. 189]. Что означают эти «фрэймы» или «идентичности», которые приходят на смену очевидно классовому понятию «идеологии»? Отражается ли в них отсутствие классового противостояния? Или оно вуалируется сознательно?

Попытки разобраться в их «новизне» оживляют в памяти движение «новых левых», ставших гегемоном взрыва политической активности 60-х, начала 70-х. В чем их отличие от старых? По мнению социальных аналитиков (Турен, Хабермас), их принципиальное отличие не связано с классовыми отношениями, а обусловлено противостоянием в культурно-информационной сфере постиндустриального общества. Якобы, их волновало не столько материальное перераспределение ресурсов, сколько постматериальные потребности этнического, расового или гендерного свойства. То есть собственно «новизна» заключается в несогласии с прежними «символическими кодами» организации жизни. Демонтировать их «здесь и сейчас» ради другого качества жизни – их цель, которая может быть достигнута только самоорганизацией, но не вертикальным иерархическим устройством.

Однако разве любой структурный конфликт не вызревает на почве индивидуальных неудовлетворенностей качеством жизни? Вопрос в том, (и прежде, и теперь) как из разрозненных

неудовлетворенностей возникает субъект «коллективного действия»? И какую эвристическую ценность для понимания этого имеет понятие «идентичности»? Ясно одно, как и раньше, эта идентичность не возникает автоматически. А возникает она тогда, когда перестает быть очевидной. Когда старая, относительно устойчивая идентичность разрушается и требуется создать новое «социокультурное коллективное «я»» (например, нацию-государство).

Разрушаясь, старая идентичность вызывает брожение «умов», обостряя проблему консолидации возникающих все новых и новых идентичностей, размывая границы и порождая их гибридные формы благодаря возможности для субъекта выбирать подходящую для себя идентичность или менять ее произвольно. Это превращает его в другого человека. Он становится не тем, чем он есть на самом деле, а тем, чем он хочет или (должен) казаться. Место его сущности заменяется социальной ролью, блокируя его личностную самореализацию. Идентичности, отслаиваясь от индивидуального сознания, превращаются в идеологический фантом (суррогат коллективности), который, становясь «полководцем» коллективного поведения, приводит к катастрофическим последствиям.

Возможен ли другой, оптимистический сценарий, если сам термин (лат. «identitas» – тождественность) содержит в себе серьезную проблему, вызванную восприятием другого как чужого, угрожающего его идентичности и гипостазирующую меньшинство в ущерб большинству. То есть в основе самого механизма различения уже заложен конфликт.

Способом умиротворения этого конфликта может быть либо принудительная ассимиляция мелких и частных идентичностей, либо мультикультурализм, который вместо «плавильного котла» ассимиляции (практически не реализуемого), предлагает консенсус интересов и сохранение различий внутри единства на базе толерантного сочувствия.

Ни то, ни другое не может устроить ни большинство, ни меньшинство, ибо в рамках современной политической демократии, даже при закреплении в законах ценностной значимости отличий, иерархизации идентичностей и определении общих правил, реальная конкуренция между ними остается. Так же как остается недовольство невозможностью максимального удовлетворения различий и именно своих интересов. Сами идентичности создаются вовсе не для консенсусов или слияний. На практике мультикультурализм мгновенно превращается в этнонационализм с его центробежными тенденциями. Судя по обзору мировых социально-политических процессов и движений, этнонационализм, содержащий в себе идеи когнитивного и эмоционального единства тех или иных коллективных сообществ является одной из самых влиятельных (и популярных) идеологий современности [7].

Список использованных источников

1. Адорно А. Исследования авторитарной личности, М., 2001.
2. Арон Р. Опій інтелектуалів, К., 2006.
3. Арендт Х. Джерела тоталітаризму, К., 2002.
4. Ищенко В. Проблема идеологии в социологии общественных движений. – Социология: теория, методы, маркетинг. – 2007, №3. – с. 188-201.
5. Олсон М. Логіка колективної дії. Суспільні блага і теорія груп, К., 2004.
6. Смелзер Н. Теория коллективного поведения, N.Y., 1963.
7. Мартянов В.С. Конфликты идентичностей в современном мире: о справедливости иерархических и плюралистических стратегий урегулирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://discourse-pm.ur.ru/avtor5/martianovs/php>

**Глушенко Микита Олексійович**

*Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича*

**Хомік Іван Васильович**

*Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича*

## ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ВІЙСЬКОВИМ КОЛЕКТИВОМ В БОЮ

Важливою умовою могутності будь-якої держави є висока бойова готовність її Збройних Сил, здатних стояти на сторожі державних кордонів та відстоювати інтереси країни в міждержавних стосунках. Важливою складовою бойової готовності та боєздатності військ є високий моральний дух особового складу. В цьому контексті набуває актуальності проблема

формування сприятливого соціально-психологічного клімату в підрозділах та частинах Збройних Сил України, як важливої складової формування психологічної готовності особового складу до виконання професійних завдань за призначенням та в особливих умовах, підтримання їх морального духу та боєздатності.

Військові психологи встановили, що довіра до командира є найважливішим фактором згуртування військового підрозділу, його бойової активності і попередження психотравматизації військовослужбовців. Навіть, коли падає віра у справедливість війни, рівень морально-психологічного стану воїнів може залишатися досить високим, якщо солдати зберігають віру в свого командира. Від стилю управління командира військовим підрозділом залежить ефективність бойових дій, морально-бойовий дух підлеглих, психологічний клімат у військовому колективі [1; 3].

До управлінської діяльності командира висувуються високі вимоги. Військові психологи стверджують, що він повинен вміло поєднувати два основні стилі управління: авторитарний і демократичний. При цьому найбільш ефективним стилем є універсальний, який поєднує обидві управлінські стратегії. Процес вироблення бойового рішення доцільно здійснювати демократично, радячись з заступниками, фахівцями і бойовим активом, а процес його реалізації – авторитарно [2].

На основі результатів масштабних досліджень науковці сформулювали умови, при яких управління бойовими підрозділами буде найбільш ефективним. Найважливішими з цих умов є:

- демонстрація особистого прикладу в хвилину небезпеки;
- підбадьорювання своїх підлеглих в найкритичніші хвилини бою (наприклад жартом);
- максимальна вимогливість до підлеглих в бою і турбота про них після бою (сон, відпочинок);
- постійне нагадування про важливість дій всього підрозділу, від якого залежить успіх і життя кожного;
- виховання почуття гордості за свій підрозділ;
- особиста сміливість.

Науковці підкреслюють, що авторитет командира повинен ґрунтуватися на таких особистих якостях, як: компетентність, працьовитість, здатність взяти на себе відповідальність і прийняти рішення, саморегуляція, справедливість, педагогічні здібності.

Також психологи констатують те, що позитивне ставлення солдатів до командирів можливе якщо останні: шанобливо відносяться до воїнів, знають їх імена і прізвища; більш схильні до похвали, ніж до покарання; критикують підлеглих без приниження їхньої людської гідності; розмовляють чіткою і зрозумілою мовою; роз'яснюють солдатам сенс того, що вони роблять; готують своїх підлеглих до різних несподіванок і непередбачуваних подій; підтримують у солдатів релігійну віру та віру в талісмани, у випадку, якщо вони допомагають підвищити психічну стійкість; вчать підлеглих правильному відношенню до смерті («Якщо ти повинен померти, то нехай твоя смерть принесе хоч якусь користь»); шанують загиблих бойових товаришів; вміють встановлювати контакти з підлеглими і відкриті до їхніх прохань [4].

На основі психологічних та соціологічних досліджень можна зазначити, що на командира в бою лягає величезна кількість обов'язків, пов'язаних з виконанням як його професійних функцій, так і моральних вимог його соціального статусу. Однак найголовніше із завдань – це вести підлеглих в бій.

У військовій психології існує переконання, що управління сучасним боєм – це не тільки виявлення задумів противника, оцінка його бойових можливостей, прогнозування способів його тактичних дій, створення ефективного угруповання своїх військ, підготовка бойової техніки і озброєння, віддання чітких наказів та контроль за їх виконанням, але й в значній мірі правильне сприйняття і осмислення бойової обстановки, збереження високої саморегуляції, прийняття обґрунтованих бойових рішень, нав'язування своєї волі противнику, управління думками, емоціями, почуттями, мотивами, волею своїх підлеглих.

Для ефективного ведення бою військовий керівник повинен бути психологом, який знає, за якими законами функціонує психіка солдатів у обстановці, коли діють потужні стрес-

фактори бою, як змінюється їх активність і поведінка у різних видах бою, при застосуванні противником тих чи інших видів зброї, засобів інформаційно-психологічного впливу, якими є наслідки бойового стресу і бойової психічної травми, як впливають на взаємовідносини воїнів забобони і чутки, на які девіантні вчинки здатні його підлеглі, за допомогою яких методів можна зробити їх психологічно сильнішими, впевненішими, ефективнішими в бойових умовах.

На досвіді багатьох війн психологи констатують, що у складних ситуаціях бою весь підрозділ шукає підтримки в офіцера, а командирів нема в кого шукати їй. Офіцер може сподіватися тільки на себе. Перед лицем небезпеки солдати інстинктивно звертаються до нього, і якщо він проявить хоч найменшу розгубленість, їх бойовий дух ослабне [1; 2].

Науковець Боринг Е. стверджує: «Вся увага підлеглих у критичний момент прикута до командира, на його обличчі не повинні відобразитися ні сумніви, ні страх. Коливання командира – коливання підлеглих, страх командира – втеча батальйону. Командир, не вигравши битви в собі, не має права вступати в бій взагалі» [3, с. 28].

Військовий психолог Мамишули Б. говорить, що на полі бою керівник – це людина дії, а не розмірковування. Дією він підпорядковує волю. Загальна тверда воля, виразником якої є командир, дає всім можливість діяти планомірно та впевнено, підвищувати особисту твердість, стійкість та ресурси відповідно до обстановки. Слабка воля командира позбавляє підлеглих стійкості, руйнує планомірну рівномірність дій, розбиває духовні сили і матеріальні засоби боротьби, створює безлад [2].

Отже, командир є важливою управлінською одиницею керування військовим колективом в бою. Ефективність ведення бою залежить від особистості командира підрозділу, який має розвивати в собі такі особистісні якості як: військову компетентність, працьовитість, здатність брати на себе відповідальність і приймати швидкі та ефективні рішення, саморегуляцію, справедливість, педагогічні здібності. Одним з найважливіших обов'язків командира у бойовій обстановці є зміцнення дисципліни, що являє собою згуртування підлеглих навколо військового обов'язку і необхідності якісного виконання бойового завдання. Поєднання вмілого управління підлеглими та зрілості бойового колективу забезпечують перемогу в сучасному бою.

Список використаних джерел

1. Коупленд Н. Психология и солдат / Н.Коупленд. – М.: Воениздат, 1991. – 132 с.
2. Макшанов С.И. Военная психология. Способность к работе с людьми: психологический анализ. – Л.: Изд. ЛВВПУ ПВО, 1991. – 36 с.
3. Сысоев В. В. Теоретические основы психологии управления / И. В. Сысоев, В. В. Сысоев. – М.: Изд-во СГУ, 2006. – 394 с.
4. Ягунов В. Г. Військова й соціальна психологія / В. Г. Ягунов. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2000. – 522 с.

**Лелюх Людмила Михайлівна**

*Торговельно-економічний коледж*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

## **ПРОДУКТИВНЕ НАВЧАННЯ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСОБИСТОСТІ ВИПУСКНИКІВ КОЛЕДЖІВ**

Розвиток демократичних тенденцій в Україні потребує нової філософії вищої школи, яка б увібрала в себе найкращі здобутки як світової, так і вітчизняної наукової думки. Її основними характеристиками мають виступати нове розуміння якості освіти, нові підходи до розвитку особистості студента, нові освітні стандарти. Технологія продуктивного навчання передбачає навчання студентів на основі практичного професійного досвіду. Продуктивне навчання націлене на набуття студентами професійних умінь і навичок, ініціює особистісне зростання та індивідуальний розвиток і взаємодію, самовизначення і самореалізацію. Як освітній процес продуктивне навчання реалізується в рамках індивідуального шляху, що являє собою послідовність кроків, де кожний крок має певний результат, оскільки є продуктивно орієнтованою діяльністю в реальних життєвих ситуаціях. Принцип продуктивності дає освіті можливість бути не просто особистісно орієнтованою, а стати повною мірою індивідуальною. Продуктивна освіта передбачає відновлення змісту навчання з орієнтацією на «ключові

компетентності», оволодіння якими дозволить студентам вирішити різні проблеми в професійному, соціальному, повсякденному житті.

Компетентний – означає знаючий, обізнаний у певній галузі; що має право за своїми знаннями або повноваженнями робити або вирішувати що-небудь, судити про щось. Часто змішують поняття «компетенція» та «компетентність». Компетенція – це коло повноважень якої-небудь установи або особи; коло питань, у яких дана особа має знання, досвід.

До ключових компетентностей випускника коледжу можна віднести: пізнавальну компетентність (навчальні досягнення, інтелектуальні завдання, уміння навчатися та оперувати знаннями); особистісну компетентність (розвиток індивідуальних здібностей і талантів, обізнаність у власних сильних та слабких сторонах); самоосвітню компетентність (здатність до самонавчання, організація власних прийомів самоосвіти, відповідальність за рівень власної самоосвітньої діяльності, гнучкість застосування знань, умінь, навичок в умовах швидких змін, постійний самоаналіз, самоконтроль за власною діяльністю); соціальну компетентність (співпраця, робота в команді, комунікативні навички, ціннісні орієнтації, вміння визначати особисті ролі в суспільстві, культура між особистісних відносин); творчу компетентність (здатність до виявлення і постановки проблем, здатність до висловлювання різноманітних ідей, гнучкість та оригінальність ідей, здатність удосконалювати об'єкт, здатність до аналізу і синтезу); здоров'я особистості (клінічне, фізичне, психічне). Випускник коледжу, який наділений всіма перерахованими компетентностями – це результат саме продуктивного навчання.

Продуктивне навчання – це навчання на основі продуктивної діяльності в реальних (а не навчальних) соціальних ситуаціях, особистісного досвіду студентів і здатності досягати важливого результату як для себе, так і для інших, для суспільства. Цілі (результати) продуктивного навчання полягають у: створенні комплексу оптимальних умов для розвитку особистості студента; створенні умов для розумової діяльності молодшої людини; створенні в навчально-виховному процесі цілісної системи знань, вмінь та навичок; набутті студентами професійних та життєвих умінь, що ініціюють особистісне зростання та індивідуальний розвиток, між особистісне спілкування, взаємодію та самовизначення; отриманні конкретного продукту в результаті самостійної предметної діяльності студента згідно із загальними вимогами навчання; чіткій націленості на реальний, конкретний кінцевий продукт, створений студентами в рамках навчально-пізнавальної діяльності під час опанування предмета; формуванні у студентів необхідних, дієвих, міцних, постійно актуальних знань та вмінь; організації мотивованого, самостійного практично орієнтованого навчання; орієнтації на практичне досягнення успіхів у самоосвітній діяльності; допомозі молодій людині у формуванні вселюдських якостей, сприянні її саморозвиткові, засвоєнні вмінь жити в сучасному альтернативному світі; спрямованості навчання на завершальний, цілісний результат і практичну самореалізацію кожного студента. До основних принципів продуктивного навчання відносять: служіння студенту; глибоке знання природи студента, як підрастаючої людини, законів її розвитку і виховання; демократизацію; гуманізацію; національний характер; вільний вибір; самоосвіту; індивідуальність; продуктивність; результативність.

Продуктивне навчання базується на співпраці викладача і студента, їх взаємодії та взаємодопомоги. Викладач має бути: наставником; співробітником; помічником; компетентним консультантом-універсалом; особистим радником, вчителем життя; науковим керівником індивідуального проекту; менеджером; партнером у плануванні, аналізі й оцінці навчання; співрозмовником; організатором навчання; посередником між особистістю, студентським колективом та засобами інформації; керівником групи; координатором. Але при продуктивному навчанні не менш важливою є позиція студента по відношенню до самого себе. Студент повинен позиціонувати себе, як: суб'єкта діяльності; дослідника проблем; студента-творця; співрозмовника; студента-споживача освітянських послуг; самостійного утримувача знань; створювача умов для саморозвитку у взаємодії з педагогом; рецензента; проектувальника свого життя. Що ж виступає освітнім продуктом студента? До освітніх продуктів студентів відносять: навчання; гіпотези, дослідження, твори, правила, комп'ютерні

програми тощо; установки студентів: поліпшити, досягти, зберегти, взаємодіяти, вдосконалювати; працю: результативну, плідну, обмірковану; відкриття (суб'єктивно нове знання); знання, навички, досвід, ідеї, практичний результат; науково-дослідницькі роботи; експериментальні вправи тощо. З усього перерахованого вище можна сконструювати модель компетентного студента та випускника коледжу (табл. 1).

Таблиця 1

Модель компетентного студента та випускника коледжу

Моделі, що відтворюють повноцінне життя студента зараз (сфери самовизначення)	Моделі, що відтворюють спрямованість особистості випускника в майбутньому (сфери самовизначення)
Студент	Випускник
<ul style="list-style-type: none"> <li>• громадянин Батьківщини;</li> <li>• професійно самовизначається;</li> <li>• мешканець конкретного населеного пункту;</li> <li>• член підліткової, молодіжної співдружності;</li> <li>• творча індивідуальність;</li> <li>• додержується здорового способу життя;</li> <li>• культурно відпочиває.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• професійно компетентний;</li> <li>• безперервно займається самоосвітою;</li> <li>• учасник суспільно-політичного життя;</li> <li>• має певний сімейний стан.</li> </ul>

Більш детальний аналіз основних пріоритетів продуктивного навчання в коледжах у наступних публікаціях.

**Герасименко Людмила Борисівна**

Кандидат педагогічних наук, доцент

*Рівненський інститут*

*Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»*

### **АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ НЕУСПІШНОСТІ УЧНІВ ПІДЛІТКОВОГО ВІКУ**

У сучасних умовах навчальна діяльність повинна формувати не лише систему знань, практичних вмінь та навичок, а й комплекс компетенцій, притаманних особистості: соціальних, полікультурних, комунікативних, інформаційних, саморозвитку та самоосвіти. Неуспішність учнів у навчанні перешкоджає процесу формування, розвитку особистості та є гострою проблемою сучасної школи, що викликана багатьма чинниками. Серед них психологічні є, по за сумнівом, домінуючими.

Окреслену проблему досліджували: Ю. К. Бабанський, Н. П. Волкова, О. Д. Главінська, З. І. Калмикова, Н. О. Менчинська, Л. С. Славина, М. М. Фіцула та ін. Наукові праці не характеризуються змістовою єдністю у розумінні того, хто є неуспішним учнем. Ми розглядаємо неуспішність у навчанні як невідповідність підготовки школярів вимогам змісту освіти, що фіксується через значний проміжок часу навчання (вивчення розділу, наприкінці чверті, семестру, навчального року).

За даними Н. П. Волкової, загалом, приблизно 12,5% учнів мають труднощі у освітньому процесі. Актуальність проблеми зумовила мету нашого дослідження – вивчення психологічних чинників неуспішності школярів підліткового віку. Гіпотезою дослідження стало припущення про те, що існує зв'язок між успішністю навчання підлітків і рівнем їх інтелекту, креативності, мотивації до успіху в діяльності, рівнем самооцінки та тривожності. Саме у підлітковому віці колізії особистісного становлення породжують проблеми у взаєминах, дискомфорт соціо-



емоційного самоконтролю, що суттєво впливає на успішність. Тому, у дослідженні брали участь 60 школярів підліткового віку від 11 до 14 років.

Для розв'язання поставлених завдань, досягнення мети та перевірки гіпотези було використано комплекс методів, зокрема методики «Прогресивні матриці Равена», «Шкільний тест розумового розвитку» К. М. Гуревича, «Тест креативності» П. Торренса, «Діагностика рівня шкільної тривожності» Філіпса, «Шкала реактивної та особистісної тривожності» Спілбергера-Ханіна, «Діагностика особистості на мотивацію до успіху» Т. Елерса та «Визначення загального рівня самооцінки» Г. М. Казанцевої.

Відзначимо узагальнюючі характеристики результатів однієї із проведених методик. Дослідження тривожності підлітків показало, що серед тридцяти трьох учнів 5-6 класів за результатами методики «Діагностика рівня шкільної тривожності» Філіпса, сімнадцять (51,5%) підлітків мали низький рівень шкільної тривожності, дев'ять (27,3%) – підвищений, сім (21,2%) – високий. Серед двадцяти семи школярів 7-9 класів за результатами методики «Шкала реактивної та особистісної тривожності» Спілбергера-Ханіна, високий рівень реактивної тривожності притаманний чотирьом (14,8%), середній – шістнадцяти (59,2%), низький – семи (26%) підліткам. Високий рівень особистісної тривожності виявлено у трьох (11,1%), середній рівень – у шістнадцяти (59,2%), низький – у восьми (29,7%) школярів. Отже, більшість учнів нашої експериментальної групи мали середній рівень реактивної та особистісної тривожності, що вказує на те, що вони лише в певних ситуаціях відчували страх із приводу труднощів освітнього процесу, здатні здебільшого конструктивно розв'язувати проблеми у взаєминах із соціумом.

На підставі аналізу результатів наших досліджень, можна сформулювати висновок про те, що значний відсоток школярів вибірки характеризувалися показниками інтелектуальних здібностей в межах вікової норми, достатньо розвиненими креативними здібностями, неадекватною самооцінкою, середнім рівнем реактивної та особистісної тривожності.

Для підтвердження або спростування гіпотези дослідження, ми провели кореляційний аналіз отриманих даних. Результати дали можливість виявити основні психологічні чинники неуспішності в кожній конкретній групі учнів. Гіпотеза про те, що існує зв'язок між успішністю навчання підлітків, рівнем їх інтелекту, креативності, мотивацією до успіху в діяльності, рівнем самооцінки та тривожності, в основному, підтвердилася. Проте, характер і специфіка цього зв'язку, певною мірою, визначаються віковими, індивідуальними особливостями дітей, а також якістю та умовами освітнього процесу.

Для корекції шкільної неуспішності підлітків ми підібрали програму корекції та розвитку інтелектуальної та особистісної сфери школярів на факультативних заняттях курсу «Інтелектика». Завданнями корекційної роботи були: розвиток інтелектуальних здібностей та креативності; формування мотивації до успіху, самовиховання і саморозвитку, почуття власної гідності, впевненості в собі, адекватної самооцінки; зниження рівня тривожності школярів.

Для перевірки гіпотези щодо розходження середніх двох зв'язаних вибірок учнів до і після корекційної розвивальної програми, було використано, так званий, парний двовибірковий t-критерій Стьюдента. Проведений аналіз засвідчив те, що програма курсу «Інтелектика» є дієвою для корекції та розвитку інтелекту, креативності, мотивації до успіху, самооцінки та тривожності школярів. Її можна застосовувати в практиці роботи шкільного психолога для попередження та подолання шкільної неуспішності підлітків.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у з'ясуванні впливу на формування неуспішності таких чинників, як недоліки пізнавальної та мотиваційної сфери учнів.

**Акіншина Ірина Миколаївна**

Кандидат філологічних наук, доцент

*Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»*

## **РЕКРЕАТИВНА ПЕРІОДИКА ЯК НОСІЙ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Провідними каналами рекламної комунікації сьогодні залишаються різноманітні жанрові системи подання документної інформації, що в загальнонаціональному розумінні є великою інформаційною індустрією, тобто «масовоінформаційним виробництвом», котре «залежно від конкретної класифікації може означати виробництво... реклами для ЗМІ; періодичної преси (газет, щотижневиків газетного типу, щотижневиків журнального типу, журналів, альманахів, брошур, книжок)» тощо [2, с. 25].

На сьогодні майже не залишилось друкованих ЗМІ, на шпальтах котрих не було б рекламних оголошень. Оскільки будь-яка стратегія маркетингу значною мірою зосереджується на комунікативному аспекті, а одними з провідних засобів масової комунікації є друковані ЗМІ, то й не дивно, що відомі товаровиробники велику увагу приділяють розміщенню своєї реклами на сторінках газет і журналів, де «реклама є найпереконливішим і найдешевшим способом поінформувати потенційних споживачів про певний товар або певну послугу» [1, с. 25]. Не є виключенням у використанні маркетингових ходів при розміщенні різного роду реклами й українські друковані видання.

Найбільш вдало використовують найновіші технології у формо-змістовому вирішенні та маркетингових стратегіях щодо розміщення рекламної інформації періодичні видання рекреативного характеру.

На основі аналізу всеукраїнських розважально-інформаційних друкованих видань «Арт-Мозаика+», «Газета по-українськи», «Експрес», «Интересная газета в Украине», «Копейка. ТВ программа», «Неделя и люди», «Популярная газета», «Сімейна газета ТБ», «Семён газета. Всеукраинское издание», «События недели. Итоги и факты», «Спутник телезрителя», «Телекурьер», «Факты и комментарии» можна зробити загальні висновки, визначивши найбільш привабливі засоби масової комунікації з огляду розміщення в них рекламної інформації та різного виду оголошень.

По-перше, можна прогнозувати першість у медійному сегменті друкованих ЗМІ високоякісним інформаційно-довідковим виданням з великою кількістю оголошень і корисної рекламної інформації. Відповідно й ефективність розміщення реклами тут – максимальна. Однак, з причини перенасичення подібного видання іншими рекламними зверненнями та навіть (можливо) рекламою прямих конкурентів, рекламодавцю слід звернути увагу на елементи якісної відбудови свого звернення від іншої реклами. Рішення в таких ситуаціях полягають або у сфері збільшення кошторису (глянець, колір, співрозмірність блоків подання інформації, частота подання), або в площині креативності (непересічність, новизна, новаторство, незвичайність, яскрава артистичність і емоційність), або інших інноваційних маркетингових стратегій просування.

По-друге, рекреативна преса, особливо із значною ТВ складовою, завжди читабельна, користується попитом реципієнтів. Такі форматні спектри будуть тримати високий рівень рекламопривабливості, бо реклама в розважальних друкованих ЗМІ загальноновизнано є надто ефективною через позитивне сприйняття – сугестивною рефлексією самого формату на підсвідомість споживача. Охоплюючи широке коло читачів, оскільки одну газету читають усі члени родини, колеги в трудовому колективі тощо, видання має стабільний коефіцієнт корисної дії та є однією з найбільш коректних форм рекламного просування (реклама в газетах не викликає дратівливості реципієнта порівняно з рекламою на телебаченні).

По-третє, з погляду рекламопривабливості індекси сильної суспільно-політичної преси знаходяться в стійкому стані, оскільки рекламні матеріали в таких виданнях розміщуються не насичено, а дають простір для ефективною відбудови замовнику свого рекламного звернення.

По-четверте, активне використання новітніх технологій просування, агресивна маркетингова стратегія, чутливість до змін ринкового й споживацького середовища із швидкою та адекватною реакцією на подразнювачі, гнучка маркетингова політика, високий рівень відповідальності за якість і правдивість подання рекламної інформації.

Отже, розміщення рекламної інформації на шпальтах періодичних видань в цілому – це не просто вид бізнесу, це складна форма спілкування, взаємодії та взаємовпливу людей, у результаті якого вони набувають деяких інших засобів для подальшої комунікації з іншими людьми.

Список використаних джерел

1. Джефкінс Ф. Реклама: практ. посіб. : Пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна / Френк Джефкінс. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2001. – 456 с.
2. Мелешенко О. К. Інформація, інформаційний. Словник термінів і понять для журналістів і політологів / О. К. Мелешенко, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр. – К. : Грамота, 2007. – 72 с.

**Мох Юлія Андріївна**

Кандидат педагогічних наук

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

**Радченко Олена Іванівна**

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*

## THE ROLE OF TASKS AND TEXTS IN LANGUAGE TEACHING

The every-day, non-technical meaning of task is a piece of work that can be undertaken by a person. Tasks are the thousand and one things we do every day, either for ourselves or for others, either freely, or for reward, or because we feel obliged. Brushing our teeth, writing an essay, borrowing a book are all examples of tasks. Many, if not most, tasks we perform involving the processing of a language in some shape or form.

Performing a task properly depends on two things: the different kinds of competences we have available, and the difficulty and complexity of the task itself. Let us take the example of making an omelet. This task involves a number of subtasks: reading the recipe, collecting the ingredients, breaking and whisking the eggs, heating the frying pan, etc. It is, therefore, a moderately complex task in itself. Our skills at each of the subtasks may vary. Even if we have never made an omelet, we may be able to break an egg completely. However, we may have other competences available in the form of another person or persons to help us. The moderate difficulty of the task may be increased by time pressure, or by the knowledge that the product is to be assessed. Thus the inherent difficulty of the task and the competences we have available play a key role in how we will perform the task.

When the task is a purely linguistic one, the same holds come into play. When the task is in a language that we are learning, our competence in the language, and the difficulty of processing that language will have a major effect on how well we perform the task. As we have seen more than once already, all the different aspects involved in communication play a role in the type of language to be used, and therefore in the difficulty of processing language.

Once we produce language, we have produced a text that is independent of us. When we are chatting to someone, what we say is a text, or at least a part of a larger text, just as a novel or a poem produced in the written medium by a writer is a text. A text serves as input to be processed by some other language user; when we are chatting, the text we produce is processed by our friend, who in turn produces a text which we process. We may be the producer, or a receiver, or both at the same time, but both partners in communication must process it. So, what we and our colleagues say to one another on the train on the way to work is a text, even though the sound is gone as soon as it is produced (unless we are recording). The conversations of other people in the train (including that of the girl in front of us using her mobile phone) are also texts, as are the advertisements, the ticket or pass we use, the announcements, the lyrics on the headset of the person behind us to which we are half-listening.

The text is central to any act of linguistic communication, the external, objective link between a producer and receiver, whether they are communicating face to face or at a distance. Obviously, the

relationship between the producer(s) and receiver(s) of a text on the one hand, and the text itself on the other, will vary depending on the involvement of each of the partners in the communication. When chatting with a friend, we both take part in the production and reception of the bits of the larger text (or discourse), whereas, when we are translating a letter for a receiver who uses another language, we have no real say in the actual content of the text. Similarly, the medium in which a text is carried will affect the nature of the text. Written texts do not use the same means of emphasis as spoken texts. Different kinds of written texts also vary in important ways.

Because tasks and texts are so intimately related, with most tasks we perform requiring some type of text, and all texts involving some task or other, we may need to look in some detail at how tasks and texts relate in our daily life. Even in the relatively simple task of getting to work by public transport in the morning, a number of texts are involved: a bus or train timetable, the indication of the destination, a bus- or train-pass or ticket, an interaction with the bus-driver, a signal to the driver to stop. We are unlikely to have processed most of these linguistic texts for some time. For example, when was the last time we read what was on our bus or train ticket?

However, the task of taking a bus or train takes on a totally different perspective if we are in a foreign country whose language we do not know very well. Any one of the texts listed above is a potential source of difficulty. We may have to call for assistance before or during the performance of this quite banal task.

We consider that texts and tasks are related in that many tasks involve processing texts for their proper performance, but the performance of a task frequently also involves the production of further texts – those involved with the management and organizing of the task itself that is to be performed. The kind of text produced or received will, therefore, vary in quite important ways depending on a whole series of aspects of the communicative act, such as where it is taking place, who is involved, and the medium being used.

**Гнатчук Оксана Степанівна**

Кандидат історичних наук, доцент

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

### **ІНСТИТУТ ОСВІТИ ЯК РУШІЙНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА**

Аналіз сутності інституту освіти в сучасному, інформаційному суспільстві як рушійної сили розвитку суспільства, що має вплив на всі форми суспільного виробництва, набуває все більшої актуальності, так, як стає важливим чинником формування розвитку індивідів.

Інститут освіти як соціальний інститут виступає як певний тип соціального зв'язку людей, їхнього духовного формування, формування їхньої свідомості, формування форми спілкування, долучення більш соціалізованого індивіда до більш високого рівня інформації. Продуктом конкретної людської праці, зокрема інтелектуальної, стає критично мислячий розум, що реагує на навколишнє середовище, яке перебуває у стані трансформації. Соціальний статус особистості при цьому визначається рівнем її поінформованості. Тобто від якості освіти залежить, з яким світоглядом, знаннями, громадянською позицією увійде молоде покоління в суспільство.

Зміни в освіті як соціальній системі, функціонування освіти як підсистеми суспільства, механізми взаємних змін суспільства і освіти – це проблемне поле для наукових пошуків багатьох дослідників. Представники різних теоретичних напрямків і течій відрізняються своїми уявленнями про визначальні фактори соціальних змін. Деякі з них за визначальний фактор трансформацій беруть культурний, інші – економічний тощо. Виокремлені також різноманітні функціоналістські, структурно-функціоналістські, системні, конфліктні теоретизування, представниками яких є класики соціології О. Конт, Г. Спенсер, Е. Дюркгейм, К. Маркс та ін. На сучасному етапі питання трансформацій в пострадянських суспільствах досліджують Є. Головаха, Т. Заславська, Н. Паніна та ін.

Що ж стосується розгляду освіти як підсистеми суспільства, то теоретична база дослідження була закладена ще Г. Спенсером, Е. Дюркгеймом та ін. Продовжили теоретико-методологічні проблеми дослідження освіти праці М. Андрєєва, В. Астахової, П. Бурд'є, М. Майєра, Н. Смелзера, А. Турена та ін.

Серед учених, які так чи інакше обговорювали проблеми взаємодії суспільства та освіти, можемо відзначити Н. Аітову, В. Лисовського, Д. Константиновського, О. Шкаратан.

Зрозуміло, що розмірковувати про трансформацію суспільства в умовах глобалізації, можна тільки у випадку, коли відбуваються глибинні якісні зміни на рівні ціннісної свідомості індивідів і груп. І. Нечитайло зауважує: «Процес соціальної трансформації відбувається в деякому суб'єктно-культурному континуумі. Коли внутрішній стан суб'єкта стає образом нового суспільства, його суб'єктивною проекцією. Під перетворенням внутрішнього стану суб'єкта розуміють розвиток духовно-моральних якостей (тих, кого навчають) і педагогічної майстерності (тих, хто навчає) [2, с. 496].

Нова суспільна трансформація змушена ставити і вирішувати такі проблеми, які не виникали раніше. Тобто сьогодні потрібно наголошувати на суспільстві моралі та культури, яке обумовлює не стільки ринкові, скільки інші види саморегуляції, формуючи і соціалізуючи людину не лише в межах сім'ї, родичів, сусідів, професійного колективу, але й суспільства в цілому, яке вже неможливо підміняти економікою або зводити до неї.

Людина повинна навчитись осмисленому та ефективному функціонуванню в умовах світу, що глобалізується, тобто розвивати здібності постійно поповнювати особисті знання, оволодівати інформацією, виявляти креативні здібності.

У період подолання глибокої соціально-економічної кризи, що вразила усі сфери суспільства, вища школа стає найважливішою ланкою між соціальною сферою та сферою матеріального виробництва. Забезпечення конкурентоспроможності й розвиток інтелектуального потенціалу країни, що значною мірою залежить від ефективності, якості та змісту освітньої системи, стає першочерговим завданням.

Зважаючи на вищезазначене, саме освіта повинна допомогти людині і людству відповідати на виклики нової епохи. Український вчений і державний діяч В.Г. Кремень вказує на: «...необхідність забезпечити високу функціональність людини в умовах, коли зміна ідей, знань і технологій відбувається набагато швидше, ніж зміна поколінь людей, система освіти теж повинна знайти раціональні схеми співвідношення між лавиноподібним розвитком знань, високих технологій і людською здібністю творчо їх засвоювати...» [1, с. 7].

Отже, освіта та культура є основними чинниками розвитку матеріального та духовного багатства суспільства завдяки своїй унікальній місії щодо зростання інтелектуального капіталу – знань та компетентностей людини, соціальної стабільності та ефективного забезпечення зайнятості населення, збільшення національного доходу, зменшення бідності, зростання рівня культури виробництва і споживання, підвищення якості життя.

Для того, щоб суспільство розвивалось і прогресувало, необхідні кардинальні дії і перетворення в освіті. Першочергового значення у цій ситуації набувають освітні заклади. Тому потрібно віднайти найбільш оптимальні форми розвитку суспільства (науковий пошук), сприяти розвитку критичного мислення, творчого потенціалу особистості, формувати висококваліфікований кадровий потенціал для освітньої сфери.

#### Список використаних джерел

1. Кремень В.Г. Філософія освіти XXI століття / В.Г. Кремень // Урядовий кур'єр. – 2003. – № 23. – С.7-8.
2. Нечитайло І.О. Изменение общества через изменения образования: иллюзия или реальность? / И.О. Нечитайло; Нар. укр. акад. – Харьков. – Из-во НУА, 2015. – 552 с.

**Дерев'янка Марина Миколаївна**

*Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова*

**Кравченко Ольга Василівна**

*Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова*

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ В ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

Однією з актуальних проблем сучасної методики навчання іноземної мови є орієнтація всього навчального процесу на активну самостійну роботу студентів. Як свідчить досвід, самостійна робота студентів є важливим підґрунтям для формування професійних педагогічних умінь майбутнього вчителя.

Роль самостійної роботи є особливо важливою в теперішній час, коли перед навчальними закладами поставлено завдання формування у студентів потреби постійної самоосвіти.

Розкриваючи поняття самостійної роботи, необхідно зазначити, що потрібно розглядати не стільки характер діяльності студента, скільки управління цією роботою. Виходячи з цього, до самостійної роботи можна віднести лише ті навчальні дії, які здійснюються без прямого контролю як на занятті, так і поза заняттям.

Мета публікації: простежити динаміку розвитку і вдосконалення окремих аспектів організації самостійної роботи студентів на заняттях з практичного курсу англійської мови протягом останніх років. Завданнями роботи є: проаналізувати та узагальнити досвід кращих викладачів з організації самостійної роботи студентів на заняттях з практичного курсу іноземної мови; проаналізувати види робіт та способи організації найбільш ефективних видів самостійної роботи.

Створення та використання на заняттях навчальних матеріалів зі спеціальною орієнтацією на самостійну роботу є значним резервом оптимізації навчального процесу.

Виконання багатьох видів завдань передбачає парну роботу або роботу в мікрогрупах за відсутності безпосереднього контролю з боку викладача або під його наглядом у випадку необхідності його допомоги.

Значну роль у сучасному навчальному процесі відіграють нові інформаційні технології, що відкривають доступ до багатьох джерел інформації, підвищують ефективність самостійної роботи для формування професійних умінь та навичок. Дуже важливо, щоб студент знав засоби навчання і вмів ними користуватися.

Ефективність використання Інтернету полягає в тому, що завдяки йому підвищується мотивація навчання. Студенти можуть самостійно вибирати необхідний навчальний матеріал, таким чином це дуже допомагає студентам у психологічному плані: у них з'являється впевненість у своїх силах, зникають культурні бар'єри. Використання Інтернету стимулює самостійну роботу студентів, оскільки студент може самостійно працювати у трьох сферах: комунікація, інформація і публікація.

При самостійній роботі студентів з Інтернетом необхідно брати до уваги, що матеріал там подається в аудіо, відео та анімаційній формі, крім того, тексти в Інтернеті автентичні. Комп'ютер допомагає студентам краще запам'ятовувати матеріал

Використання технічних засобів навчання, особливо відеоматеріалів є також важливим стимулом у вивченні англійської мови. Це надзвичайно ефективна форма учбової діяльності, яка активізує увагу, а значить і зацікавленість у вивченні іноземної мови і стимулює до самостійної роботи на заняттях. Вона сприяє удосконаленню навичок аудіювання і говоріння, оскільки зорова опора звукового ряду, що лунає з екрану, допомагає більш повному і точному розумінню його змісту.

Дуже ефективними є завдання на випередження матеріалу перспективного характеру, тобто надається програмний матеріал, що підлягає вивченню у майбутньому, і студенти самостійно можуть готуватися до нього в даний момент. Це дозволяє пробудити і розвивати пізнавальний інтерес, із більшою ефективністю проводити на заняттях бесіди, дискусії.

Використання індивідуальних завдань стимулює розвиток творчих здібностей студентів, сприяє обміну знаннями на учбових заняттях, створює творчу атмосферу.

Розширення перспективної самостійної роботи в структурі навчального процесу, важливість самоосвітньої компетенції для високої кваліфікації майбутніх спеціалістів зумовлюють безпосереднє врахування результатів самостійної роботи при визначенні рейтингового балу з практичного курсу англійської мови.

Навчання студентів прийомам самостійної роботи при виконанні завдань озброїть їх певним набором прийомів вивчення, розширить їх знання про мову, яка вивчається, і таким чином, забезпечить можливість досягти практичних цілей при вивченні мови.

Проаналізувавши та узагальнивши досвід сучасних викладачів вищої школи, можна зробити такі висновки:

- різноманітність форм самостійної роботи студентів зумовлює необхідність планування її відповідно до конкретних умов навчального процесу, рівня підготовки студентів;
- самостійна робота набуває творчого характеру, у процесі чого створюються необхідні умови для розвитку самостійного творчого мислення;
- удосконалюється і посилюється навчально-методичне керування самостійною роботою студентів, що сприяє її ефективності й результативності.

**Палічук Діана Сергіївна**

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

Науковий керівник: Гуцуляк Наталія Михайлівна, кандидат психологічних наук, доцент

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

### **ОСОБЛИВОСТІ СТАВЛЕННЯ ДІТЕЙ СЕРЕДНЬОГО ПІДЛІТКОВОГО ВІКУ ДО СЕБЕ**

Становлення особи як культурного громадянина залежить від позитивного розгортання її Я-концепції у системі самоуявлень. «Я-концепція» визначає ефективність і продуктивність діяльності людини, її ставлення до життя і до самої себе, а також впливає на суб'єктну позицію, актуалізацію соціальних ролей, а відтак і на професійний вибір.

Підлітковий вік є періодом інтенсивного особистісного становлення (І. Бех, І. Булах, Л. Божович, Л. Виготський, С. Максименко), характеризується розвитком внутрішньої позиції дорослого (О. Леонт'єв, С. Рубінштейн) та особистісної рефлексії (М. Боришевський, Н. Гуткіна, Г. Костюк, М. Савчин).

Для вивчення когнітивної складової Я-концепції, що передбачає уявлення людини про себе, про свої вчинки, дії та ставлення до себе, ми використали методику «Дослідження самоставлення» (С.Р. Пантілеєв, В.В. Столін). Науковці, які створили дану методику, звернули увагу на такі компоненти самоставлення: внутрішня чесність, самовпевненість, самокерівництво, віддзеркалене самоставлення, самоцінність, самоприв'язаність, внутрішня конфліктність та самозвинувачення.

У дослідженні приймали участь 40 підлітків, які є вихідцями із благополучних (20 дітей) та неблагополучних сімей (20 дітей). Під сімейним благополуччям розуміємо таку інтрасімейну атмосферу, в якій формується відчуття цілісності та внутрішньої рівноваги, що сприяє узгодженості психічних процесів та становленню зрілої особистості. Інформацію про рівень благополуччя досліджуваних нами сімей ми отримали від психологічної служби загальноосвітньої школи с. Банилів-Підгірний Сторожинецького району Чернівецької області.

Таблиця 1

## Рівні розвитку компонентів самоставлення досліджуваних учнів

Назва шкали	Діти з благополучних сімей			Діти з неблагополучних сімей		
	Високий	Середній	Низький	Високий	Середній	Низький
Внутрішня чесність	32.5%	37.5%	30%	20%	35%	45%
Самовпевненість	35%	40%	25%	17.5%	50%	32.5%
Самокерівництво	25%	37.5%	37.5%	30%	35%	35%
Дзеркальне Я	45%	22.5%	32.5%	10%	52.5%	37.5%
Самоцінність	27.5%	35%	37.5%	15%	45%	40%
Самоприйняття	50%	30%	20%	25%	37.5%	37.5%
Самоприв'язаність	32.5%	32.5%	35%	45%	32.5%	22.5%
Внутрішня конфліктність	17.5%	35%	47.5%	17.5%	32.5%	50%
Самозвинувачення	22.5%	37.5%	40%	35%	40%	25%

На основі зазначених у таблиці 1 результатів дослідження можемо сформулювати наступні узагальнення:

1) майже половина дітей із благополучних сімей відчувають повагу та симпатію з боку інших до себе, проявляють відкритість для встановлення міжособистісних контактів. При цьому, половина дітей із неблагополучних сімей стверджують, що позитивне ставлення з боку оточуючих стосується лише деяких їхніх якостей та вчинків, а інші особистісні прояви здатні викликати лише роздратування та неприйняття;

2) серед дітей із благополучних сімей більше тих, хто високо оцінюють свій духовний потенціал, багатство свого внутрішнього світу, власну неповторність;

3) половина дітей із благополучних сімей симпатизують собі, схвалюють свої плани та бажання. Кількість таких дітей серед дітей із неблагополучних сімей вдвічі менша. Крім того, вдвічі більша кількість дітей із даного типу сімей, які характеризуються негативним сприйняттям себе, несхваленням своїх планів та бажань, надмірною самокритикою;

4) діти із благополучних сімей більшою мірою, ніж їхні ровесники із неблагополучних, проявляють бажання щось у собі змінити, відповідати ідеальному уявленню про себе. При цьому, майже половина дітей із неблагополучних сімей характеризуються високою ригідністю «Я-концепції», прагненням зберегти свої якості в незмінному вигляді;

5) серед дітей із неблагополучних сімей більше тих, яким притаманна підвищена рефлексивність і критичність, здатність не приховувати від себе та інших навіть неприємну інформацію. Крім того, вони більшою мірою, ніж ровесники із благополучних, визнають свою провину в конфліктних ситуаціях, у власних невдачах та недоліках. Однак, серед благополучних більше тих, які зберігають працездатність у звичних для себе ситуаціях, впевненість у собі та орієнтацію на успіх у справах.

Відповідно, з підлітками із неблагополучних родин слід проводити спеціальну роботу, яка б сприяла підвищенню в них впевненості в собі, розвитку конструктивних форм поведінки та міжособистісних взаємин з іншими, адекватного самосприйняття та сприйняття інших людей, розвиток адекватної самооцінки та рівня домагань, зняття емоційного й нервового напруження та переживання підлітками емоційних почуттів, що пов'язані з переживанням задоволення, радості, щастя.



**Дрозач Олександра Вікторівна**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

**Салюк Марина Анатоліївна**

Кандидат психологічних наук, доцент

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ІМПЛІЦИТНИХ ТЕОРІЙ ІНТЕЛЕКТУ ТА ОСОБИСТОСТІ ЛЮДИНИ З ЇЇ КОПІНГ-СТРАТЕГІЯМИ**

Проблемою вивчення копінг-поведінки та її стратегій займалась велика кількість вчених. Дослідники визначають даний тип поведінки як «відносно постійну схильність людини відповідати на стресову подію» (Billings, Moos, 1984) і розглядають як сформований протягом життя стиль людини, «особистісний процес» (Bolger, 1990). При такому підході важливим є дослідження диспозицій (coping dispositions), ресурсів подолання, що визначають стратегії поведінки особистості. Копінг-поведінка регулюється за допомогою реалізації копінг-стратегій на основі наявних копінг-ресурсів. Копінг-ресурси допомагають впоратися людині зі стресогенними ситуаціями і, в свою чергу, діляться на: особистісні і середовищні. На нашу думку характеристики імпліцитних уявлень людини про себе, свою особистість, здібності, інтелект виступають важливою складовою її копінг-ресурсів.

Імпліцитні теорії – це конструкти, сформовані самим індивідом уявлення про певні явища та процеси, що відбуваються в житті. Імпліцитна теорія, як і будь-яка інша теорія, неминуче спотворює реальність, допомагаючи суб'єктові зберегти стабільність зовнішнього та внутрішнього світів. Вона є тією призмою, через яку відбувається сприйняття суб'єктом світу, інших людей, самого себе. Американська дослідниця К. Двек обстоює думку про те, що імпліцитні теорії сприяють розвитку унікальної для кожної людини системи значень. Авторка доводить, що саме ця система визначає унікальність та специфічність цілепокладання, перцептивних та поведінкових стратегій кожної конкретної людини, лежить в основі складної системи саморегуляції.

К. Двек та інші дослідники виділили два типи імпліцитних теорій інтелекту – теорії «стабільності» (entity theories) і теорії «нарощування» (incremental theories). Люди з теорією стабільності вважають, що інтелект – це щось стабільне і незмінне, строго фіксована і погано контрольована властивість; при цьому, кожна людина від народження наділяється певною кількістю IQ, яка в процесі життя майже не змінюється. Люди, що додержуються теорії нарощування (збільшення), навпаки, вважають, що інтелект може розвиватися, його можна розвивати і покращувати за допомогою власних зусиль.

*Метою* дослідження є встановлення специфіки взаємозв'язків характеристик імпліцитних теорій інтелекту та особистості людини з переважаючими у неї копінг-стратегіями.

*Гіпотезою* дослідження виступає твердження, що існує певний взаємозв'язок між імпліцитними теоріями інтелекту та особистості людини з переважаючими у неї копінг-стратегіями. Ми припустили, що досліджувані, які схильні додержуватися імпліцитних теорій «нарощування» інтелекту та «збагачування» особистості, віддають перевагу таким копінг-стратегіям як: прийняття відповідальності, самоконтроль, позитивна переоцінка, планування вирішення проблеми.

В процесі емпіричного дослідження було застосовано методики: Опитувальник імпліцитних теорій і цілей навчання К. Двек (в модифікації Т. В. Корнілової та С. Д. Смірнова) та Опитувальник способів копінг-поведінки Р. Лазаруса, С. Фолкмана (в адаптації Т. Л. Крюкової, О. В. Куфтяк, М. С. Замишляєвої, 2004).

Вибірку склали 60 осіб різного віку (від 19 до 46), 28 – чоловічої статі, 32 – жіночої.

Результати підрахунків коефіцієнтів кореляції r-Пірсона між показниками прийняття імпліцитних теорій і видами копінг-стратегій представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Значення коефіцієнтів кореляції r-Пірсона між показниками прийняття імпліцитних теорій і видами копінг-стратегій

Копінг-стратегії	Прийняття імпліцитної теорії «нарощуваного» інтелекту	Прийняття імпліцитної теорії «збагачуваної» особистості
Конфронтація	0,136	0,294*
Дистанціювання	-0,478 **	-0,255*
Самоконтроль	0,347 **	0,423**
Пошук соціальної підтримки	-0,243	-0,209
Прийняття відповідальності	0,363**	0,458**
Втеча-уникнення	-0,560**	-0,494**
Планування вирішення проблеми	0,564**	0,602**
Позитивна переоцінка	0,228	0,397**

\* - коефіцієнти кореляції значущі при  $p < 0,05$ ; \*\* - коефіцієнти кореляції значущі при  $p < 0,01$

Встановлено статистично значущі кореляційні зв'язки між показниками прийняття імпліцитної теорії «нарощуваного» інтелекту та наступними видами копінг-стратегій: дистанціювання, втеча-уникнення (від'ємні коефіцієнти кореляції,  $p < 0,01$ ); самоконтроль, прийняття відповідальності, планування вирішення проблеми (позитивний зв'язок,  $p < 0,01$ ). Також встановлені статистично значущі кореляційні зв'язки між показниками прийняття імпліцитної теорії «збагачуваної» особистості та схильністю обирати конфронтацію (позитивний зв'язок,  $p < 0,05$ ), планування вирішення проблеми, самоконтроль, позитивна переоцінка (позитивні зв'язки,  $p < 0,01$ ), дистанціювання (від'ємний показник,  $p < 0,05$ ), втечу-уникнення (від'ємний зв'язок,  $p < 0,01$ ).

Отже, за результатами дослідження можна вважати вірним припущення про те, що імпліцитні переконання людини про можливості інтенсивного розвитку та зміни суб'єкту на протязі життєвого шляху обумовлюють прагнення приймати на себе відповідальність за події власного життя та пов'язані з вибором проблемно-орієнтованих стратегій копінг-поведінки.

**Арделян Тетяна Онуфрїївна**

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

### **ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОСІБ ІЗ РОЗЛАДАМИ ХАРЧОВОЇ ПОВЕДІНКИ**

Дана публікація присвячується психологічним особливостям осіб, які страждають нервовою анорексією та нервовою булімією: особливостей сприйняття ними образу власного тіла, характеристик перфекціонізму та самооцінки.

Актуальність проблематики дослідження полягає в зростанні кількості осіб із вказаними розладами харчової поведінки. Так, анорексія вважається третьою самою поширеною хронічною хворобою серед підлітків. Рівень смертності серед хворих на анорексію і булімію займає перше місце у порівнянні з усіма іншими психічними захворюваннями.

Розлади харчової поведінки більш характерні для західного суспільства, в якому зовнішність є чи ненайголовнішим оціночним параметром жінки, а ідеалом краси є струнке тіло дівчини фактично препубертатного віку. Як наслідок, останнім часом дівчата все частіше звертаються до дієт, щоб не просто скинути зайві кілограми (яких, можливо, і зовсім немає), а для здобуття ідеальної за їх уявленням фігури. Згідно зі статистикою, близько 91% жінок, так чи інакше, намагалися контролювати свою вагу за допомогою дієт і обмежень у харчуванні, а 22% жінок «сиділи» на дієті часто (більше 5 разів) або практично завжди. 35% дієт, які почалися як «нормальні», переходять в патологічні обмеження в харчуванні і 20-25% з них призводять до харчових залежностей.

Незважаючи на те, що дієт притримується велика кількість жінок та дівчат, лише у частини з них розвиваються розлади харчової поведінки. Метою дослідження було визначення того, які психологічні особливості особи є сприятливим підґрунтям для розвитку харчових розладів.

Під харчовою поведінкою розуміють ціннісне відношення людини до їжі і її прийому, стереотип харчування в звичайних і стресових умовах, поведінку, орієнтовану на образ власного тіла і діяльність по його формуванню.

Розладом харчової поведінки (далі РХП) є відхилення у вживанні їжі, які призводять до фізичного та психологічного нездоров'я, щое комплексною медико-психологічною проблемою.

Нервоваанорексія (грец. негативна приставка an – і ogehix – апетит) являє собою «свідоме обмеження в їжі з метою схуднення у зв'язку з переконаністю в наявності уявної або різкопереоціненої повноти».

Більш молодого хворобою вважається нервова булімія (від грец. limos – голод з приставкою bus – бик, буйвол) – розлад харчової поведінки, що характеризується повторюваними епізодами надмірного голоду і об'їдання, після яких людина намагається «очистити» організм за допомогою блювоти, проносних, сечогінних засобів, фізичних вправ.

На сьогоднішній день спостерігається омолодження вказаних хвороб. Зафіксовані випадки госпіталізації 8-річних дітей із цим діагнозом, а 11- та 12-річні підлітки із такими розладами вже не рідкість.

В нашому дослідженні, спрямованому на вивчення психологічних особливостей осіб із нервовою анорексією та булімією, взяли участь 35 осіб: 14 із РХП та 21 – без них. Середній вік досліджуваних із розладом харчової поведінки – 21 рік (min. 14, max. 31), у групі без харчових розладів – також 21 рік (min. 15, max. 35).

Для визначення рівня перфекціонізму у досліджуваних ми використали багатовимірну шкалу перфекціонізму Х'юїтта-Флетта.

З її допомогою були виміряні три складових перфекціонізму: перфекціонізм, орієнтований на себе (властивість людини пред'являти надзвичайно високі вимоги до себе), перфекціонізм, орієнтований на інших (властивість людини пред'являти високі вимоги до оточуючих), соціально приписуваний перфекціонізм (розцінювання вимог, що пред'являються оточуючими як завищених і нереалістичних) та загальний рівень перфекціонізму випробовуваних.

За результатами проведення даної методики по шкалам перфекціонізму, орієнтованого на себе та перфекціонізму, орієнтованого на інших статистично значимих відмінностей між групами піддослідних виявлено не було.

Статистично значимі відмінності виявлені по шкалам соціально приписуваний перфекціонізм (середнє значення групи з РХП – 70,4; середнє контрольної групи – 59,6;  $p < 0,01$ ), що вказує на переконаність у суворій оцінці та завищених очікуваннях до людини з боку оточуючих у осіб із РХП; та по показнику загального рівня перфекціонізму. Таким чином, підвищений рівень перфекціонізму, що відображає високі стандарти, що пред'являються особистістю як до себе, так і до інших, пов'язаний із розладами харчової поведінки.

Для дослідження ступеню задоволеності власною зовнішністю ми використали опитувальник «Образ власного тіла», авторами якого є О.А. Скугаревський та С.В. Сивуха.

За результатами використання даної методики встановлено, що для осіб із РХП характерно негативне відношення до свого тіла (середній бал 8,6), що статистично значимо відрізняється від відношення до свого тіла осіб без РХП (середній бал 5,3).

Вивчення самооцінки осіб із нервовою анорексією та нервовою булімією здійснювалося з використанням методики вивчення самооцінки якостей особистості Т. Дембо – С. Рубінштейна. Досліджуваним запропоновано було оцінити свої риси характеру, здібності (до прикладу, розум, доброта, і т.д.) на відрізу, з одного кінця якого знаходяться низькі бали, на іншому кінці – максимальні 10 балів. Необхідно було відзначити на кожній шкалі ризикою «-» рівень, на якому знаходиться розвиток цієї якості або властивості зараз, а хрестиком «x» той рівень, при якому випробувана людина може відчувати задоволеність собою або гордість.

Встановлено, що показник самооцінки у групі із РХП (середнє значення 56,9 балів) нижчий, ніж у контрольній групі (середнє значення 72 бала). При цьому самооцінка у першій групі характеризується нерівномірністю та нестійкістю.

По шкалі «рівеньдомагань» статистично значимих відмінностей між групами піддослідних виявлено не було.

Також, у досліджуваних з нервовою анорексією та булімією більша розбіжність між рівнем домагань і рівнем самооцінки, що вказує на незадоволеність собою та конфлікт між тим, до чого особа прагне, і тим, що вважає для себе можливим.

На завершення хочеться відмітити, що повноцінне функціонування людини, її фізична активність, задоволеність життям – все це залежить від особливостей харчової поведінки.

На сьогоднішній день важливе значення має вивчення причин розвитку розладів харчової поведінки, щоб мати можливість лікувати не лише вже наявні розлади (які переважно важко піддаються психокорекції, особливо в разі досить великого «стажу» хвороби), а й попереджувати їх виникнення, зокрема, за допомогою профілактичної роботи з молоддю та тією її частиною, яка складає групу ризику. Вказане необхідно для здорового суспільства, а ознаками гармонійної особистості є добре самопочуття та здоровий спосіб життя, найважливішим чинником якого є харчування.

**Манютіна Олена Іванівна**

Кандидат філологічних наук, доцент

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

**Федина Тетяна Олександрівна**

*Чернівецький коледж Львівського національного аграрного університету*

## **ІННОВАЦІЇ ТА РОЗВИТОК ІНШОМОВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ У СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ**

Сучасність вимагає від кваліфікованого спеціаліста підготовки до комунікації у фаховому дискурсі, активної участі у міжкультурній комунікації з оволодінням необхідною комунікативною компетенцією в сферах професійного та ситуативного спілкування в усній і письмовій формах, набуття навичок практичного володіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, обумовленої професійними потребами. Все це підвищує попит на кваліфікованих фахівців, зокрема, «кваліфікованих робітників», «Молодших спеціалістів», які вільно володіють іноземною мовою, та обумовлює необхідність вивчення дисциплін «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Іноземна мова (фахова)».

Методика викладання іноземних мов у вищій технічній школі традиційно чутливо реагувала на економічні зміни у суспільстві новими підходами до мовної підготовки фахівців. Практично кожна з сучасних методик вивчення іноземних мов свого часу вважалася новаторською, але глобальні трансформації у суспільстві та прорив інформаційних технологій в останні десятиліття докорінно змінили соціальне замовлення щодо якості підготовки фахівців, вплинуло на прийоми та методи підготовки випускників вищих навчальних закладів зокрема.

У світі інформаційних технологій потрібна нова людина – активна, здатна творчо та критично мислити, створювати продукт (послугу), готова вчитися упродовж життя, перетворювати не тільки себе, але й колектив/суспільство, співпрацювати, самостійно приймати рішення, адекватно діяти в конфліктних ситуаціях. Специфічні особливості навчального процесу та функціонування студентського колективу, такі як інтенсивність спілкування та інформаційна насиченість, стимулюють процес формування у молоді навичок культури взаємин, сприяють формуванню позитивного соціального досвіду.

Освітній простір допомагає викладачу усвідомити переваги інтерактивних методик в поєднанні з інформаційними технологіями, які потенційно створюють необхідні передумови для розвитку мовленнєвої компетенції студентів. У своїх роботах різні аспекти освітніх

інформаційних технологій досліджували О.В. Нестеренко, І.А. Зюзюн, Н.В. Кононець, В.І. Лозова, Дж. Облінгер та багато інших, що свідчить про посилений науковий пошук найкращих шляхів до розвитку лінгвістичної компетенції студентів. Уважаємо за необхідне акцентувати на поведінкових та когнітивних характеристиках портрету студента генерації мілленіалів (Generation I, Internet Generation, Millennial Generation, або Net Generation), важливих для визначення, удосконалення та корекції програми і методики підготовки фахівця: схильність до групової роботи, ідентифікація себе зі своїми батьками та батьківськими цінностями, переконання, що бути розумними «круто», фанатична відданість новим інформаційним технологіям, орієнтованість на результат (оцінки) та продуктивність (ефективність), зацікавленість додатковими курсами (заняттями). До когнітивних особливостей покоління належить здібність сприймати гіпертексти (розвинений «гіпертекстовий розум») з швидким пересуванням по Інтернеті або соціальним мережам, де процес звичайного «лінійного» мислення набагато спрощений через здібність збирати інформацію з великої кількості різних джерел. Сучасний студент – інтуїтивний візуальний комунікатор з розвиненим візуально-просторовим інтелектом, завдяки навичкам комп'ютерних ігор здатний об'єднувати віртуальне і фізичне. Нове покоління віддає перевагу практичному навчанню ніж теоретичному (inductivediscovery), студенти схильні до «розгортання уваги» (здатні швидко перемикаючи свою увагу з одного завдання на інше), легко ігнорують не цікаві для них речі, швидко реагують на ту чи іншу інформацію, відповідають і розраховують на швидку відповідь від викладача. Виникає запитання, які навчальні методи та форми викладання найбільш ефективні сьогодні. Немає досконалої технології, яка зробить навчання суперфективним, але є певні навчальні завдання. Якщо студенти сьогодні є «практичними дослідниками», лекції вже не можуть бути оптимальним навчальним середовищем, з урахуванням їхніх потреб, для досягнення мети вдосконалення комунікативної компетенції, варто надати перевагу:

- проектним роботам в команді, яка передбачає розвиток самостійного мислення, вміння вести пошук інформації, прогнозувати, приймати нестандартні рішення. Проекти, які пропонуються студентам – це дослідні роботи та навчальні телекомунікаційні проекти, наприклад, аналіз даних у відкритих соціальних мережах, відкриття власної сторінки / групи, розробка власної веб-сторінки та її публікація в Інтернеті.

- Веб-квестам – це міні-проекти, засновані на самостійному пошуку та обробці інформації в Інтернеті. Результатом міні-проектів можуть бути тематичні електронні газети, презентації, електронні робочі зошити тощо.

- Науково-дослідницькій роботі у співробітництві – це метод використання малих груп студентів. Навчальні завдання структуруються таким чином, щоб всі члени команди були взаємопов'язаними та взаємозалежними і водночас достатньо самостійними в оволодінні матеріалом. Увага викладача на час виконання завдання зосереджується на індивідуальній роботі з окремими студентами або окремими групами для забезпечення ефективності самостійної колективної роботи та обслуговуванні окремих індивідуальних навчальних потреб. Використання можливостей інформаційних технологій (комп'ютер, планшет, смартфон) для забезпечення доступу до джерел інформації та моделювання навчальних, навчально-пізнавальних і творчих завдань безмежно розширює тематику проектів та допомагає вирішити проблему мотивації.

Освіта сьогодні неможлива без використання інформаційних технологій в поєднанні з інтерактивними методиками. Впровадження сучасних інформаційних технологій в навчальний процес для вирішення конкретних практичних завдань дозволяє розвинути комунікативну компетенцію, вдосконалити та закріпити потрібні знання і навички студента. Швидкий прогрес інформаційних технологій повинен слугувати забезпеченню реформи методики викладання іноземних мов і якісній підготовці висококваліфікованого спеціаліста на всіх рівнях.

**Іваник Софія Володимирівна**

*Рівненський державний гуманітарний університет*

Науковий керівник: Сторож Олена Василівна, кандидат психологічних наук, доцент

*Рівненський державний гуманітарний університет*

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОКУСУ КОНТРОЛЮ У СТУДЕНТІВ

Процес особистісного та професійного становлення молоді людини, отримання бажаної освіти, а згодом і роботи за фахом, пов'язані зі значними, часто непередбачуваними труднощами, що ставить до особистості сучасного студента безліч вимог. Саме тому, сьогодні особливого значення набувають дослідження локусу контролю в студентському віці.

Темою локусу контролю займалися такі вчені: А. А. Бодальов, Л.І. Божович, Н.Є.Бондар, М.Й.Боришевський, І.С.Булах, Л.С.Виготський, М.Р.Гінзбург, Є.І.Головаха, С.Д.Максименко, І.В.Нікітіна, С.М.Панченко, Р.Ф.Пасічняк, С. Р. Панталеєв, Дж. Роттер, В. В. Столін, В.О.Татенко, Т.М.Титаренко. Те, як людина сприймає все, що з нею відбувається, чи то, наскільки залежать ці події від неї самої чи від зовнішніх факторів, почали вивчати такі вчені як Т.Б. Веблен, Р.К. Мертон, М. Вебер і Е. Дюркгейм, Д.Макклеланд і Д. У. Аткинсон, та саме поняття «локус контролю» ввів Д. Роттер [11, с.27].

Теорія Д. Роттера базується на припущенні, що когнітивні чинники сприяють формуванню реакції людини на вплив навколишнього середовища. Роттер вважає, що основним чинником, який визначає характер діяльності людини, є її очікування щодо майбутнього. Ключове поняття теорії Дж. Роттера – «локус контролю». Поняття «локус контролю», введене в психологію в середині 60-х рр. ХХ ст., описує деяке узагальнене представлення людини про те, що є причиною подій у її житті і хто несе за них відповідальність. Дж. Роттер виділив два типи людей: серед перших ті, хто впевнений, що зможе проконтролювати і вплинути на одержувані підкріплення – це люди з інтернальним (внутрішнім) локусом контролю («інтернал» – від англійського «internal», внутрішній); серед інших ті, хто вважає, що підкріплення - справа випадку або долі – це люди з екстернальним (зовнішнім) локусом контролю («екстернал» – від англійського «external», зовнішній) [1, с.12].

Поняття «локусу контролю» базується на двох основних положеннях:

1. Люди розрізняються за тим, як і де вони локалізують контроль над значущими для себе подіями. Виділено два полярні типи такої локалізації – екстернальний та інтернальний.

2. Локус контролю, характерний для певної особистості, надситуативний і універсальний. Один і той же тип контролю характеризує поведінку даної особистості як під час невдач, так і в разі досягнень [2, с. 34].

Локус контролю (від лат. locus – місце розташування і франц. Controle – перевірка) – якість, що характеризує схильність людини приписувати відповідальність за результати своєї діяльності зовнішнім силам або власним здібностям і зусиллям. Це стійка властивість індивіда, що формується в процесі його соціалізації. під локусом контролю розуміють локалізацію контролю над важливими для себе подіями [3, с.101].

Локус контролю є надзвичайно важливою характеристикою особистості сучасного студента, а його рівень має вплив на здійснення ним різних дій в процесі життєдіяльності, а також на їх успішність та ефективність.

За даними сучасних досліджень, рівень локусу контролю впливає на успішність навчання. Так, А. Б. Збанацька [2, с. 45] в своєму дисертаційному дослідженні визначає та підтверджує вплив на успішність студентів. Предметом її дослідження є особливості стилів мислення, мотивація, локус контролю, самовідношення студентів як основа індивідуальних стилів їх навчальної діяльності. Значущою особистісною характеристикою, що відображає соціальну зрілість особистості і робить істотний вплив на успішність учбової діяльності автор визначає саме локус контролю.

Емпіричне дослідження локусу контролю, яке проводилось на сімдесяти студентах ІV курсу психолого-природничого факультету РДГУ показало, що серед досліджуваних є 20%

студентів з *екстернальним рівнем локалізації* контролю, вони визнають, що саме сила обставин, зовнішніх умов і фактів відіграють значну роль у тих чи інших подіях власного життя, 15% – з поєднаним, ближче до екстернального, отже їм притаманні риси як *інтернального так і екстернального рівнів локусу контролю*, однак, екстернальний переважає більше, отже хоч вони і допускають ймовірність того, що вони самі керують важливими ситуаціями у житті, однак вплив зовнішніх сил, на їхню думку, відіграє більшу роль, 40% – з поєднаним, ближче до інтернального, вони ж навпаки, хоч і допускають вплив зовнішніх сил на ситуацію, однак більшою мірою спираються на власні сили, і 25% досліджуваних студентів з *інтернальним рівнем локусу контролю*, їх пріоритетом є позиції «все залежить від мене». Таким чином, найбільше студентів з поєднаним, ближче до інтернального, рівнем локусу контролю, що підкреслю спрямованість студентів більше на власні сили, однак вони не є категоричними, стосовно незначного впливу зовнішніх сил на ситуацію

Таким чином, локус контролю впливає на основний вид діяльності студентів – навчання. Студенти з інтернальним локусом контролю схильні до кращої успішності, так як покладаються в основному на свої сили. Так само як і на навчання, локус контролю впливає на всі сфери життя студента. Студенти-інтерналі переконані, що найвірніший шлях до високої продуктивності – це старанна праця, а висока продуктивність сприяє одержанню «винагороди». Інтернальність позитивно поєднується з соціальною відповідальністю, з усвідомленням смислу і цілі життя. Студенти-інтерналі більш домінантні, відповідальні, соціабельні. У цілому студентам-екстерналам більш притаманні підозрілість, тривожність, депресивні стани, агресивність, конформізм, авторитарність, схильність до ошуканства і обману.

Список використаних джерел

1. Єлисеєв О. П. Локус контролю / О. П. Єлисеєв // Практикум по психології особистості. – СПб.: Питер, 2003. – С. 413-417.
2. Зотова В. А. Исследование взаимосвязи локуса контроля и характерологических особенностей: Электр. ресурс. – Режим доступа: [http://psihologia.biz/psihologiya-psihologiya-obschaya\\_693/zotova-issledovanievzaimosvyazi-lokusa-18468.html](http://psihologia.biz/psihologiya-psihologiya-obschaya_693/zotova-issledovanievzaimosvyazi-lokusa-18468.html)
3. Петровський А. В. Загальна психологія. Словник. // Психологічний лексикон. Енциклопедичний словник у шести томах / Ред. – сост. Л. А. Карпенко. Під заг. ред. А. В. Петровського. – М.: ПЕР СЭ, 2005. – 251 с.

**Сардарян Метакся Володимирівна**

*Рівненський державний гуманітарний університет*

Науковий керівник: Сторож Олена Василівна, кандидат психологічних наук, доцент

*Рівненський державний гуманітарний університет*

## **ВИВЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ БАР'ЄРІВ ОСОБИСТОСТІ ЗАРУБІЖНИМИ ТА ВІТЧИЗНЯНИМИ ВЧЕНИМИ**

Психологічні бар'єри зустрічаються в професійній діяльності, спілкуванні, творчій діяльності, навчальній, у самовизначенні особистості. Актуальність досліджень, спрямованих на подолання психологічних труднощів в складних умовах діяльності, підкреслювали О. М. Леонтьєв, Б. Ф. Ломов, В. А. Пономаренко, С. Л. Рубінштейн та ін. В цілому проблема психологічних бар'єрів у вітчизняній психології в останній час стала розглядатися у зв'язку з інноваційними процесами в освіті, творчою діяльністю і зокрема педагогічною творчістю (В. В. Бессоненко, Р. М. Грановська, Ю. С. Крижановська, Л. М. Підлісна, В. І. Слободчиков та ін.).

Психологічні бар'єри на науковому рівні почали досліджуватись на початку ХХ ст. в контексті різних теорій особистості. Опосередковано вони виявились в лоні таких психічних явищ, як фрустрація, тривожність, страх, активність, стрес, психологічні конфлікти та інших внутрішніх перешкод, які ускладнюють діяльність особистості, порушують її внутрішню рівновагу. Теоретичні основи розуміння психологічних бар'єрів представлені в роботах закордонних дослідників. Це психоаналітична теорія З. Фрейда і його послідовників (К. Юнга, К. Хорні, О. Феніхеля та ін.), гуманістична концепція особистості А. Маслоу, К. Роджерса, уявлення про особистість, що розвиваються К. Левінім і Е. Берном, когнітивний напрямок в

інтерпретації особистості Дж. Келлі, а також дослідження інших учених, так чи інакше розглядають феноменологію психологічних бар'єрів.

Психологічні бар'єри розглядаються з самих різних позицій: у залежності від розуміння їхньої природи, сутності і способів аналізу. Так, у контексті загальнопсихологічному бар'єри класифікуються як смислові, емоційні, когнітивні, тактичні. У діяльнісному підході виділяються дві групи бар'єрів: мотиваційні й операційні, котрі, у свою чергу, виявляються в когнітивній, афективній і поведінковій сферах. Ці розходження знаходять своє відображення у великій кількості визначень психологічних бар'єрів, що розкривають погляди на їхню природу, розвиток, що визначає методи їхнього дослідження. Деякі з визначень перетинаються у своїх істотних частинах, інші виявляють явну суперечливість. Так, Р. С. Немов розуміє психологічний бар'єр як внутрішню перешкоду психологічної природи (небажання, страх, непевність і т.п.), що заважає людині успішно виконувати певну дію. А. В. Петровський, М. Г. Ярошевський вважають, що психологічний бар'єр – психічний стан, що проявляється в неадекватній пасивності суб'єкта, що перешкоджає виконанню їм тих або інших дій. Емоційний механізм психологічного бар'єра полягає в посиленні негативних переживань і установок – сорому, почуття провини, страху, тривоги, низької самооцінки, які асоціюються із завданням [1].

К. К. Платонов вказує, що психологічний бар'єр це мотив, що перешкоджає виконанню певної діяльності або дії. М. І. Конюхов визначає психологічні бар'єри як інтенсивні емоційні переживання, частіше негативного плану (сором, почуття провини, страху, тривоги, низька самооцінка та ін.), які заважають діяльності, реалізації особистісного смислу, особистісної потенції. Р. Х Шакуров розглядає психологічний бар'єр особистості як психологічну категорію, що є необхідною умовою саморозвитку особистості [3].

На думку А.В. Массанова, психологічний бар'єр – це психічний стан, що з'являється перед або під час виконання діяльності. У першому випадку бар'єр не дозволяє початися діяльності, а в другому – зупиняє її [2].

Дослідження проблеми психологічних бар'єрів особистості стикається з такими розглядом таких психологічних феноменів, як стрес, фрустрація, конфлікт, криза, психічна напруга, тривога, смисл та ін.

За інтенсивністю переживання психологічні бар'єри бувають слабкі, середні й сильні. При цьому бар'єр будь-якої сили перешкоджає виконанню діяльності.

Тип психологічного бар'єра визначається з огляду на внутрішній регулятор поведінки, що в найбільшому ступені вплинув на формування даного психологічного бар'єру особистості. В залежності від цього можна виділити такі типи психологічних бар'єрів: мотиваційний, когнітивний, емоційний, вольовий.

Отже, удосконалення властивостей особистості підвищує її бар'єростійкість. Весь комплекс рис, що мають відношення до проявів психологічних бар'єрів можна означити як особистісну основу психологічних бар'єрів. Удосконалення особистісної основи відбувається за такими напрямками як спрямованість, інтелект, риси характеру, воля, тому що зріла і стала спрямованість забезпечує визначеність і силу мотивів; розвинений інтелект – об'єктивну оцінку ситуації; риси характеру, зокрема емоційні – адекватне відношення до ситуації; вольові можливості – саморегуляцію поведінки у складних умовах професійного самовизначення особистості.

#### Список використаних джерел

1. Психология : учеб. для пед. спец. вузов / А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский. – 2-е изд., стер. – М. : Академия, Высшая школа, 2001. – 502 с.
2. Массанов А. В. Психологічні бар'єри в професійному самовизначенні особистості : [монографія] / Анатолій Вікторович Массанов. – Одеса : Видавець М. П. Черкасов, 2010. – 371 с.
3. Шакуров Р. Х. Барьер как категория и его роль в деятельности / Р. Х. Шакуров // Вопросы психологии. – 2001. – №1. – С. 3-18.



**Гоменюк Віта Анатоліївна**

*Коледж інженерії та управління Національного авіаційного університету*

**Ковальова Євгенія Вікторівна**

*Коледж інженерії та управління Національного авіаційного університету*

**Кондрашева Олена Миколаївна**

*Коледж інженерії та управління Національного авіаційного університету*

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗВО I-II РІВНІВ АКРЕДИТАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ІНТЕГРАЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Основними проблемами якості вищої освіти були в Україні і потребують вирішення у найближчі 5-10 років визначеними в Проекті «Стратегії реформування вищої освіти в Україні до 2020р.» станом на жовтень 2013 рік: невизнання дипломів більшості вітчизняних ВНЗ у світі; корумпованість викладацького складу ВНЗ; невідповідність викладання вимогам ринку праці; невідповідність структури освіти потребам ринку праці; слабка матеріально-технічна база ВНЗ; низький культурний рівень студентів, їх слабка зацікавленість у якісній освіті та ін.

На загальнодержавному рівні відбувається реформування системи забезпечення якості вищої освіти, яке спрямоване на подолання зазначених вище проблем. Важливим питанням залишається впровадження визначених державою кроків, щодо забезпечення якості та конкурентоспроможності закладів вищої освіти.

Забезпечення якості (Quality assurance): сукупність процедур, що застосовуються на інституційному (внутрішньому) та національному і міжнародному (зовнішньому) рівнях для якісної реалізації освітніх програм і присудження кваліфікацій.

До основних елементів конкурентоспроможності та забезпечення якості ЗВО I-II рівнів акредитації необхідно віднести:

- управлінську складову, стратегічне планування, менеджмент ЗВО;
- інноваційну інституційну структуру та злагоджену взаємодію зі стейкхолдерами ЗВО;
- політику забезпечення якості з дотриманням принципів відкритості, прозорості, студентоцентрованості, відповідальності та інноваційності та академічної доброчесності;
- інтеграція в міжнародну спільноту вищої освіти в межах Болонського процесу і європейської інтеграції;
- модернізацію освітніх програм під умови ринку праці при взаємодії зі стейкхолдерами ЗВО;
- підвищення якості фахівців.

Реалізація кожного складового елементу конкурентоспроможності ЗВО I-II рівнів акредитації можливе завдяки застосуванню накопиченого досвіду найкращих ЗВО в Україні та іноземного досвіду.

При реалізації реформ ЗВО стикається з певними перешкодами. Внутрішньою перешкодою може бути відсутність мотивації в усіх учасників даного процесу, а саме: адміністрації, викладачів та студентів. Відсутність достатнього потенціалу та фінансування. Саме тому, для подолання перешкод закладам вищої освіти необхідно визначити стейкхолдерів, налагоджувати з ними взаємозв'язок та співпрацювати.

Інтеграція в міжнародну спільноту вищої освіти в межах Болонського процесу і європейської інтеграції та вирішення питань академічної мобільності здійснюється відповідно до ЗУ «Про вищу освіту» та Постанови КМУ №579 «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» і можлива в КІТУ НАУ завдяки Програмі міжнародної співпраці «ЄС Еразмус +» 2014-2020 при взаємодії з відділом міжнародних зв'язків НАУ.

«Еразмус+» – освітня програма ЄС, спрямована на активізацію міжнародної співпраці та підвищення мобільності студентів, викладачів, науковців європейських університетів та вищих навчальних закладів третіх країн на всіх континентах.

В Програмі «ЄС Еразмус+» можуть приймати участь:

- студенти ((молодші)/бакалаври (окрім 1-го курсу), магістри, аспіранти, докторанти) для навчання, літні/зимові школи, мовні курси, практика;

- викладачі та адміністративний персонал для викладання, підвищення кваліфікації, стажування, мовні курси, тренінги, підготовки проєктів.

Участь у програмі «Еразмус+» можлива як для організацій, так і для індивідуальних осіб.

Обов'язковою умовою участі у Програмі «Еразмус +» – це визнання результатів мобільності.

Така участь КІТУ НАУ у програмі «Еразмус+» може стати хорошою мотивацією для усіх учасників освітнього процесу, підвищити рівень кваліфікації фахівців, якості освіти, рівня знань іноземної мови. Це дасть можливість вдосконалення методик, технологій викладання та навчання, педагогічних підходів, що включають результати навчання, ІКТ (гнучкі навчальні траєкторії, змішане навчання, стажування на робочих місцях, тощо).

Окрім того, це отримання іноземного досвіду та формування свідомого ставлення до виконуваних обов'язків, це вирішення питань міжнародної академічної мобільності й набуття досвіду віртуальної та реальної мобільності за кордоном.

**Кириченко Римма Вікторівна**

Кандидат психологічних наук, доцент

*Київський національний університет технологій та дизайну*

### **САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ У ВІРТУАЛЬНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ**

Інтернетизація охопила всі сфери життєдіяльності сучасної людини і змушує її все більше часу «проживати» у віртуальному світі публічного і приватного життя. Безмірні потоки інформації пропонують безліч комбінацій нових смислів, цінностей, моделей поведінки, змінюють світосприйняття, впливають на самовизначення та самоідентифікацію користувачів інтернету.

Дослідження особливостей поведінки особистості, яка виникає в умовах специфічних форм спілкування людини з оточуючими суб'єктами та групами, стає актуальним у сучасному світі. Однією з таких форм є інтернет-спілкування, і дуже важливо для кожної особистості грамотно та компетентно самопрезентувати себе як в реальному, так і у віртуальному світі.

Проблему психологічних особливостей самопрезентації особистості у соціальному середовищі досліджували такі вчені як Е. М. Бакушина, Т. А. Курбака, А. Р. Шишкова, А. Е. Жичкіна та інші. Віртуальну особистість та способи її самопредставлення в різних комунікаційних середовищах соціальних мереж вивчали Д. В. Іванова, С. І Черних, Е. Горний та інші. Термін «самопрезентація» зазвичай в психології використовується як синонім управління враженнями для визначення багатьох стратегій та тактик, які використовуються індивідом у випадку створення контролю зовнішнього іміджу та враження про себе, які особа показує всім оточуючим [3].

Слід зазначити, що конструювання власної культурної ідентичності в умовах віртуальної реальності відбувається під значним впливом особливостей процесів комунікації в цій реальності, оскільки, як слушно підкреслює Н. Луман, «людські відносини, як і саме суспільне життя неможливі без комунікації» [2]. Віртуальна реальність і віртуальне спілкування сьогодні має настільки ж важливе значення, що й реальні комунікативні практики.

Сучасна соціальна психологія має у своєму розпорядженні широкий спектр різнопланових теоретичних підходів до дослідження самопрезентації:

1. Соціологічний підхід (І.Гоффман) акцентує увагу на особливостях соціальної взаємодії та управлінні виробленим враженням на партнера по взаємодії.

2. Мотиваційний підхід аналізує процес самопрезентації з точки зору базових мотивів (Е.Джонс, Т.Пітман, Р.Аркін).

3. Особистісний підхід до вивчення самопрезентації акцентують увагу на особистісних характеристиках суб'єкта самопрезентації (А.Фенігстейн, М.Снайдер).

4. Ситуаційний підхід до вивчення самопрезентації розглядають ті детермінанти самопрезентації, які пов'язані з особливостями ситуації взаємодії (М.Лірі, Р.Ковальські, Б.Шленкер).

Підкреслимо, що більшість дослідників ведучим мотивом самопрезентації вважають потребу в отриманні соціального схвалення. При цьому, як було зазначено (Б.Шленкер, Д.Майерс та ін.), не вся самопрезентаційна поведінка призначена для пред'явлення соціально схвалюваної ідентичності. Люди можуть часто проявляти в спілкуванні агресивність і слабкість для досягнення певних цілей [4].

На думку Е.В. Грязнова, процес інтернет-комунікації являє собою єдність чотирьох процесів: у ньому створюється нова реальність, яка відображає об'єктивну дійсність, висловлює суб'єктивно-особистісний світ (співрозмовників) і передає свій духовний зміст всім учасникам [1].

У результаті проведеного нами дослідження соціально-психологічних особливостей самопрезентації особистості в Інтернет було виявлено: 1) у мережі Інтернет сильніше виявляється ефект «соціальної бажаності»: люди частіше прагнуть сподобатися оточуючим, скласти сприятливе враження про себе; 2) найбільш бажаними для самопрезентації є стратегії: позиціонування себе як приклад для наслідування, «бажання сподобатися» для створення найбільш сприятливого враження; 3) переважають тактики самопрезентації захисного типу, а також тактики перебільшення позитивності своєї діяльності; 4) для підвищення позитивних емоцій і протидії негативним настроям, таким як депресія і тривога для самопрезентації в інтернет-комунікації часто використовується гумор, який вважається цінним механізмом подолання стресових життєвих подій і важливою соціальною навичкою для початку, підтримування і розвитку задовольняючих міжособистісних стосунків; 5) глибина й ефективність культури віртуальної комунікації визначається мірою, в якій цей процес активізує екзистенційні структури особистості, її світогляд, ціннісні орієнтації та горизонти культурного освоєння світу.

Таким чином, самопрезентація особистості є важливою складовою життя людини; її форми і способи, межі взаємодії, норми, цінності, стилі комунікації у віртуальному інтернет-середовищі кожний суб'єкт взаємодії визначає автономно; від того як індивід себе позиціонує, багато в чому залежить результативність його діяльності, будь це міжособистісне спілкування в інтернет-спільнотах або ділове спілкування. Однак необхідно враховувати, що нерідко самопрезентація в Інтернет носить захисний і компенсаторний характер, і не може повністю замінити реальну соціальну взаємодію.

Список використаних джерел

1. Грязнова Е.В. Виртуальная реальность: анализ смысловых элементов понятия / Е.В.Грязнова// Философские науки. – 2005. – С.125.
2. Луман Н. Невероятные коммуникации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2972>
3. Михайлова Е. В. Самопрезентация: теории, исследования, тренинг/ Е. В. Михайлова. – СПб.: Речь. – 2007. – 224 с.
4. Шленкер Б. Межличностные процессы, включающие регуляцию и контроль впечатления / Б. Шленкер // Реферативный журнал. –1994. – №12. – С.4.

**Лобода Александра Александрівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **КОМУНІКАЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТВОРЕННЯ ЛОЯЛЬНОЇ БАЗИ КЛІЄНТІВ**

Ефективне управління взаємовідносин з клієнтами має на увазі зосередження вашого бізнесу на необхідностях клієнтів.

Якісно побудована лояльність клієнта значно економить ваш час, зусилля і гроші, які ви інвестуєте в надання хорошої послуги клієнта. Лояльні клієнти купують більше, регулярніше, і вартість продажу для них нижча. Саме лояльні клієнти є найкращою рекламою що рекомендує бізнес іншим

Розуміючи ваших клієнтів, надаючи хорошу послугу, управляючи скаргами і постійно залишаючись поруч ви будете довготривалі відносини

#### 1. Вивчіть ваші споживчі сегменти якомога краще.

З'ясуйте, що, коли і як клієнти купують, і як користуються цією інформацією, щоб поліпшити ваше обслуговування. Користуйтеся своєю базою даних до детальної інформації про звички, так щоб ви могли скроїти своє обслуговування окремо під кожного споживача. Розвивайте послідовну марку. Якщо клієнти можуть ототожнити послуги з вашою маркою, вони, вірогідніше, залишаються лояльними. Створіть послідовність, ясно визначивши ідентичність вашого бізнесу або продукту. Рекламуйте, щоб побудувати усвідомлення марки. Переконайтеся, що усі соціальні медіа-комунікації відповідають цінностям марки.

#### 2. Сутність турботи про клієнта.

Думайте про можливості та шляхи зробити життя ваших клієнтів легшим. Зв'яжіться з клієнтом фактично щоб залишати його інформованим. Постійна комунікація робитиме контакти легкими та заохочуватиме надавати зворотній зв'язок. Персоналізовані послуги, можливість комунікації з технічним оператором у будь-який час або персоналізований менеджер по роботі з великими замовниками надасть вашому бізнесу вагомі переваги перед конкурентами.

Забезпечте клієнтам можливість давати повний зворотній зв'язок. Подібна турбота заохочує клієнтів до контакту з вами. Важливим аспектом є вдячність за зворотній зв'язок, оскільки це дозволяє розуміти чи вносите ви зміни в кінцевий результат.

З'ясуйте більше про ваших клієнтів. Більше ви знаєте про клієнтів, кращий ви можете відповідати їх необхідності. Здійсніть огляди задоволення потреб клієнта. Утримуйте зведення питань і специфіку, і стимулюйте повернення клієнта до послуг вашого бізнесу.

Регулярно відвідайте головних клієнтів, якщо це рентабельно, показуючи їм, що вони – пріоритет. Пізнання допоможе розвинути лояльні і довірливі стосунки. Думайте про залучення клієнтів до розвитку нової продукції або послуг

#### 3. Планування комунікацій.

Регулярна взаємодія допомагає будувати довіру і лояльність. Ваші цілі повинні бути ясними. При розробці цілей фокус завжди повинен залишатися на потребах клієнта. Неупереджені поради навіть якщо вони не мають на увазі ніякого безпосереднього продажу для Вас, найкраще будують фактичну довіру. Найвищий рівень довіри . будується коли ви чітко розумієте та передбачаєте майбутні потреби споживача.

В процесі комунікації необхідно використовувати всі можливі канали, для оперативних та швидких відповідей, це створює відчуття цінності зворотнього зв'язку

#### 4. Схеми лояльності клієнта.

Успішна схема лояльності платить за себе, заохочуючи робити частіші покупки. Найзагальніші схеми лояльності ґрунтуються на пропозиції нагород лояльним клієнтам. Одним із видів таких нагород є кумулятивні знижки. Кумулятивна знижка повертає гроші клієнтів кожного разу вони досягають вказаних цілей. Роздрібні бізнес-структури можуть запропонувати карти лояльності, які працюють таким чином.

#### 5. Працівники і обслуговування клієнтів.

Персонал, хто має регулярний контакт з клієнтами повинен навчатися турботі про клієнта. Комерційні люди мають бути навчені прислухатися до клієнта, вони продають впевнено та не агресивно. Переконайтеся, що увесь персонал розуміє, який вплив на клієнтів має належним чином виконана робота.

#### 6. Технологія взаємовідносин з клієнтами.

Розглядайте установку адміністративної (CRM) системи взаємовідносин з клієнтами таким чином, що увесь обличчовальний для клієнта персонал міг звернутися до деталей та записів про клієнта. Розвиток ефективної бази даних клієнтів допомагатиме вам планувати та керувати контактами; аналізувати клієнтів та ідентифікувати їх за прибутковістю. Завдяки CRM ви можете планувати маркетингові компанії

**Лозицька Катерина Віталіївна**

*Рівненський державний гуманітарний університет*

Науковий керівник: Сторож Олена Василівна, кандидат психологічних наук, доцент

*Рівненський державний гуманітарний університет*

## РОЗВИТОК КЕАТИВНОСТІ СЕРЕД СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Сьогодні суспільство потребує людей, які відрізняються від середньостатистичного індивіда, що сприймає теперішнє як повторення минулого і як період підготовки до майбутніх перешкод. Соціум має потребу у людях, які зможуть діяти в нових умовах, імпровізувати. Людей, які не будуть боятися змін, а навпаки, насолоджуватися цими змінами, відчувати себе комфортно та безпечно, тобто людей творчих.

Час навчання у вищому навчальному закладі припадає на юнацький вік, який є надзвичайно важливим та відповідальним періодом в житті людини. Так як в юності відбувається оволодіння професією, створення своєї сім'ї, вибір свого стилю і свого місця в житті. Особливо актуальною в наш час є проблема розвитку креативності в юнацькому віці. Адже саме зараз, як ніколи, нашій країні потрібні люди, здатні приймати нестандартні рішення, які вміють творчо мислити, здатні творити, створювати, привносити щось нове в цей світ.

Генезис ідей психології творчості, динаміка напрямків дослідження її багато в чому обумовили багатовимірність підходів до розв'язання проблеми як у вітчизняній науці, так і за кордоном. Сутність та природу креативності вивчали такі вітчизняні вчені як Д. Б. Богоявленська, Л. Л. Гурова, В. М. Дружинін, Л. Б. Єрмолаєва - Томіна, В. В. Клименко, Г. С. Костюк, І. О. Кульчицька, О. Н. Лук, О. М. Матюшкін, В. О. Моляко, Н. І. Пов'якель, Я. О. Пономарьов, В. О. Роменець, О.К. Тихоміров та зарубіжні Е. де Боно, М. Вертгеймер, Дж. Гілфорд, Р. Дилтс, К. Дункер, Р. Стернберг, П. Торренс та інші науковці, які увагу приділяли вивченню її структурних компонентів, механізмів, а також критеріїв діагностичного оцінювання [1-3].

Шляхи розвитку креативності були предметом дослідження Н. Ю. Хрящової, В. О. Моляко, Н. О. Чувасової, С. К. Шандрук та ін [1; 3].

На думку Н. О. Чувасової в основу розробки системи корекційної роботи з розвитку креативності у студентів, покладена ідея про те, що важливою умовою розвитку креативності є надання молодій людині психологічної свободи – вибору у вираженні своїх почуттів і переживань, можливості самому приймати рішення. Така свобода сприяє розвитку уяви і фантазії, «польоту думки» і самостійності, наполегливості у досягненні поставлених цілей. Тому надання студентам відносної самостійності і свободи, створення сприятливого робочого клімату, відсутність жорстких вимог і регламенту, забезпечення незалежності у виборі і прийнятті рішень створює можливості для прояву креативності [2].

Досить відомою на сьогодні є програма розвитку креативності Н. Ю. Хрящової [3]. Її основна мета – усвідомлення креативності в собі самобутнього екзистенційного стану продуктивного думання та його розвиток. Окрім того, вона пропонує завдання на усвідомлення і переборення бар'єрів прояву креативності, осмислення характеристик креативного довкілля, формування навичок та умінь керувати творчим екзистенціюванням.

Для проведення формувального експерименту ми залучили 26 студентів, із них 12 студентів становили контрольну групу (КГ) і 14 студентів – експериментальну групу (ЕГ). Дві групи студентів мали приблизно однакові соціально-демографічні характеристики, за віковим критерієм була майже однакова представленість у кожній групі.

Аналізуючи результати показників образного і вербального творчого мислення за П. Торренсом і Дж. Гілфордом слід зазначити, що після впровадження тренінгової програми ми спостерігаємо значне підвищення вираженості показників креативності у студентів ЕГ.

Так, за показниками «креативність» ( $\bar{X}_{13} = 23$ ;  $\bar{X}_{23} = 35$ ;  $p \leq 0,05$ ), «образна гнучкість мислення» ( $\bar{X}_{13} = 8,2$ ;  $\bar{X}_{23} = 9,5$ ;  $p \leq 0,05$ ), «образна оригінальність мислення» ( $\bar{X}_{13} = 68,7$ ;  $\bar{X}_{23} = 84,7$ ;  $p \leq 0,01$ ), «образна деталізація мислення» ( $\bar{X}_{13} = 74,3$ ;  $\bar{X}_{23} = 89,3$ ;  $p \leq 0,05$ ), «вербальна швидкість мислення» ( $\bar{X}_{13} = 55,6$ ;  $\bar{X}_{23} = 76,4$ ;  $p \leq 0,05$ ), «вербальна гнучкість мислення» ( $\bar{X}_{13} = 64,8$ ;  $\bar{X}_{23} = 81,5$ ;  $p \leq 0,05$ ), «вербальна оригінальність мислення» ( $\bar{X}_{13} = 69,5$ ;  $\bar{X}_{23} = 84,53$ ;  $p \leq 0,01$ ) фіксуємо ці зміни. Це свідчить про динаміку зміни даних показників протягом декількох місяців, яка має виражений статистично достовірний характер у ЕГ ( $p < 0,01$ ;  $p < 0,05$ ), а у КГ ніяких змін не було знайдено.

Так, за допомогою даної тренінгової програм студенти розвинули в собі образну і вербальну креативність, дозволили собі мислити оригінально і цікаво, розширили свої рамки у взаємодії зі світом, дозволили ризикованість у діях і багату уяву у справах.

Таким чином, розроблена нами програма розвитку креативності серед студентської молоді підвищила творчий підхід у них. Завдяки їй студенти в процесі розвитку образної і вербальної креативності зуміли краще усвідомити свою цінність, впевненість у діях, емоційність, продуктивне вирішення внутрішніх конфліктів, відкритість до взаємодії і обміну інформації, легкого відношення до своїх недоліків і силу у свої здібності.

#### Список використаних джерел

1. Грецов А.Г. Тренінг креативності для старшокласників и студентів / А. Г. Грецов. – СПб. : Питер, 2007. – 208 с.
2. Губенко О.В. Методологічні аспекти аналізу чинників активізації креативних проявів особистості / О. В. Губенко // Практична психологія та соціальна робота, 2007. – №11. – С.64-67.
3. Психогимнастика в тренінге / под ред. Н. Ю. Хрящевой. – СПб. : Речь; Ин-т Тренінга, 2001. – 256 с.

**Нестеренко Юлія Вікторівна**

Кандидат філологічних наук

*Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»*

## ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОСЛАВНИХ ЛІТЕРАТУРНО-ХУДОЖНІХ ЖУРНАЛІВ ДЛЯ ДІТЕЙ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Проблема формування нової генерації українців сьогодні значною мірою реалізується через медійні канали. Смаки та життєві пріоритети встановлюються завдяки шаблонам соціальної поведінки, нав'язаної медіа-продуктами сучасності. Перебуваючи в складній економічній та політичній ситуації, наша держава має звертатися до наймолодшої аудиторії, щоб сформувати міцний соціальний фундамент для побудови в майбутньому розвинутої постіндустріальної держави. Реалізація проблеми збереження національних стандартів та відтворення вітчизняних моральних норм в наступних поколіннях українців актуалізується й громадськими організаціями, котрі підтримують найчисленніші релігійні течії в Україні, наприклад, ортодоксальне християнство. А паралельно з цим мають формуватися й естетичні смаки юних читачів. Саме тому можна з упевненістю стверджувати, що на релігійні видання для дітей покладено досить значущу місію.

На сьогодні проблема дослідження релігійних видань для дітей є слабо вивченою, хоча такий медіа-продукт досить ефективний в якості чинника, що зміцнює як державу, так і посилює позицію одного із головних віросповідань в Україні. Саме тому метою цієї публікації стала спроба окреслити особливості релігійної дитячої періодики в інформативному просторі нашої держави.

Огляд літератури зосередив нашу увагу на двох категоріях першоджерел, які стануть теоретичним підґрунтям нашої роботи, а саме: а) праці, присвячені дослідженню релігійної періодики, б) науковий доробок саме про дитячі видання. Так, Балаклицький М. А. «Протестантська комунікація України як предмет журналістичнознавчого дослідження», Бойко А. «Релігійна журналістика», Хоменко Т. М. «Проповідництво і сучасна публіцистика» та ін. – ці праці містять сучасний аналіз розвитку преси в аспекті релігійної проблематики. Дослідження сучасних журналів для дітей знаходять своє відображення в розвідках

Т. Єжижанської «Періодичні видання для дітей: комунікаційний аспект», Н. Н. Сиромля «Особливості дискурсу дитячого журналу» тощо. Ми робимо спробу поєднати дослідження релігійні та аналіз типологічних рис видань для дітей.

Один із яскравих прикладів православних літературно-художніх журналів для дітей є видання «Срібний дзвіночок», який видавався в місті Луганську в період 2012-2014 років.

Перший номер побачив світ у грудні 2012 року й був присвячений новорічним святкам. Журнал складався зі 44 сторінок, на яких розташовувалися тексти релігійної тематики, літературно-художні твори, краєзнавчі матеріали, матеріали для розвитку дитини, добірки фотоматеріалів, тексти пісень з нотами тощо. До творчої групи входили православні журналісти, письменники, дизайнери, богослови. Календар було прив'язано до православного календаря. Наприклад, у шостому номері (2013 р.) в рубриці «Православне місто» розповідається про історію міста Алчевська та Свято-Миколаївського кафедрального собору, подається репортаж про роботу недільних шкіл та православного освітянського центру, дібрано численні ілюстративні матеріали. У рубриці «Православний календар» описані свята за листопад та грудень, наприклад, як відсвяткувати Святого Миколая, адже, кілька років тому цей день увійшов до календаря дат України як день благодійності.

Журнал розповідає про відродження традицій православних цінностей і як органічно вони вписуються в життя тогочасної Луганщини та України. А доповнювалися такі досить дорослі матеріали віршами, добіркою позитивних фотографій, казкою про маленькі сніжинки та історії, написані юними читачами молодшого шкільного віку.

Під час підготовки до друку першого номеру журналу «Срібний дзвіночок» у жовтні-листопаді 2012 року було зроблено ретельний аналіз читацької аудиторії, ураховані побажання батьків, залучено фахівців із педагогіки. За незначний період журнал набув популярності та отримав своїх постійних передплатників.

Отже, проблема дослідження православних видань для дітей на сьогодні є досить актуальною, адже має стратегічне значення для розвитку майбутніх поколінь українців. «Срібний дзвіночок» і його стрімкий ріст продемонстрував потребу в подібних проектах, підкреслив читацький інтерес, саме тому окреслене питання вимагає подальших накових досліджень.

**Строїнська Дар'я Олександрівна**

*Рівненський державний гуманітарний університет*

Науковий керівник: Сторож Олена Василівна, кандидат психологічних наук, доцент

*Рівненський державний гуманітарний університет*

## ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОДОЛАННЯ ТРИВОЖНОСТІ У СТУДЕНТІВ

В сучасних умовах соціально-економічної кризи суспільство вимагає від людини стійкості до стресових ситуацій, успішної, швидкої й конструктивної адаптації до змінних умов існування, конкурентоспроможності, оскільки без цього неможливий прогресивний розвиток. Однак поряд з такими вимогами спостерігається парадоксальна тенденція до невпинного зростання кількості тривожних і невротичних проявів у поведінці суб'єктів різних вікових категорій. Зокрема тривожність усе частіше зустрічається у вигляді стійкого новоутворення, що в деяких випадках може бути однією з провідних особливостей особистості.

Про важливість вивчення проблеми тривожності свідчать численні дослідження, які здійснили вітчизняні психологи (Ф. Є. Василюк, О. І. Захаров, І. В. Імедадзе, Б. І. Кочубей, Н. Д. Левітов, О. В. Новікова, Ю. Л. Ханін та ін.), українські вчені (Є. К. Лютова, Я. М. Омельченко, А. М. Прихожан, С. О. Ставицька, Н. Ф. Шевченко, В. І. Юрченко та ін.), а також зарубіжні психологи (Д. Айке, К. Ізард, Р. Мэй, О. Ранк, Ч. Рікфорт, Г. Салліван, З. Фрейд, К. Хорні та ін.) [1-4].

Дослідження проблеми подолання тривожного стану займалися (Л. М. Артюшин, Ф. Д. Горбов, Л. Г. Дика, Н. Д. Завалова, Н. Д. Левітов, О. М. Леонтьєв, М. В. Фролов).

Наявність дезорганізуючого впливу тривожності засвідчили (А. М. Прихожан, Ч. Д. Спілбергер, В. В. Суворова, Ю. Л. Ханін) [4].

Методологічними основами нашого дослідження є праці А. Адлера, С. Саллівена, З. Фрейда, Е. Фрома, К. Хорні, К. Г. Юнга, які стверджували, що саме тривожність, лежить в основі цілого ряду психологічних труднощів і в багатьох порушень розвитку. Тривожність розглядається як показник «перед невротичного стану», її роль надзвичайно висока і в порушеннях поведінки, таких, наприклад, як деліквентність, адиктивна поведінка і значення корекції тривожності, її подолання важливо при підготовці студентів ВНЗ до важких ситуацій (іспитів, змагання та ін.), в опануванні нової діяльності [1; 2].

Г. С. Нікіфоров у співавторстві з М. А. Дмитрієвою зазначає, що тривожність у студентів на початкових етапах становлення особистості зазвичай має високий рівень. І лише після 3-5 років навчальної діяльності тривожність значно знижується, іноді досягаючи неадекватно низький рівень [3; 4].

За результатами формувального експерименту в якому взяли участь 47 студентів 4 – го курсу психолого-природничого факультету РДГУ, які мали високі показники тривожності, із них 20 студентів становили контрольну групу (КГ) і 27 студента – експериментальну групу (ЕГ). Під час формувального експерименту нами було зроблено *два діагностичні зрізи* у експериментальній та контрольній групах: до початку та після закінчення тренінгової програми.

Виявлено, що після застосування тренінгової програми відбулося зниження вираженості показника *реактивна тривожність* (ЕГ – 62%, КГ – 87%) *та особистісна тривожність* (ЕГ – 77%, КГ – 89%) . Тобто студенти КГ більше схильні сприймати загрозу своїй самооцінці і життєдіяльності у великому діапазоні ситуацій і реагувати на них вираженим станом тривожності, крім того показник реактивної тривожності є більшим за особистісний, тобто тривога виникає при попадань досліджуваними в стресову ситуацію і характеризується суб'єктивним дискомфортом, напруженістю, занепокоєнням і вегетативним збудженням. Цей стан відрізняється нестійкістю в часі і різною інтенсивністю в залежності від сили впливу стресової ситуації. А в ЕГ особистісна тривожність зменшилась, але показник не дуже значний так як для того щоб зменшилась особистісна тривожність потрібно більше часу. Аналізуючи результати показника *прояв тривожності* слід зазначити, що після впровадження тренінгової програми ми спостерігаємо значне його зниження (ЕГ – 52%, КГ – 88%). Тобто, студенти ЕГ спокійно відчують себе в кризових ситуаціях і не схильні до паніки та нервування, а студенти КГ є більш тривожними і це проявляється у почутті невпевненості у собі, беззахисності, безпомічності, безсилля перед реальними об'єктивними чи уявними зовнішніми чи внутрішніми чинниками, які містять небезпеку і загрозу самооцінці, рівню домагань, задоволенню основних потреб.

Таким чином, розроблена нами програма *подолання тривожності у студентів* має позитивний результат. Завдяки їй студенти значно менше схильні сприймати загрозу своїй самооцінці і життєдіяльності у великому діапазоні ситуацій і реагувати на них вираженим станом тривожності. При попадань досліджуваними в стресову ситуацію вони не відчують дискомфорту, напруженості, занепокоєння. Для студентів не характерна тривожність в різноманітних ситуаціях, які торкаються компетенції та престижу. Вони знизили прояв своєї тривожності та вибирають конструктивні стилі поведінки в конфлікті, це можна спостерігати у почутті впевненості у собі, захищеності, стану спокою, сили, перед реальними обставинами, які трапляються в їхньому житті.

Список використаних джерел

1. Айзенк Х. Психологические теории тревожности // Тревога и тревожность: Хрестоматия. – СПб.: Питер, 2001. – 256 с.
2. Мэй Р. Краткое изложение и синтез теорий тревожности / Р. Мэй // Тревога и тревожность. – СПб.: Питер, 2001. – 215 – 223 с.
4. Омельченко Я.М. Психологична допомога дітям з тривожними станами / Я.М. Омельченко, З.Г. Кісарчук. – К.: Шк. світ, 2011. – 112с.
5. Прихожан А.М. Психология тревожности / А.М. Прихожан. – СПб.: Питер, 2007. – 192 с.



**Якимюк Жанна Олександрівна**

*Рівненський державний гуманітарний університет*

Науковий керівник: Сторож Олена Василівна, кандидат психологічних наук, доцент

*Рівненський державний гуманітарний університет*

## ОСОБЛИВОСТІ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ І КОНФЛІКТНОСТІ У СТУДЕНТІВ

На сучасному етапі формування нового соціального середовища спроба розгляду лідерства є необхідною і своєчасною. Лідерство існує і здійснюється в усіх галузях громадського життя і часто несе за собою конфліктні ситуації, проте, підхід до розуміння цих понять істотно відрізняється, як у різних науках, так і в сферах суспільно-соціального життя.

Проблема лідерства знаходить своє відображення у дослідженнях зарубіжних вчених: теорія «вроджених рис» (Е. Богарус, Е. Хантер та ін.); «ситуаційна теорія лідерства» (Ц. Джібб, Т. Хейлін); «інтераціоналістська теорія» (К. Гібб, К. Кліффорд та ін.); теорія «шлях-мета» (Т. Мітчелл, Р. Хоус); мотиваційна теорія М. Еванс; гуманістичний підхід (Р. Блейк, Р. Лікерт та ін.); атрибутивні теорії лідерства (Р. Лорд, Дж. Фотіс та ін.) [1-2].

Значний внесок у дослідженні цієї теми зробили і вітчизняні вчені: В. Р. Веснін, Д. О. Виханський, Є. М. Зайцева, В. С. Лозниця, К. В. Сельченко, Ф. І. Хміль [1].

Впродовж останніх років поряд із проявом лідерських якостей особистості з'являється і проблематика конфліктів, що викликає значний інтерес у психологів.

Серед вітчизняних досліджень з проблематики конфліктів варто відзначити роботи: В. С. Агєєва, В. І. Андрєєва, О. Я. Анцупова, В. К. Васильєва, Н. В. Гришиної, Т. В. Драгунової, С. І. Єріної та інші. В Україні проблему конфліктів успішно розробляють А. І. Бузнік, А. М. Гірник, В. Г. Ласькова, Г. В. Ложкін, В. М. Радчук, В. М. Кушнірюк, І. Б. Омелаєнко, М. І. Пірен, Н. І. Пов'якель, О. Л. Світличний та інші [3].

У зарубіжній психології конфліктність представлена роботами представників різних підходів: А. Адлер, А. Бандура, А. Басс, Д. Креч, К. Левін, Дж. Морено, З. Фрейд, Т. Шибутані, К. Г. Юнг та інші [3].

На думку Т. Черкасової, до типових конфліктів на етапі навчання у ВНЗ можна навести: конфлікти від невміння контактувати, конфлікти, що виникають внаслідок неадекватного сприймання сторін, нетактовності; конфлікти, викликані різними потягами: потребами у визнанні, неадекватністю сприймання, помилками виховання, небажанням зважати на думку інших; конфлікти, які базуються на соціальних установках – орієнтаціях до схильності особистості діяти певним чином; конфлікти, що будуються на принципі протиріч – конфлікт батьків і дітей. У дослідженні О. Анцупова серед причин конфліктів найпоширенішими є: неадекватність оцінок і самооцінок як студентів, так і викладачів; розходження в ціннісних орієнтаціях; невисока культура спілкування; незнання ефективних соціальних і педагогічних технологій, що забезпечують згуртованість колективу, взаєморозуміння між суб'єктами освітнього й виховного процесу; особистісні особливості – характер, темперамент, манери [1].

Як відзначає В. Журавльов, ситуації, які пов'язані з неблагополуччям у побуті, дуже впливають на конфліктність студентів. Це транспортні незручності, недосипання, відсутність культури побуту в гуртожитку, перевтома, втома, тощо. Крім того особистісні особливості викладачів, їх професійний рівень, погана організація навчального процесу, поганий стан аудиторій, особистісні особливості студентів і матеріальні проблеми, можуть бути конфліктогенними факторами у ВНЗ [1-2].

Причини конфліктів саме студентів можна розділити на чотири групи: психологічні, соціально-психологічні, організаційно-педагогічні і соціально-економічні.

Період навчання у вищому навчальному закладі – це період отримання знань, умінь, навичок, освіти, професійної кваліфікації; етап узгодження бажань, можливостей, активної суспільної і лідерської діяльності. Цей період характеризується різноманітними видами активності, більш розвинутою системою соціальних зв'язків і відносин.

Можемо зробити висновки про те, що синтезуючи поняття «студент-лідер», «справжній

студентський лідер» - це як різновид соціально-психологічних якостей особистості студента, який відображає її ставлення до інших та суспільства, дозволяє здійснювати значний вплив на членів студентської групи, сприяє створенню позитивної атмосфери в групі, виявляється в її стійкій активній, відповідальній суспільній поведінці та вчинках, спрямованих на організацію й управління взаємостосунками у студентській групі для досягнення колективних цілей найоптимальніше.

Недостатня теоретична підготовка до нових умов життя у студентському середовищі, викликає кризу життєвих цілей, конфлікт цінностей, інтересів, масову соціальну девіантність у поведінці як форму прояву сучасних конфліктів. Пристосування до нових життєвих умов багато в чому залежить від особистісних якостей студента. В науці існує безліч підходів щодо виділення різних форм конфліктної поведінки, причин її виникнення. Беззаперечним є той факт, що прояви такої поведінки та внутрішні особливості особистості, а також її соціальне оточення тісно взаємопов'язані.

Список використаних джерел

1. Гришина Н. В. Психологія конфлікту / Н.В. Гришина. – К.: Либідь, 2000. – 258 с.
2. Платонов Ю.П. Путь к лидерству / Платонов Юрий Павлович. – СПб.: Речь, 2006. – 388 с.
3. Сельченко К. В. Психология лидерства / Сельченко Константин Владимирович. – Мн., 2004. – 364 с.

## Розділ другий

*Мистецтвознавство, культурологія, філологія, історія*

**Сергєєва Оксана Олексіївна**

*Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

### WRITING AS A COLLABORATING ACTIVITY

Everybody knows, teaching English is not an easy thing, especially when it concerns writing activities.

Some teachers try to avoid writing as a boring activity not to waste time during classes and prefer to give it as a home assignment. However, when we consider writing as a collaborating one it has some benefits.

With the help of writing learners can develop their communicative competence and express their thoughts, ideas. Firstly, it gives the opportunity to interact in English. Secondly, with the help of co-operating students can work better and boost their achievements. The process of working together provides giving some feedback as they went along and write more complex and deep texts. Moreover, collaborating writing is fun and becoming popular all over the world.

Here are some activities that can be used while learning foreign languages:

1. This kind of activity can be used for fun or to break the ice. It is called time-honored circle writing one. First of all, a teacher should present the topic or to tell the students what they should write about/what phrases/active vocabulary/ they are going to use. Then, one student writes a line and leaves the last word in the next line. The other student should continue to write using this word and so on. This activity can have an amusing outcome and should be used not so often, perhaps once in a blue moon.

2. This kind of activity is used more often than the previous one. But it suits for more advanced learners. It can be called featured-writing activity as the teacher used it for distinguishing some peculiarities of objects/genres/types of something. A teacher should present these types for everyone. Then to put the students into small groups or ask the students to choose which type they like more. Ask them to think about some features and write the first paragraph describing them. When the agreed time limit they put aside their paper works and write new paragraph about other type. Continue until the story reaches its authors. These stories should be read loud and the students listen carefully and decide what type is it and find some similarities.

3. This kind of activity is called cartoon strips or picture stories. Students should be also put in some groups and are given some pictures. The teacher should draw their attention what tenses to use. Their task is to describe what is happening or happened in their pictures. After this new groups should be built up, larger than the previous ones. Learners do the same task but after it they should decide on the correct order of the pictures and to compare the different versions.

4. The teacher can use this activity as a competition to provide more motivation. It is called article game. The teacher asks the class to choose a topic. Then he puts students into small group (3-4) and asks them to write an article about topic that was given together. They can have different tasks: to make their articles more informative or to use more words from active vocabulary. When the task is done, the students pass their articles round, read them and vote for the best one.

5. This type of writing is called parallel construction. The teacher proposes to write different parts of the text/letter/report. It means that the text is divided into several parts and these parts are given to some groups of students. Peers are going to write them and then to combine all parts and form the whole piece of writing.

In modern word, collaborating writing is used very often, especially when we are talking about publishing a book or a magazine. Planning is one of the vital keys in it. To make this activity more effective some factors should be kept: the description of the task, success criteria should be mentioned,

all the responsibility should be equally shared, time limited, feedback is given. Some skills are needed: ability to compromise, active listening and self-reflection. Collaboration helps in problem finding and solving. It develops critical thinking and deeper understanding of others. So, it should be used more often while learning and teaching English.

**Орёл Елизавета Раймондсовна**

*Харьковская государственная академия культуры*

### **СИНТЕТИЧНОСТЬ АРТИСТА – ЖАНРОВАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ МЮЗИКЛА**

Актуальность темы определяется необходимостью понимания и исследования основных факторов, формирующих артистов жанра мюзикл. Целью исследования является определить необходимые профессиональные качества для работы в жанре мюзикл.

Мюзикл – это синтетический жанр музыкально-драматического искусства, сложность которого определяется в первую очередь наличием необычайно большого количества выразительных средств. В нем органично сочетается вокал, танец, сценическое движение, драматическое искусство, которые являются равноправными средствами передачи замысла авторов музыки и либретто. Важно отметить, что мюзикл, несмотря на разнообразие выразительных средств, воспринимается как целостное художественное произведение. Отсюда, к артистам мюзикла предъявляются очень высокие и разноплановые требования. Поэтому справедливо считается, что профессионализм в мюзикле – явление уникальное.

К сожалению, исследований мюзикла ещё явно недостаточно и это несмотря на то, что в мировом мюзикле имеется немало количество исполнителей – выдающихся личностей, которые являются настоящими «звездами» и определяют своим творчеством высочайшие образцы профессионализма. В американских искусствоведческих исследованиях мюзикла подчеркивается ключевая мысль – артист мюзикла должен обладать следующими профессиональными свойствами: иметь хорошую вокальную подготовку; обладать умениями и навыками драматического актерского мастерства; обладать пластической выразительностью; иметь хорошую хореографическую подготовку, позволяющую исполнять различные виды танца; владеть «чувством стиля»; быть солистом и уметь работать в команде. Все эти свойства должны составлять единое целое, органично объединяться в мастерстве исполнителя мюзикла.

Мюзикл обладает весьма важной и уникальной особенностью: в отличие от многих других профессий, в том числе и творческих, развитие у артиста мюзикла какого-то одного качества не приводит к развитию других. Например, очевидные успехи в вокале, не скажутся на улучшении хореографической подготовки или повышении актерского мастерства. Это обуславливает и уникальность профессионализма в мюзикле, и вершинных достижений в этом виде музыкально-сценического искусства. Иными словами, развитие профессионализма исполнителей в мюзикле необходимо осуществлять по разным независимым направлениям, но при этом обязательно интегрируя эти «отдельные компоненты» в единое целое. Задача очень сложная, но как показала вся история мюзикла, не невыполнимая. Эти навыки должны быть гармонично развиты, что позволяет исполнителю быть достаточно универсальным потенциальным участником многочисленных постановок. В этом образовательном условии следует отметить также непрерывность творческого развития артиста и необходимость постоянной работы над поддержанием вокальной и танцевальной формы, актерского мастерства. Факт, что на кастингах солисты, обладающие всеми вышеперечисленными навыками, имеют больше преимуществ перед теми, кто имеет одностороннюю подготовку, например, хорошо профессионально поет, но плохо танцует или не обладает достаточным уровнем подготовки по актерскому мастерству. Те артисты, которые считают для себя достаточным лишь одного хорошо поставленного голоса, никогда не достигают высот в музыкальном театре. \

Вторым условием, неразрывно связанным с высшими достижениями в этой непростой области театрального искусства, можно считать возможность сотворчества с другими создателями музыкального спектакля в процессе его постановки. Если артист получает такую

возможность, то выигрывают все: и постановщики, и зрители, так как только при таком сотрудничестве удастся создать шедевр. Анализируя самые яркие, порой канонические образы, созданные различными исполнителями главных ролей в мюзиклах, невольно напрашивается один очевидный вывод: те артисты, которые сотрудничали с композиторами, сценаристами и либреттистами на этапе создания мюзикла, смогли создать незабываемые сценические образы. Роль процесса сотворчества, как чрезвычайно важного для создания и самой основы спектакля, и его постановки в мюзикле невозможно переоценить. Тем более что образ, созданный в процессе постановки его первым исполнителем, затем, при последующем прокате спектакля остается по требованию выпускающих компаний неизменным. Если в драматическом театре приветствуются импровизация, вариации на тему исполнения той или иной роли различными актерами, то в мюзикле, напротив, требуется максимальное приближение к первоначально заданному эталону. Поэтому на первых исполнителях лежит высокая ответственность за сценическую судьбу их героев. И разделить ее с композитором и либреттистом артист может только в том случае, если он «допущен» к производственному цеху.

Для того чтобы научить артиста-вокалиста работать в мюзикле, ему нужно четко уяснить различия стилей актерской игры в разных жанрах музыкального театра: европейской оперетте, оперетте Гилберта и Салливана, музыкальной комедии, музыкальной драме Золотого века, поп-опере, рок-опере и современном мюзикле. Даже отличная подготовка в плане актерского мастерства без глубокого знания определенной стилистики того или иного жанра, не обеспечит создание такого высокохудожественного образа, который будет аутентичен времени и той социальной модели поведения, которая ему соответствует. Из психологии известно, что приверженность к какому-то стилю, связанному с одними стереотипами, неизбежно повлечет за собой необходимость выработки новых стереотипов. Поэтому понимание того, что стиль должен видоизменяться со временем, также необходимо развивать у исполнителей.

Культурная жизнь общества, отраженная через призму движущих мотивов реального поведения как отдельных персонажей, так и целых групп, представляющих ту или иную часть общества, в том числе и этнических групп, принципов духовной регуляции различных сфер человеческого бытия – обязательный базовый элемент любого современного мюзикла. Сценарий и либретто, также как и стиль актерской игры, включая вокально-техническое исполнение, должны быть конгруэнтны той системе ценностей, которая сегодня воспринимается обществом как аутентичная. На протяжении всей истории зарождения и развития американского мюзикла прослеживается четкая связь периодов его становления, видоизменения с преобразованиями в общественной жизни.

Проведенный сравнительно-исторический анализ социального идеала меняющегося общества как нельзя более ярко оказывается отраженным в бродвейских мюзиклах, что делает их интереснейшим предметом для углубленного социально-культурологического исследования. Исследования показали, что важнейшими факторами являются разнообразные большие способности, потребность в профессиональных достижениях, стремление к самореализации, высокие личностные и профессиональные стандарты, высокий уровень профессионального восприятия и мышления, а так же все субъективное, способствующее росту профессионализма.

**Солодка Лілія Олексіївна**

*Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г.Короленка*

### **НОВАТОРСТВО МАРТИ ГРЕХЕМ У СВІТЛІ ХОРЕОГРАФІЧНОГО МИСТЕЦТВА**

Ім'я танцівниці Марти Грехем захоплює своєю велично граційною естетикою рухів, руйнацією канонів. Танцювальна школа Грехем і її техніка стали основою для хореографії модерну, і впливу на розвиток балету у всьому світі.

Творчі пошуки Марти Грехем базувалися на розкритті у хореографії неусвідомлених експресій. В основі її техніки були закладені дві основні підвалини: протилежності –

розслаблення та напруження. Особливу увагу Грехем приділяла нижній частині тіла як джерел натхнення і сили. Для неї рух був виявом загальних пристрастей та зосередженням на кризових моментах. Танцівниця провідну роль надавала соло. Чимале значення відводилося символічності простору, у якому об'єкти розглядалися як відтворення уяви, страхів, образів внутрішнього світу, постановника танцю [1].

Сім'я Грехем була релігійною і вважала танці гріхом, одного разу Марті було дозволено відвідати концерт відомої танцівниці Рут Сен-Дені, після якого Марта захотіла стати танцівницею. Крім цього, попри консервативність поглядів, батьки Марти були не проти її навчання в коледжі. У 1913 році їй дозволили вступити до Школи експресії в Лос-Анджелесі; після чого Марта навчалася в школі Денішоун, заснованій самою Сен-Дені з партнером Тедом Шоуном в Іспанії.

У роки навчання Грехем до танцю ставилися в основному як до розваги – він був складником водевілів, костюмованих вистав, балів. Статус мистецтва мав лише один вид танцю – балет, що вважався в Америці європейською штучкою. В американських же танцювальних школах учениць готували до участі в шоу і кабаре – з відповідним відношенням до них. Але Марта хотіла бути не дівчиною з кабаре, а справжньою артисткою. Вона з гордістю згадувала пізніше в мемуарах, що єдина в школі була звільнена від пильного нагляду, котрому підлягали всі інші дівчата, на тій підставі, що «Грехем – це мистецтво». Усі чоловіки дивилися на неї, як на художницю і генія.

В епоху Марти Грем побутували жорсткі стереотипи чоловічого та жіночого характеру, наприклад, про те, що чоловіки церебральні, а жінки емоційні; чоловіки в танці виражають себе в прямолінійних рухах, а жінки – в плавних рухах; Грехем заявила, що вона «не хоче бути ні деревом, ні квіткою, ні хвилею». У своїх танцях вона відмовилась від стандартного погляду на жіночність і прагнула зробити своїх персонажів безликими, умовно-формальними, сильними і навіть маскулітними. У тілі танцівника, за переконанням Грехем, аудиторія повинна бачити людину загалом – дисципліновану, здатну до високої концентрації, сильну. Багато хто приписував її творчості зв'язок з фемінізмом. На суперобкладинці однієї з її біографій розміщено цитату зі статті «Нью-Йорк Таймс»: «Найбільш войовнича і найбільш талановита феміністка, Марта Грехем звільнила і жінку, і танець!». Хоч сама вона вважала, що не брала участі в русі за емансипацію, своїм танцем Грехем ламала стереотип «жінка – слабка істота». Свідомого того не бажаючи, належала до плеяди сильних духом жінок, які не підкорялися суспільству і встановленим канонам.

Марта Грехем прийшла в хореографію в 20 років, тому класичний танець їй давався важко, однак він її особливо і не цікавив. Тед Шоун побачив у Грехем енергію і здібності, зробивши для неї прекрасну постановку. У танцівниці відбувся синтез динамічності і краси. Вона пристрасно полюбила модерн, який був не лише домінуючим у світлі хореографічного мистецтва, але й у світлі її внутрішнього світу. Із дитинства вона чула міркування батька про те, що рухи здатні передавати внутрішнє полотно емоцій і відчуттів. Саме ця ідея привела її до створення власної техніки. Вираження внутрішніх почуттів за допомогою лексики і мови рухів – ось той беззаперечний критерій передачі емоційності, експресивності глядачам.

Пошук пластичних можливостей був актуальним для танцюристки. Вона прагнула ліквідувати гендерну нерівноправність в танці, дати жінці право висловлювати сильні і пристрасні почуття за допомогою різких рухів. Грехем хотіла створити техніку, яка допоможе танцюристам суголосно втілювати емоцію та ідею. Вона вимагала від танцюристів дисциплінованості, високої концентрації. Для неї емоції слугували канвою показу почуттів і душевної рівноваги. Роздуми й творчі пошуки допомогли Грехем зрозуміти, що танець базується на трьох русійних силах: часу, енергії та просторі. Енергія пов'язана з емоціями, які викликають рух, це здатність виражати свої почуття танцювальною лексикою.

Уроки в класі Марти починалися з ланцюжка простих рухів, які перепліталися у складні композиційні малюнки, тобто домінував принцип «від простого до складного», що є початком педагогічної техніки в уроках Грехем. Техніка побутувала на двох принципах: контракшн (стиснений) і реліз (подовжений). Вона змушувала танцюристів сконцентруватися на центрі і

підкорятися анатомічним законам пластики, відчуті своє тіло у всіх його проявах. Пошуки самовираження в танці дозволили Грехем створити унікальну техніку, в якій важливу роль відіграло дихання і концентрація. Вона змогла зрозуміти і використовувати в естетичних цілях феноменальні можливості руху людського тіла. Її техніка до цих пір є базовою для танцю модерн і входить в усі програми підготовки професійних танцівників.

Грехем збрала свою трупу в 1927 р., яка спочатку була суто жіночою. Роль жінки в суспільстві хвилювала її, тож вона присвятила цій темі кілька постановок: «Сретик», «Кордон» і знаменитий «Плач». У цих постановках Грехем утілює свої ідеї і знахідки, зачаровуючи глядачів новою пластикою. У 1938 р. у трупі з'являється перший чоловік – Ерік Хоукінс, який спонукає Марту на модернізацію техніки танцю, вона збагачується класичними елементами. Трохи пізніше в трупу прийшов Мерс Каннінгем, який прославився як руйнівник традиційних хореографічних канонів. Світову популярність трупа Марти отримала після туру Європою.

Творчий доробок Марти Грехем складає 180 вистав, її танцювальна спадщина вражає різноманітністю і багатством. Її спектаклі вирізнялися не лише проникливою хореографією, але й продуманістю до дрібниць. Вона добирала костюми, музику, брала участь у створенні декорацій. Її спектаклі і до сьогодні є класичним посібником для танцюристів і хореографів.

Як бачимо, Марта Грехем радикально вплинула на світову культуру ХХ ст. Вона створила низку цитат, що характеризують її і як танцівницю, і як прекрасну жінку. Її слова закарбувалися золотим спомином у душах нащадків: «Рух ніколи не бреші, тіло передає температуру душі». Усе це має неймовірну вагу на обрях танцювального мистецтва. Вона змогла вибудувати пластичну мову танцю, зробити почуття головною ідеєю танцювального мистецтва. Вона не лише створила унікальну, талановиту трупу, а й ставила спектаклі для багатьох театрів, в яких глядач зміг побачити таких чудових танцюристів, як Рудольф Нурієв, Марго Фонтейн, Майя Плісецька, Михайло Барішніков, Наталія Макарова.

Отже, значення образу Марти Грехем – неоціненна скарбниця талановитості, новаторства, краси, синтезуючого поняття танцюристики і славного педагога.

Список використаних джерел

1. Красовская В. Западноевропейский балетный театр: очерки истории. От истоков до середины XVIII века / В. Красовская; Ленинград. гос. ин-т театра музыки и кинематографии. – Ленинград : Искусство, 1979. – 295 с.

**Канкаш Галина Дмитрівна**  
*Сумський національний аграрний університет*

## ОФІЦІЙНО-ДІЛОВИЙ СТИЛЬ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Витоки ділової мови сягають у давноруські часи. У 30-х рр. XI ст. при Ярославі Мудрому оформлюється оригінальний звід світських законів – «Руська правда», у якому відбиті юридичні норми кінця X-XI ст., що вважається яскравим взірцем офіційно-ділової мови.

В «Руській Правді» наявна юридична термінологія, це переважно слова на позначення соціального стану, видів правопорушень та їх наслідків, взаємних зобов'язань, видів майна тощо. Окрім того, «Руська Правда» багата ще й на адміністративно-правову лексику. Іншими словами, і лексичні, і морфологічні особливості ділового стилю раннього періоду вже цілком помітні.

Найбільшою пам'яткою української культури у час литовської доби є Литовський статут, що являє собою зведення законів феодального права, яке діяло у Великому князівстві Литовському (1529, 1566, 1688 рр.) Олександром Карвіном Кгосевським.

Інша яскрава пам'ятка ділового письма пер пол. XVII ст. – «Реєстр всього Війська Запорізького» 1649 р., який створений гетьманською канцелярією після Зборовської угоди Богдана Хмельницького з польським королем Яном Казимиром.

Найбільша кількість ділових текстів сконцентрована в актових книгах. Від XVI-XVII ст. збереглися численні книги записів актів громадянського стану (купівлі, продажу, поділу майна між спадкоємцями та ін.). Офіційні актові книги були запроваджені Литовським статутом.

Найдавнішими актовими книгами, що дійшли до нас, є книга Кам'янецького міського магістрату 1519-1520 рр. та Кам'янецька земська книга 1521 р.

Мова ділової документації XVI-XVII ст. мала у своєму лексичному складі досить багатий запас слів для мовної передачі найрізноманітніших понять з галузі ремесла, адміністрації, судочинства, діловодства тощо.

XVI-XVII ст.ст. вважається першим піком у формуванні й розвитку української мови, а період УНР – другим її піднесенням. Статус української мови за критичні 1917-1921 рр. дуже змінився. Після майже двохсотрічної перерви українська мова стає мовою законодавства, адміністрації, військової справи, дипломатії. На цей час припадає розквіт лексики, пов'язаної з дипломатичною сферою, – це назви осіб, дипломатичних документів, а також дій, пов'язаних з міжнародними стосунками.

У період 1917-1930 рр. видано велику кількість словників, серед них близько 20 лексикографічних праць правничої мови та адміністративної термінології. Автори: Л. Падалка, Д. Лебідь, О. Бузинний, В. Щепотьєв, В. Орловський, І. Шелудько, І. Жигало, Е. Зінкевич, Б. Михайлович, П. Скрипник, І. Степаненко, В. Підмогильний, С. Плужник, М. Осипів.

У 40-70-ті рр. ділова українська мова обслуговувала лише деяку політичну та ідеологічну літературу, законодавчі акти, наприклад: «Відомості Верховної Ради УРСР», «Збірник постанов і розпоряджень УРСР», «Кодекс законів про працю УРСР» тощо.

У 50-і роки активна політика русифікації призвела до змін у діловій мові, штучно наблизивши її до російської.

У 60-х роках ХХ ст. виходять такі праці з культури мови: А. Коваль «Про культуру української мови» (1961 р.), «Культура української мови» (1964 р.); І. Чередниченко «Нариси з загальної стилістики сучасної української мови» (1962 р.); М. Івченко «Культура української мови» (1963 р.); К. Гордієнко «Слово про слово» (1964 р.); Є. Чак «Складні випадки слововживання» (1965), Б. Антоненко-Давидович «Як ми говоримо». Автори цих видань зосереджуються на різних аспектах культурно-мовної проблематики.

Для періоду 70-х рр. ХХ ст. характерне посилення уваги до вироблення мовних норм, розгортання лінгвістичних досліджень, які полягали в науковому осмисленні системи категорій і понять, засобів словотворення офіційно-ділового стилю. У п'ятій книзі академічного видання «Сучасна українська літературна мова»: Стилістика (1973 р.) В. Перебийніс подала характеристику офіційно-ділового стилю, акцентувала увагу на стандартизації документа, що дозволяє виготовляти бланки документів. У 1977 р. в монографії «Мова і час» А. Марахова вперше виокремила три жанрові різновиди офіційно-ділового мовлення: дипломатичний, законодавчий, адміністративно-канцелярський. Однією з найповніших і базових праць є перша хрестоматія з історії стилів сучасної української літературної мови «Стиль і час» 1983 р. видання, у якій є важлива інформація про становлення норм офіційно-ділового стилю від найдавніших часів Київської Русі й до 1983 р.

Після проголошення незалежності України відбувся бурхливий розвиток офіційно-ділового стилю, зазнали шліфування його норми. Офіційно-діловий стиль як об'єкт для дослідження обрали такі науковці: Горбачук Д. (структурно-семантичні типи стійких сполучень слів в офіційно-ділових текстах), Сушко О. (фразеологія офіційно-ділового стилю: на матеріалі документів пер. пол. ХХ ст.), Тименко Л. (розвиток лексики офіційно-ділового стилю української мови на поч. ХХ ст.), також висвітлено підстиль адміністративно-канцелярської лексики в докторській дисертації В. Возної.

Щодо дипломатичного підстилю, в 1997 р. було видано універсальний довідник-практикум з ділових паперів (автори Бибик С.П., Михно І.Л., Пустовіт Л.О., Сюта Г.М.). Довідник має розділ «Дипломатичні документи», що містить загальні вимоги до тексту та мови дипломатичних документів, перелік документів дипломатичного характеру. Правила спілкування між представниками різних країн охоплено в підрозділі «Діловий протокол та етикет». Також подано правила організації прийому закордонної делегації, проведення переговорів, підготовки до бесіди.

У навчальному посібнику 2004 року видання (Гуць М.В., Олійник І.Г., Ющук І.П.) подано матеріал, що стосується етикету різних країн. У 2014 р. видано український



дипломатичний словник; навчальний посібник та підручник О.П. Сагайдака: «Посольство та консульство», «Дипломатичний протокол та етикет» були видані в 2010 та 2014 рр.

Окремі аспекти дипломатичного мовлення вивчали науковці: О.М. Мацько (функціонально-стилістичний аналіз мовних формул дипломатичного мовлення), О.М. Пазинич (функціонально-структурні особливості текстів дипломатичного листування), Т.І. Шинкаренко (особливості творення й функціонування дипломатичних документів), Кавунник В.Л. (ризький мир у дипломатичних документах урядів УНР і УРСР (серпень 1920 – березень 1921 років)), Алкаді Мансур Салех Абду (дипломатичний підстиль у структурі офіційно-ділового стилю), Н.М. Поліщук (дипломатична лексика періоду УНР).

**Чернюк Ірина Любомирівна**

*Коледж технологій, бізнесу та права*

*Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*

### **ВИКОРИСТАННЯ ДІАЛОГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЗАНЯТТЯХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ**

Використання інтерактивних методів навчання, зокрема діалогових технологій, на заняттях української мови – один із напрямів активізації пізнавальної діяльності студентів. Мета діалогових освітніх технологій – навчати повноцінної участі в діалозі, адже практику участі в обговоренні різних тем студенти будуть набувати на заняттях, опановуючи вміння діалогічного мовлення. Головна цінність діалогової технології спілкування полягає в тому, що вона дозволяє керувати пізнавальною діяльністю студентів в освітньому процесі, у процесі формування нових понять, а також сприяє появі майбутніх фахівців з новим типом мислення, активних, творчих, здатних мислити самостійно, сміливих у прийнятті рішень.

Аналізуючи педагогічні дослідження, можна зробити висновок, що діалоговим навчанням займалось багато мовознавців, а саме: А. Алексюк, Н. Бориско, І. Глазкова, Т. Довженко, О. Дубасенюк, С. Золотухіна, М. Кларіна, Л. Кондрашова, В. Лозова, В. Морозов, Л. Струганець, Н. Тоцька, Г. Троцько, Ю. Федоренко та ін.

Діалог – це найбільш активна форма міжособистісного мовленнєвого спілкування, в якому беруть участь два комуніканти, двосторонній обмін інформацією.

Сутність діалогового навчання полягає в тому, що саме діалог має міжособистісний суб'єкт-суб'єктний характер, діалог, заснований на рівності сторін, під час навчання спонукає тих, хто навчається, до співпраці у генерації нових ідей, думок, поглядів. Крім цього, діалогічна форма навчання є більш прогресивною порівняно з монологічною, оскільки впливає на рольову та емоційну сфери, розвиває наполегливість, вказує на необхідність самоосвіти [1].

Ефективність формування в студентів навичок діалогічного мовлення на заняттях з української мови забезпечується сукупністю педагогічних умов, а саме: навчання діалогічного мовлення на соціокультурній та професійній основі, творчий підхід до процесу навчання; наявність спеціально дібраного дидактичного матеріалу, який узгоджується з мовними темами і зміст якого має соціокультурне і професійне спрямування; активізація пізнавальної діяльності учасників освітнього процесу шляхом здійснення принципу зв'язку навчання з життям; дотримання культури мовлення, культури спілкування.

Студент повинен володіти багатством мовленнєвого етикету, вміло використовувати фатичні фрази, невербальні засоби комунікації. Вміння запитувати і відповідати, вступати у спілкування, провадити свою стратегічну лінію у спілкуванні, враховувати зміни у складі учасників розмови, прогнозувати поведінку партнерів залежно від зміни ситуації – необхідні умови успішного спілкування.

Кожен учасник комунікації повинен володіти мовними нормами – лексичними, фонетичними, фразеологічними, словотворчими, синтаксичними та стилістичними. Одне з головних завдань – вироблення компетенцій комунікативно виправдано користуватися засобами мови в різних життєвих ситуаціях під час спілкування. Використання діалогового

навчання є одним із компонентів виховання особистості, готової до активної, творчої комунікативної діяльності у всіх сферах життя суспільства.

Діалогічне мовлення вимагає врахування ситуації, очікуваного результату спілкування, мовних здібностей співрозмовників, певної системи вправ, використання парних та групових інтерактивних технологій, пов'язаних зі створенням комунікативного середовища. Серед діалогових технологій виділяють проблемно-пошукові діалоги, дискусії, ситуативно-діалогічні вправи, в результаті яких студенти вчаться висловлювати власну думку, відстоювати ідею та чітко формулювати її.

У процесі роботи над діалогом на заняттях з української мови розв'язуються завдання таких аспектів навчання, як забачення словникового запасу, дотримання мовленнєвого етикету, оволодіння навичками невимушеного спілкування.

Найбільш ефективними у процесі формування діалогічного мовлення є складання діалогів за чотирма рівнями (на основі зразків, опорних слів); складання діалогів, пов'язаних із життєвим досвідом; уміння вести дискусію; творче конструювання; реконструювання діалогів і т.д.

Одним із етапів навчання діалоговим технологіям є робота над термінами, що пов'язані з діалогічним мовленням («діалог», «монолог», «мовленнєва ситуація», «репліка», «діалогічна єдність», «мовленнєвий етикет») з використанням тлумачного словника.

Працюючи над діалогами у письмовій формі, варто використовувати такі види робіт: редагування готових текстів, складання речень за схемами, виписування діалогів з художньої літератури, письмове складання діалогів. При складанні діалогів використовуються теми, найцікавіші для студентів, професійного спрямування, на розвиток творчої уяви, логічного, критичного мислення. Оцінюючи навчальні досягнення з діалогічного мовлення, насамперед враховують змістовність реплік, багатство словникового запасу, уміння орієнтуватися в незвичній мовленнєвій ситуації, культуру мовлення, уміння підтримати діалог, використання жестів, міміки.

Поєднання мовленнєвої змістової лінії з соціокультурною та професійною відбувається через індивідуалізацію навчального процесу (теми за особистими та професійними уподобаннями студентів-правників, товаровзнавців, технологів, оцінювачів, бухгалтерів). Найбільший інтерес викликають теми, пов'язані з майбутньою професією студентів, адже професійне спілкування майбутніх спеціалістів належить до рольової комунікації, учасники якої виступають як носії певних ролей. При такому спілкуванні людина віддзеркалюється не стільки як індивідуальність, скільки як соціальна одиниця, що виконує певні функції.

Отже, діалогові технології навчання – це найефективніший засіб формування умінь і навичок діалогічного спілкування, розвитку критичного мислення, демократизації освітнього процесу в навчальному закладі.

Список використаних джерел:

1. Ю. Г. Підборський // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. 2012. № 22 (1). С. 132-139.

**Петренко Лілія Володимирівна**

*Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського*  
Науковий керівник: Партола Яна Вікторівна, кандидат мистецтвознавства, доцент  
*Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського*

## **ВПЛИВ СИСТЕМИ Ж. ДАЛЬКРОЗА НА РИТМО-ПЛАСТИЧНУ СКЛАДОВУ РЕЖИСЕРСЬКОЇ КОНЦЕПЦІЇ Л. КУРБАСА**

З плином часу все еволюціонує та розвивається, до керма приходять нові постаті, які докорінно змінюють історію театрального мистецтва та його простору, назавжди залишаючи жагу до творення та розвитку національного театрального мистецтва. Таким був і залишається реформатор українського театру Лесь Степанович Курбас, зчинивши справжню мистецьку революцію в театрі. Дійсно його доробок дуже великий, це і європеїзація літературного підґрунтя, зовсім новий для того часу погляд на сценічний простір, застосування контрапункту

у музичному оформленні вистав і як апогей - метод перетворення та поняття "розумного арлекіна" в акторському мистецтві. Та найбільшу увагу хочеться приділити саме використанню ритму і пластики у акторському мистецтві та сценічному просторі загалом. Тема пластики у роботі режисера Леся Курбаса досліджувалась такими науковцями як Н. Корнієнко, Г. Веселовська, В. Ткач, Н. Єрмакова та ін.

Та все ж хочеться поглянути глибше у сам початок формування поглядів. Звісно, що актора потрібно виховувати у поезії майбутньої вистави, для того, щоб і відбулося це диво "перетворення". Для цього Курбас і впроваджує теоретичні лекції на предмети культури та мистецтва різних часів та країн світу. Заняття фізичними вправами, так би мовити, зарядка, яка підтримуватиме як фізичний стан актора так і розвиватиме пластичність тіла та привчатиме до ритмічного сприйняття і відчуття. Особлива увага до ритму й надалі впливатиме на творчуманеру, педагогічну методику Л. Курбаса, власне, на все, чим був його Театр.

Ім'я Жака-Делькроза, учня Антона Брукнера, Лео Деліба і Комеді Француз, не випадково зацікавило Курбаса. Швейцарець був другом Аппія та шукав законів евритмії (*у перекладі зі стар.грец. красивий ритм; Евритмія є дійсно видима мова і видимий спів. Вона витворена з закономірностей людської організації так само, як звук у співі й слово в мові. Це здійснилося після ретельного вивчення того, що відбувається в людському організмі під час мовлення і співу. Цього неможливо досягти через звичне фізіологічне спостереження, а лише через "чуттєво-трансцендентний погляд". Р. Штайнер*) Делькроз шукав співрозмовності між емоцією та її фізичним втіленням, його вабило до нового синкретизму на основі "аполлонічного" ідеалу людини, яка реалізує себе у триєдності: слова, звуку й руху".

На своїх уроках ритміки Делькроз шукав енергію балансу та гармонії через систему "незалежних членів". Ноги, голова, торс повинні вміти робити одночасно різні рухи і навіть уміти рухатись одночасно в протилежних напрямках (йшлося не про акробатичні речі, а про складність чисто ритмічну). Його теорія співвідношення думки, емоції й так званого тривалого руху творила новаторську мову тілесної виразності, що залишає свободу для несподіваної пластичної форми, яка не порушує гармонії. Але більшим прикметним у "зближенні" Курбаса з Делькрозом є погляд на "конструювання" нової людини за допомогою мистецтва, театру. Як і Курбас Делькроз вважав головним у житті художній тип мислення, котрому можуть і повинні бути підпорядковані і політика, і релігія, і соціум.

Курбас продовжував пошук удосконалення людини через новий театр і його нового актора. Виставу "Едіп Цар" можна частково вважати художньою реплікою ще й на естетичні ідеї Делькроза. Взаємовідносини героя й естетизованого балету-хору відповідали як видозміненим моделям античності, так і тому новому стилю котрий запропонував Курбас і котрий об'єктивно відтворював формули пластичних законів Делькроза (*Делькроз орієнтувався на людину як на організм, занурений в єдність колективу. Орієнтація на античну естетику, патріархальна ідея вдосконалення людини, ідея гармонізації у т.д.*).

В подальшому вистави Л.Курбаса продемонструють складний семантичний полілог систем означення, гру контекстів, створення смисло-образів, видубутих з "перебування" речі, предмету, конкретної атрибутики у різних контекстах. Курбас розробляє партитуру ритмічних перетворень, що є принципово змістовними формулами конструкції цілого й цілісного. А емоція і раціо вступають у нові співвідношення.

### Мельнікова Софія Миколаївна

*Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського*

Науковий керівник: Пасічник Степан Володимирович, заслужений діяч мистецтв України

*Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського*

## ТИПОЛОГІЯ АКТОРА В РЕЖИСЕРСЬКІЙ СИСТЕМІ МИКОЛИ ДЕМИДОВА

Микола Васильович Демидов (1884-1953) – лікар за освітою, був учнем та одним з найближчих помічників Константина Сергійовича Станіславського. Не дивлячись на це, ця постать була викреслена з мапи театрального світу пострадянського простору.

У 1934 році К.С. Станіславський запросив Миколу Васильовича в якості редактора для роботи над книгою «Робота актора над собою». У передмові до книги він написав: «Велику допомогу надав мені при проведенні у життя "системи" і при створенні цієї книги режисер і викладач Оперного театру мого імені М. В. Демидов. Він давав мені цінні вказівки, матеріали, приклади. Він виказував мені свої судження і розкривав допущені мною помилки» [1, с. 8].

Знадобилось майже 40 років, щоб поєднати та структурувати усі рукописи Демидова у повну збірку творів - чотири томи (п'ять книг) під назвою «Творча спадщина: у 4х томах». Вона була надрукована з 2004 по 2009 рр. у видавництві Санкт-Петербурзької Театральної бібліотеки і Санкт-Петербурзького Театрального музею.

Власний метод початкової підготовки акторів, який зародився всередині «системи» Станіславського, отримав назву «школа Демидова». У роботах Демидова запропонована унікальна етюдна техніка, що дозволяє розвинути творчі здібності молодих акторів. Типологія актора в режисерській системі Миколи Демидова зображена у другій книзі першого тому «Творчої спадщини». Щоб пояснити природу актора Демидов використовує такий термін І.П. Павлова, як друга сигнальна система. Друга сигнальна система – це умовні рефлекси, тобто реакція на певні слова й позначені ними поняття. Демидов у застосуванні цього терміну, щодо творчих процесів, акцентує увагу на психофізіологічному аспекті, та називає пам'ять рефлексів – основою творчості актора.

Демидов виділяє чотири психотипи актора: імітатор, емоційний, афективний та раціоналіст. У житті ці психотипи зустрічаються тільки у змішаному вигляді, де один з них привалює.

Перший тип – імітатор: це актор, який через сприйняття об'єкту відтворює його певні суб'єктивні властивості та характерні психофізичні риси. Домінування цієї якості може призвести до наслідування, копіювання поведінки інших акторів чи авторитетних осіб, які мають великий вплив на свідомість чи підсвідомість.

Другий тип – емоційний, головним інстинктом на сцені є: «...не втрачаючи часу, жити у ньому, у цьому житті: діяти, реагувати, віддаватися своїм потягам, боротися з перешкодами, створювати і взагалі зливатися з навколишнім, увійти у нього, загубитися у ньому» [2, с. 294]. Демидов описує актора емоційного типу, як актора який повністю піддається імпульсам, що походять з навколишнього середовища. Актор емоційного типу забуває про наслідки, про форму та може грати себе у запропонованих обставинах.

Третій тип – афективний. «Афект (лат. Affectus – пристрасть, душевне хвилювання) – надто сильний і відносно короточасний за тривалістю емоційний процес (лють, жах, відчай, екстаз), під час якого знижується ступінь само оволодіння: дії та вчинки здійснюються за особливою емоційною логікою, а не за логікою розуму. Супроводжується різко вираженими руховими та вегетативними проявами та змінами в роботі внутрішніх органів» [3, с. 295]. Афективний тип використовує асоціативні зв'язки почуттів, тобто афективну пам'ять, яка з'явилась у момент максимального емоційного підйому, пов'язаного з конкретною дією ззовні. На сцені актор зв'язує цю пам'ять з запропонованими обставинами, дією партнера, або вербальною провокацією режисера. Коло проблем роботи з таким типом актора полягає: в слабкому контролі емоцій; в загрози не вірно розподілених сил у виставі; в тому, що такі «внутрішні вибухи» можуть змінити напрямок потрібної поведінки та вивести створений актором образ за рамки п'єси.

Четвертий тип – раціоналіст. Ним керує контроль почуттів, нездатність відпустити себе, піддатися вільному імпульсу. Такий тип часто ставиться до акторської професії з боку практичності, «легкого заробітку», популярності. Він бачить лише зовнішні очевидні прояви професії і сприймає театр, як оману глядача. Демидов вважав, що раціональний тип не може бути актором.

Ця типологія дає змогу викладачам, режисерам визначити індивідуальний підхід до кожного студента, актора та розвинути їх природні здібності.

Список використаних джерел

1. Станіславський К. С. Робота актора над собою. Збір. творів: У 8 томах. М.: Мистецтво, 1954. Том 2. 511 с.
2. Демидов М. В. Творчеспадщина: В 3 [4] т. СПб.: Гіперіон, 2004. Т. 1. Кн. 2: Типи актора /За ред. і з передмовою М. Н. Лоскітної. 421 с.
3. Українська психологічна термінологія: словник-довідник / За редакцією М.-Л. А. Чепи. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2010.

**Почепинская Светлана Михайловна**

Кандидат филологических наук, доцент

*Межрегиональная Академия управления персоналом*

### PROBLEM OF SPEECH COMMUNICATION

The problem of speech communication is of great interest among linguists - specialists in the theory of speech acts, linguistic pragmatics and the theory of speech activity. In these areas of linguistics communication is defined as "a specific form of interaction between people in the process of their cognitive-work activity, communication, exchange of ideas, etc." [1, 7]. Communicating with immediate goal is an understanding, that is, the success of a communicative activity, which, in addition to verbal factors, is associated with a number of nonverbal components of communication, as well as non-linguistic characteristics of communicants - social, psychological, ethnocultural, etc. Therefore, the study of different forms of speech, the role and functions of their paralinguistic and extra-linguistic contexts leads to the conclusion of a significant methodological weight: the process of communication cannot be reduced to the process of receiving / transmitting coded messages from one individual to another, this is a certain type of speech activity.

In modern linguistics, there is a general interest in the study of the communicative nature of language (V.V. Bogdanov, Gorodetsky, A. Zemskaya, E.V. Klyuev, A.S. Kubryakov, A.V. Kukushkina, M. Nistrand, T. M. Ushakov, N. I. Formanovsky, N. Khomsky, etc.) The subject of the study is "speech in action," because the language is not a closed self-regulating self-regulating system that exists "in itself and for itself ". Language does not penetrate into the broadcast as an integral structure, but fragmentarily, with separate constituent elements, the messages are selected according to the needs and receive specific forms in the language. Language and speech are inextricably linked and can be regarded as two interconnected components of the same phenomenon - speech activity, acting as its preconditions.

The attention of linguists attracts the problems of studying the language, communicative acts, interpersonal and intercultural communication (V.V. Bogdanova, E.M. Vereshchagina, A. Goychman, O.A. Zemskaya, G.G. Clark, D.M. Malts etc.) However, these problems are not resolved on the whole, and therefore require further research. Among the unresolved aspects of linguistic activity, the theory of the violation of the act of communication is distinguished, that is, the appearance of failures in the process of information transmission, when the interlocutors do not reach their goals for reasons of both linguistic and non-linguistic nature.

The study of communicative failures makes it possible to investigate the problem of violations of the act of communication, the reasons that lead to this, and to develop ways to prevent clinical trials in the process of learning a foreign language.

Communication refers to "the act of communication, the relationship between two or more individuals, based on mutual understanding; notification of information by one person to another or a number of individuals " [2, 5].

Communication is considered as one of the components of communication along with the interaction and mutual influence of people on each other. The core of any communication is language. It is the most versatile means of communication, since when communicating with information in a language, the message is lost. Dialogue communication arises at the initiative of one of the communicants, when the conditions of the communicative situation make it necessary for him to appeal to another interlocutor to solve a particular problem. Its decision involves the choice of the speaker of the way of linguistic expression of his communicative intention, as the language suggests the whole paradigm of continuously implemented communicative forms, the components of which, depending on the communicative situation, to varying degrees provide achievement of the intended purpose. The adequately selected form allows to achieve the communicative effect to which the speaker aspires. The success or failure of communication depends on this condition. Since, by entering into communication, the participants of communication are oriented on its success, they aspire to maximize their intentions and, as a consequence, are forced to select and structure linguistic signs.

In the communicative analysis of the situation of dialogue, the researcher focuses on the relationship between the participants in the dialogue, the form and meaning of statements, both the sender – *the sender of the message*, and another participant in the communication process – *the addressee of the message*, and the corresponding replica. The person hears and understands what the addressee says, and makes an assessment of the corresponding statement on this basis.

The initial reason for people to communicate is to serve the needs of a person or group of people. The goals of communication serve those or other needs: survival, cooperation with other people, personal needs, support for relations with other people, persuasion to act or think in any way, the exercise of power over other people, associations of societies and organizations in one whole, receiving and communicating information, awareness of the world and our experience in it, in what we believe, about relationships with other people, about what is true, the manifestation of creative nature and imagination.

The results of the analysis can be a fragment of a broader study of the problem of artistic dialogue, being a part of a course in the speech communication, stylistics, and text interpretation.

Список використаних джерел

1. Сусов И.П. Прагматическая структура высказывания // Языковое общение и его единицы: Межвуз. сб. научн. тр. / Отв. ред. И.П. Сусов – Калинин: Калининск. гос. ун-т, 1986. – С. 7-11.
2. Морехова Е.И. Функция понимания как познавательная процедура. – Саратов: Научная книга, 2001. – 16 с.

**Братчина Катерина Євгеніївна**

*Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського*

**Полубоярина Ірина Іванівна**

Доктор педагогічних наук, доцент

*Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського*

### **АКТОРСЬКА ГРА ВОЛОДИМИРА МАЛЯРА У ВИСТАВІ «TWO STEP ...»**

В репертуарі Харківського академічного українського драматичного театру імені Т. Г. Шевченка з'явилась нова вистава «Two Step на валізах», поставлена заслуженим діячем мистецтва України Степаном Пасічником, за п'єсою «Змішані почуття» американського драматурга Річарда Байера. Як кажуть: «Кінець – це завжди також і початок».

«Two Step ...» – історія двох немолодих, нещодавно овдовілих самотніх людей. Двох літніх людей яких поєднує пам'ять про близьких серцю покійниках та міцна дружба сім'ями. Крістіна Мільман тяжко переживає втрату та шукає шлях позбавлення від тяжких спогадів, збираючись переїхати в інший штат. А Герман Льюїс усіма зусиллями намагається її втримати і навіть пропонує їй вийти за нього заміж, намагаючись доказати, що для них можливе спільне майбутнє, в якому обов'язково знайдеться місце для кохання. Вони сваряться, миряться, з'ясовують відносини в чому ми бачимо як вимальовуються образи покійних Айзека Мільмана та Мір'ям Льюїс. Степан Пасічник, даючи іншу назву виставі, не випадково використав багатофункційний термін «Two-Step...», закодував символічне значення «Двох кроків» вже на афіші.

Глухі стіни, драпіровані чорною тканиною, мебіль у чохлах вже створюють атмосферу тривалого трауру. Таким чином режисеру та художнику (заслужений діяч мистецтва України Тетяна Ведмідь) вдалось занурити нас в початкову подію, надалі виправдовуючи жанрові зміни всередині вистави – від трагедії до ліричної комедії.

Перед нами постають розгублені Крістіна Мільман (народна артистка України Агнеса Дзвонарчук) і Герман Льюїс (народний артист України Володимир Маляр). Персонаж Володимира Маляра готов йти на компроміси та робити все, щоб переконати Крістіну, яка живе спогадами, не їхати. Запевняє, що від себе втекти неможливо, а вдвох їм буде легше влаштувати життя, зберігаючи добру пам'ять про минуле. Це важка роль, не зважаючи на те, з якою легкістю Володимир Миколайович її підносить глядачеві. Але ця роль є непростою в своїх нюансах, яка дає можливість і партнеру по сцені, і глядачам розібратись в провокаційних

питаннях, а іноді навіть в використанні грубих прийомів, які вміло знайшов застосування Герман для того, щоб втримати Крістіну. Він робить все можливе в бажанні переконати її, що заперечуючи почуття обернуться для обох катастрофічними наслідками. Крістіна – його життєва необхідність і він піде на все, щоб не розлучитись зі своєю останнім коханням.

Ми знаємо Володимира Маляра як «приборкувача» ролей, але саме в цій виставі він зіткнувся з роллю, приборкавши його самого, змусивши йти не від звичної для нього сценічної форми, а від того, що зветься тонким проникненням в долю навіть не персонажа, а людини з ім'ям Герман. Тобто, для нього ця роль, стала якимось новим ковтком повітря та новою сходиною у пізнанні самого себе та відображенні цього на сцені та своєму характері.

Неймовірне психологічне наповнення ролі у трьох основних сценах набирає високого емоційного накалу, але тільки до тих пір, якою визначена жанрова природа «Two Step...». Актор віртуозно балансує на грані життєвої правдоподібності та театрального гротеску. Можна сказати, що перемагаючи важкі перешкоди, ми наповнюємося його силою, а вже після цього, оцінивши свої можливості, здатні тверезо осмислювати вчинене – саме з такою позицією треба оцінювати Володимира Миколайовича у ролі Германа. Він дуже чітко та вміло розставляє акценти в ролі, наче затягуючи в своє павутиння Крістіну, яка так і притягується до страждаючого Германа. Він починає впливати на неї таким чином, що вона вже не виглядає пригніченою своїми спогадами, а навпаки, вона впевнена в тому, що має право на заслужене кохання.

Дія досить цікаво вибудувалась на протидії двох внутрішніх конфліктів. Руйнується звичний уклад життя людей консервативного складу, людей обтяженими певними нормами, життєвим досвідом та мораллю. Вірність сімейним традиціям народжує, так би мовити, фобію. Не комплекси, а саме переживання зайвої тривоги в визначених ситуаціях, а в випадку з Крістіною та Германом – муки совісті через усвідомлення того, що віддавшись волі почуттів, вони зраджуть кохання з тим, кого вже давно немає поруч. Але чим сильніше ми відторгаємо кохання, тим сильніше її притягуємо.

#### **Федорченко Павло Геннадійович**

*Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського*

Науковий керівник: Лобанова Інга Вячеславівна

*Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського*

#### **ЕТАПИ ТВОРЧОГО ШЛЯХУ АКТОРА ВОЛОДИМИРА ГОРБУНОВА**

Володимир Горбунов – заслужений артист України, актор Харківського державного академічного театру ляльок ім. В.А. Афанасьєва, доцент кафедри майстерності актора та режисури театру анімації Харківського національного університету мистецтв ім. І.П.Котляревського – був одним з тих високопрофесійних майстрів, хто надовго залишає по собі вдячну пам'ять колег, учнів, глядачів.

Народився Володимир Михайлович Горбунов 21 квітня 1954 року в с. Зуя (нині – смт. Білогірського р-ну АР Крим). Як вважав артист, йому пощастило з наставниками у професії. Адже в період його становлення як актора довелося працювати з визначними майстрами. Свій творчий шлях розпочав з аматорської праці у Тростянецькому народному театрі ляльок під керівництвом заслуженого працівника культури України Василем Натарова, який став для нього справжнім першим вчителем. Потім було навчання в Саратовському театральному училищі ім. І. Слонова, де Володимир Горбунов зустрівся з Олександром Чертовим, співпрацю з яким цінував дуже високо. На момент випуску з училища, у 1975 році, молодий актор вже працював у Саратовському театрі ляльок «Теремок». А згодом він знайшов і свого першого режисера, творчого однодумця Валерія Вольховського, котрий запросив його Орловський театр ляльок. Власне, ці три особистості і зіграли визначальну роль у професійному становленні В. Горбунова.

Період роботи в Орловському театрі виявився надзвичайно плідним. Траплялося, репетиції з В. Вольховським, режисером-новатором, котрий змінив традиційні уявлення про театр ляльок, тривали до півночі. Для В. Горбунова ці роки стали часом пошуку своєї творчої індивідуальності. Театр багато виїздив на фестивалі, виступав на престижних театральних майданчиках, його вистави одержували рецензії провідних театральних критиків. І це також стимулювало властиве акторові прагнення досконалості. Серед найвдаліших образів, створених ним у цей період стали Червоний вершник («Мальчиш-Кібальчиш» за А. Гайдаром), Поет («Любов дона Перлімпліна» Ф. Гарсія Лорки), Ажуол («Егле – королева вужів» за С. Неріс) та ін.

У 1980 році на конкурсній основі Горбунов В.М. був зарахований народним артистом України В.А. Афанасьєвим до трупі Харківського театру ляльок. Дебютною роботою на харківській сцені для В. Горбунова стала роль Жака-простака у виставі «Кіт у чоботях» за казкою С. Прокоф'євої та Г. Сапгіра у постановці О. Інюточкина. 1985 року, вже на сцені Харківського театру, доля знову подарувала Горбунову В.М. зустріч з В. Вольховським у роботі над виставою «Лівша». Театрознавець Ю. Коваленко відзначала: «Як ніхто з режисерів Вольховський відчував вміння саме цього актора вирощувати драматизм з комедійності, на стику з сатиричним виявляти лірику». Разом з О. Інюточкиним В. Горбунов працює і над надзвичайно цікавою виставою «Святий і грішний», вирішеній режисером в естетиці театру масок. Там актор зіграв характерну роль пробивного Сергія Штучкіна, котра стала «каскадом естрадних, буффоних прийомів». Наприкінці 1980-х В. Горбунов взяв участь у експериментальній, зробленій у пародійному ключі виставі польського режисера Мачея Тандери «Театрик Зелений гусак, або не Дражніть публіку». Серед найвдаліших образів, створених у ній актором, були Пан директор та Гамлет. Образ принца данського зовсім не вимагав від виконавця глибини й філософичності, як легендарний оригінал, з якого і робилася пародія, але був, тим не менш, надзвичайно дотепним та вигадливим.

1991 року, паралельно з роботою в театрі, В. Горбунов закінчив театральне відділення Саратовської консерваторії.

Період з початку 1990-х до середини 2000-х – роки позначені співпрацею В. Горбунова з режисерами О. Трусовим та Є. Гімельфарбом. Сноуболл у виставі-кабаре О. Трусова за п'єсою Дж. Оруела «Скотарня» – один з найяскравіших зразків роботи В. Горбунова з лялькою, що демонструвала віртуозну техніку ляльководіння, детальну роботу над мімікою ляльки. У «Майстрі і Маргариті», поставленій Є. Гімельфарбом за романом М. Булгакова, В. Горбунову довелося зіграти кілька невеличких ролей – Семплеяров, Латунський, Марк Крисобій. За словами режисера, особливий талант цього актора в тому, що повноцінну «біографію» він придумує навіть для примітивної ляльки, тим самим робить кожен з образів яскравим і повнокровним. А якщо в цій роботі максимально допомагав і художник, як це було у виставі «Ревізор» з лялькою Ляпкіна-Тяпкіна (В. Нікітін), то результат виходив блискучий.

Загалом В. Горбуновим було зіграно близько 150 ролей. Серед них – чимало казкових персонажів – Мумі Троль, Айболить, Карлсон, Тато Карло... І в жодній з ролей актор не обмежувався рамками якогось амплуа шукаючи різні грані образів.

Останній період творчого шляху В. Горбунова пов'язаний з роботами «живого плану» у виставах режисера Оксани Дмитрієвої. Це ретельно вибудовані образи Івана Павловича Яечні («Одруження» М. Гоголя) та Симеонова-Пищика («Вишневий сад» А. Чехова). В них у повній мірі проявилася незвична природа акторської індивідуальності В. Горбунова – уміння поєднувати комічне й трагедійне, імпровізаційну ескізність з філігранною точністю загального малюнку ролі.

Безумовно, творча спадщина В. Горбунова потребує детального вивчення, що й визначає перспективи даного дослідження.



**Кирпита Тамара Володимирівна**

*Національна металургійна академія України*

Науковий керівник: Скуратовська Людмила Іванівна, професор, доктор філологічних наук  
*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

**UNRELIABLE NARRATOR AND DOUBT AS THE MEANS OF FANTASY IN  
THE TURN OF THE SCREW BY HENRY JAMES**

*The Turn of the Screw* still remains the most fabulous piece of work by Henry James, causing literary observers and critics break lances over its ambiguity. Written in 1897, it survived numerous perceptions, from taking the entire story as a tale of supernatural to Freudian interpretations, claiming the heroine to suffer from hallucinations in a result of the repression of her erotic fantasies aroused in by the attractive owner of Bly. We daresay that a bulk of critical works dedicated to *The Turn of the Screw* considerably exceeds the factual size of James' novella. Still, there is no common point of view about the narrator's reliability. Moreover, its ambiguity evoked over 20 screen and scene adaptations and about a dozen literary re-workings.

As it stands, there are three main interpretations of the novella: 1) apparitionists, or metaphysical, which argues it is a ghost story and all the things that happen are true within the framework of the narrative (e.g.: Booth; Jones; Krook, Ordeal; Valid; Bontly; and Schrero; 2) non-apparitionists, or psychoanalytical, which says it is a story of madness (e.g E.Wilson; Goddard; Kenton; Cranfill and Clark; 3) seeing the governess as an unreliable narrator which is supposed to be initiated by E.Wilson, who was one of the first critics who doubted the reliability of the governess as a narrator. This point of view supposes that the novella is an ambiguous narration meant to confuse the reader (e.g.: I.V.Golovacheva, T.L.Selitrina, E.J.Parkinson, J.A.Á.Amorós).

Kimberly C. Reed summarized all criticism on *The Turn of the Screw* saying: "It is neither novel nor short story; neither ghost story nor realist narrative; recounted by a woman neither servant nor family member; featuring (in part) beings neither living nor dead." Indeed, the ambiguity of this piece of work is still a subject of discussion.

*The Turn of the Screw* was written in 1897, but it was not until 1934 that the reliability of the narrator was questioned seriously for the first time. After *The Ambiguity of Henry James* by E.Wilson was published in 1934 the review of history started. Wilson's Freudian interpretation which suggests that the governess is a sexually suppressed hysteric, and ghosts are merely the result of her excessively excited imagination, repeated what previously was claimed by critics like Henry Beers, Harold Goddard and Edna Kenton in the 1920s. Throughout his life, Wilson continued to reconsider and reinterpret his interpretation of *The Turn of the Screw*, but all criticism from that time was supposed to resist the central ambiguity of the narrative. Is a governess a hopeless neurotic, to whom the figures of Peter Quint and Miss Jessel appear or is she really a courageous woman struggling to save her wards from the curse? Both viewpoints have many supporters, although the first one is continuously losing its popularity. Other critics (and this viewpoint seems to be optimal) argue that the beauty and horror of the story lie in its extraordinary ambiguity, and therefore both preliminary interpretations are possible and indeed necessary to make *The Turn of the Screw* a manifestation of the author's talent.

Tz.Todorov when speaking about doubt considering the reality of the events of a story gives *The Turn of the Screw* as an illustration of ambiguity as a condition of the fantastic which may exist not only in some part of a narration but through whole its body and thus, outside of it. Indeed, there are some levels of a doubt: the governess doubts the children's morality and sincerity as well as Mrs.Grose's attitudes, the reader doubts the morality of the governess herself (is she a guardian angel for Flora and Miles or their enemy, are the ghosts the reality or hallucinations).

We have three narrators of the story: the first narrator, Douglas, and the governess. Considering the story level the first narrator and Douglas are extradiegetic (as they are introducing the narrator of the main story) and the governess is intradiegetic (the one who tells the main story). According to the participation of the characters in the story they are telling, we also have both types of narrators:

heterodiegetic (the first narrator and Douglas) – not participating in the story, and homodiegetic (the governess) – the participant of the story being told.

As the governess is an intrahomodiegetic narrator, she is what W.Booth called “unreliable narrator”, the type of a narrator that appeared in the 20th-century fiction in the result of rejecting the omniscient author. And it is mainly the unreliable narrator who created the narrative ambiguity of *The Turn of the Screw*.

### Шапошникова Дар'я Дмитрівна

Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського  
Науковий керівник: Васильєв Олександр Павлович, народний артист України

### ТВОРЧИСТЬ І ЖИТТЯ М. М. РАЧИНСЬКОГО

Микола Миколайович Рачинський (31.05.1942 – 05.08.1989) – один із найвизначніших найталановитіших акторів, Заслуженим артистом УРСР. У 1963 закінчив Харківський театральний інститут (зараз Харківський національний університет мистецтв імені І.Котляревського), акторський факультет, майстерня народного артиста УРСР, професора Д.И.Антоновича. Його творчі здобутки налічують більш ніж 100 робіт у театрі і 5 ролей у кіно. Майже 30 років він працював у Харківському російському драматичному театрі імені О.Пушкіна та викладав у Харківській академії культури. Одночасно з театральною діяльністю, Микола Миколайович працював у кіно. Він працював у фільмах видатних режисерів сучасності – Юлієм Яковлевичем Райзманом – героєм соціалістичної праці, лауреатом шести Сталінських премій, таких як – «Визит вежливоти» (1972 р.) та «Странная женщина» (1980 р.) та працював з Аккрадієм Самойловичем Кордоном у таких фільмах – «Великий Самод» (1980 р.), «Набат на рассвете» (1985 р.). Окрім того, що Микола Миколайович працював у кіно та у театрі, він також викладав у Харківській академії культури, де передавав свій досвід молодому поколінню.

Микола Миколайович зіграв більше 100 ролей на сцені драматичного театру імені Пушкіна та 5 кіноролей, він брав участь у зйомках численних радіо та телепередачах, його пов'язують тісні творчі контакти із видатними акторами та режисерами сучасності, ним було зіграно головні ролі у виставах які йдуть і досі у Харківському драматичному театрі імені Пушкіна, за роки викладання він виховав близько 50 учнів, які стали акторами і режисерами як в Україні так і за її межами.

За майже 30 років театральної та кіно роботи, педагогічної діяльності М.Рачинський досяг великих творчих висот. Ним було досягнуто і осмислено у всіх деталях систему К.С.Станіславського, секрети які він передавав у спадок своїм учням. Він наголошував на тому, що неможна навчити бути актором чи режисером, можна тільки навчитися. Він не визнавав дресуру, він вчив думати на сцені в ролі, як у житті і жити на сцені, а ні грати та відчувати.

Миколай Рачинський зіграв багато різноманітних ролей у Харківському драматичному театрі. Він виходив на сцену як у комедіях, так і трагедіях. Починаючи свій творчий шлях з Шекспіра та Лермонтова, він легко проживав життя героїв Менчелла та в комедіях Островського.

Сьогодні хотілось розповісти про роботу Рачинського над роллю Арбеніна у виставі Лермонтова «Маскарад». Про його методи підготовки про його хвилювання, і про його блискучий успіх. Виставу ставив В.І.Ненашев у 1972 році. Режисер зламав всі стереотипи віддавши головну роль гнівного Арбеніна молодому актору. Яка відповідальність була покладена на молодого, тихого за характером, актора Рачинського, коли саме йому віддали головну роль.

Традицій прийнято було трактувати цього героя як в'язного старого, який страждає від внутрішніх протиріч любовної страсті. В трактуванні режисера все зіграло інакше. На момент прем'єри Миколі Миколайовичу було менше 30 років. Перед глядачем з'явився молодий статний красень сповнений відчуттям власної гідності, благородства. Режисер у роботі з особистістю актора Рачинського вибрав хід молодого чоловіка, який не міг припустити думки

про зраду дружини, звідси і муки пораненого самолюбства, все це трактувалось по новому у виконанні Миколи Миколайовича. Ніни ж грала тоді ще студентка театрального інституту Заслужена артистка України Светлана Кофтуна. Актор підходив до роботи над роллю дуже жадібно і кожен хід, кожне слово було пережите їм. Рачинський саме в цій ролі вперше досяг глибин внутрішнього світу, як своєї особистості, так і відкрив глибину особистості Арбеніна. За спогадами Ніни Романовни Логінової професора Харківського театрального університету та викладача Миколи Миколайовича: «Це було найвидатніше виконання ролі Арбеніна, найбільше мене разило спокій і благородство актора у ролі, анери вищого світу, які з'явилися у хлопця з українського села Миколи Рачинського»/

Варто чити, що Рачинський був наймолодший виконавець ролі Арбеніна у історії театру. Багато критиків і театрознавців, режисерів і акторів та просто досвідченого глядача, залишили свої відгуки захоплення про виставу і трактування ролі Арбеніна.

Гастролі у Латвії Пометки на полях рукою актера: «Полная неожиданность». И вот о чем он: «С первого появления Рачинский всегда и во всем подчеркивает, что Арбенин человек волевой, гордый, наделенный острым умом, чуждый предрассудков. Арбенин в такой трактовке молодого талантливого артиста резко выделяется в спектакле. Он созвучен герою Лермонтова, испытывающему страшные мучения ... Рачинский снимает пресловутую загадочность, которой порой наделяют героя ...»

1972 рік, «Маскарад» Стаття у газеті «Красное знамя»: «В финале спектакля игра Николая Рачинского дает почти физическое ощущение отчаяния героя. Тонкий, нервный человек с романтической внешностью на протяжении спектакля издевающийся над окружающим его пошлым обществом, вдруг, на наших глазах гибнет, затравленный ядовитой сплетней. «Нет, я не убийца». – кричит он. И холодеет зал от этого жуткого крика. Столько в нем боли, тоски, отчаяния. Последний акт – большая удача артиста».

Харьковська газета, з сімейного архіва: «Размышления о «Маскараде». Думка глядачів, викладачів Харківського інженерно-будівельного інституту Б.Георгиева.: «Если сравнить игру артиста Н.Рачинского с игрой знаменитого Н.Д.Мордвинова (в спектаклях 1954 года), то станет очевидной разница между их Арбениными. Мордвинов играл злодея. Это был эффектный злодей. Арбенин в исполнении Рачинского вовсе не злодей. Он скорее жертва, чем палач. Он молод, привлекателен, прост в поведении. Арбенин-Рачинский искренне хочет быть счастливым, но он не может им быть. Мордвинов играл исключительного человека, Рачинский играет человека, воображающего себя исключительным».

«Социалистическая Харьковщина». «Первый юбилей»: «Есть у актера кроме прекрасных внешних данных, огромное внутреннее стремление овладеть материалом, огромное доверие, даже вера в своего героя. Уже при первом появлении Арбенин выделяется среди толпы простотой и в то же время изысканностью. Он спокойный, но какие-то ноты в голосе выдают человека с пламенной душой. Несколько небрежно, но с каким благородством протягивает он руку помощи безталанному графу Звездичу.. Но вот Арбенин наедине с собой после фатального пророчества в маскараде. В глазах – раздумье, тоска. На встревоженном лице целая гамма чувств...»

Після визначного відкриття у драматургії Лермонтова, нового трактування і підходу до ролі Арбеніна, актора Рачинського, всьому СНД стало зрозуміло, що народилась нова зірка театральної сцени. Миколі Миколайовичу завжди пропонували ролі у кіно, збереглися і до нині сценарії дуже видатних фільмів, видатних режисерів, які пропонували роботу. Особливістю актора Рачинського було фанатичне відання себе театру. На творчому шляху Миколи Рачинського було багато цікавих ролей, але я вирішила приділити увагу саме цій виставі, бо це був злет та початок методів роботи актора Рачинського і пізнання себе у професії.

**Чорнобай Юлія Валентинівна**  
*Київський університет імені Бориса Грінченка*

### **КОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ МІНІТЕКСТУ**

В особливостях малоформатних текстів розглядаються різні підходи до таких феноменів, як текст, медіатекст, малоформатний текст, мінітекст, дискурс. Текст є складною, організованою, змістовною, структурною, функціональною та інтенціональною єдністю. Для його всебічного аналізу необхідно враховувати як особливості самих комунікантів (одиничний і колективний суб'єкти), так і певні дискурсивні умови. При подібному аналізі ключове значення мають соціокультурні, комунікативно-прагматичні та інші параметри. Дискурс характеризує комунікативний процес, що призводить до утворення певної формальної та змістовної структури – тексту. Текст на відміну від дискурсу створює особливу матеріальну протяжність, послідовність пов'язаних між собою пропозицій і надфразових єдностей, що утворюють семіотичний простір. Типологія текстів дозволяє простежити діалектику універсального і специфічного, загального і приватного на матеріалі текстів як результатів комунікації, як мовленнєвого твору, створеного для певних цілей.

В сучасних умовах особливого поширення в різних комунікативних сферах отримують так звані мінітексти (малоформатні тексти). Їхніми основними відмінними рисами є висока ступінь затребуваності серед комунікантів, висока інформативна щільність, висока ступінь орієнтації на адресата, а також високий ступінь адаптивності до принципово нових сфер комунікації. На думку багатьох дослідників, сучасні медіатексти покликані впливати на людину, спонукати її до відповідних дій, створювати громадську думку. Інформація про актуальні події, які представлені в ЗМІ, безумовно, здатна вплинути на адресата і створити суспільний резонанс.

За рахунок поєднання вербальних і невербальних засобів мінітексту, які в різній мірі можуть апелювати до універсальних цінностей і викликати емоційний відгук у аудиторії, досягаються наступні цілі: зміцнення громадської думки по необхідній тематиці; формування у аудиторії ставлення до даної тематики.

Сьогодні в ЗМІ велика частина новин стосується подій політичного, економічного і соціального характеру. Гострі теми завжди актуальні, мають сильний резонанс в суспільстві. Мінітекст є самостійним типом тексту, оскільки наділяється основними критеріями для виділення типів текстів (змістовим, функціональним, контекстним і структурним).

Основними компонентами дискурсу мінітексту вважаються: текст, екстралінгвістичний компонент, контекст, соціокультурний фон, пресупозиція. Під текстом розуміється та частина назви, яка виражена вербальними засобами. Екстралінгвістичні компоненти включають картинки, малюнки, фотографії, схеми тощо. Текст і екстралінгвістичні компоненти являють собою зовнішню, поверхневу частину, яка в результаті взаємодії з іншими фрагментами становить основу мінітексту. Для виконання прагматичного завдання в мінітекстах важливу роль відіграє цілий комплекс різноманітних мовних стратегій, включаючи експліцитно та імпліцитно виражену інформацію, тобто всі засоби, які допомагають найбільш переконливо донести до реципієнта необхідну інформацію. Під контекстом розуміється середовище, в якому існує мінітекст в певний період часу. Соціокультурний фон являє собою самий об'ємний компонент дискурсу мінітексту. Тематична складова мінітекстів є частиною сучасного комунікативного і культурного простору, що породжує і вбирає в себе культурні асоціації, характерні для свідомості народу в конкретний відрізок часу, реалізуючи його соціальні установки і національно-культурні стереотипи. Під пресупозицією розуміється імпліцитна інформація, яку автор вважає відомою іншим учасникам комунікації, або яку він хоче подати як відому. Всі складові дискурсу можна виявити в англійських мінітекстах, що свідчить про можливість співвіднесення розглянутих номінативних комплексів в позначеному дискурсивному просторі.

Поетична функція мінітекста орієнтована на передачу адресатам емоцій автора, з одного боку, а з іншого – на збудження емоцій реципієнта. На прикладі англійських мінітекстів функція

реалізується шляхом широкого використання прикметників, іменників і дієслівних форм позитивної конотації: *Effective reading; Strategies for success; Enjoying English*.

Поетична функція орієнтована на першорядну увагу до форми повідомлення, до того, наскільки образно виражена думка: *All Stars; Snap!; Yes! & Yes Please!*

Апеллятивна функція – це функція впливу на адресата, яка реалізується за допомогою коротких фраз мінітексту, як правило, з дієслова у формі наказового способу: *Let's Talk!; Boost Your Vocabulary!*

Комунікативна функція орієнтована на передачу інформації, яка впливає на перетворення об'єктивно існуючої у свідомості адресата картини світу. Для посилення виразності крім експліцитної інформації, вираженої у вербальній і невербальній формі, мінітексти містять імпліцитну інформацію, виражену в підтексті, в алюзіях або в іншій опосередкованій формі: *True to Life. English for Adult Learners; Focus on Grammar. A Basic Course for Reference and Practice*.

Метамовна функція орієнтована на додаткове пояснення смислового змісту назви: *BEC Preliminary Practice Tests. Four Tests for the Cambridge Business English Certificate; Fast Track to FCE. First Certificate in English*.

Фатична функція пов'язана зі встановленням контакту між комунікантами, і тому вербальні засоби використовуються в поєднанні з невербальними, оскільки останні також сприяють певному впливу на адресата. Таким чином, англійські мінітексти являють собою систему заходів цілеспрямованого впливу на споживача.

**Медяник Катерина Сергіївна**

*Харківський Національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського*

**РОБОТА В. АНТОНОВА НАД РОЛЛЮ ЖУРДЕНА У ВИСТАВІ  
ХАРКІВСЬКОГО ТЮГУ «МІЩАНИН-ШЛЯХТИЧ»  
(ПОСТАНОВКА О.Г. БЕЛЯЦЬКОГО)**

Володимир Іванович Антонов (07.05.1937-06.07.2017) – один з найвизначніших та найталановитіших акторів, член Національної Спілки театральних діячів України. Він залишив по собі цікаву і різноманітну творчу спадщину. У 1960 році закінчив акторський факультет Харківського театального інституту (зараз Харківський національний університет мистецтв ім. І.П. Котляревського), майстерня О.І. Сердюка. Майже 40 років він працював у Харківському театрі юного глядача (нині Харківський театр для дітей та юнацтва), зігравши понад 100 ролей. Одночасно з акторською діяльністю відзначився і як режисер. В. Антонов працював не тільки у театрі, а й у кіно, де ним було зіграно 33 ролі. Окрім того, викладав в Харківському ліцеї мистецтв №133, а з 1989 до 2007 – у Харківському національному університеті мистецтв ім. І.П. Котляревського. Також він брав участь у численних радіо - та телепередачах.

У даному дослідженні йтиметься про роботу В. Антонова над роллю Журдена у п'єсі Мольєра «Міщанин-шляхтич». Це була остання постановка О.Г. Беляцького у Харківському ТЮГу – саме нею режисер прощався з улюбленою трупю. В. Антонов був вкрай здивований, коли дізнався, що саме йому віддали головну роль – на цей час йому вже давно не траплялося створювати такі великі й складні образи. У своїй книзі «Край сцени – рампа» актор згадував, що повністю віддався цій ролі, відчуваючи висоту та легкість мольєрівського героя. Втім, говорячи про «легкість», мав на увазі зовсім не легковажність чи поверховість. Адже завжди наголошував, що легкість дається у театрі найважчою працею, про яку глядач не має здогадуватися.

Власне, це було характерно для творчого почерку актора – робити кожен свою роль оригінальною, неповторною, але переконливою та цікавою. В. Антонов завжди знаходив у відомих ролях щось своє і навіть інколи зовсім змінював свого героя. Так було і з Журденом. Найчастіше цю роль бачили через усім відому призму – міщанин намагається просунути у вищий шар суспільства і робить задля цього усе можливе. Але В. Антонов бачив набагато глибше, він вирішив ставити перед героєм зовсім іншу надзадачу. Він грав любов – любов сліпу, безумну, коли людина готова на все, аби тільки її помітили та відповіли взаємністю. Так,

джерелом світла, захопливою загадкою, істинним центром Всесвіту стає для його героя прекрасна Дорімена (актриса Аза Резниченко). Варто відзначити, що партнери – Аза Резниченко, Світлана Мількова (дружина Журдена), Микола Самойлов (вчитель словесності) – охоче підтримували настрої В. Антонова, його бажання імпровізувати. Було багато знахідок і під час репетицій, і пізніше, коли спектакль вже побачив світло рампи. Вистава – весела, карнавальна – стала справжнім святом світла і сміху, що було високо оцінене глядачем.

Багато театрознавців залишили свої відгуки про цей спектакль та про роботу акторів. Звичайно, ніколи не буває, щоб усі думки збігалися, тому і рецензії були дуже різноманітні. Хоч деякі мистецтвознавці й критикували цю виставу через своєрідний музичний супровід, через перебільшення і зайву, з їхньої точки зору, фарсовість, але все ж таки можна точно сказати, що байдужим вона не залишила нікого.

В більшості випадків критики високо оцінювали роботу В. Антонова, вітаючи його підхід у створенні неординарного образу, коли Журден викликав не тільки сміх, а й співчуття. Навіть доктор мистецтвознавства В. Айзенштадт, котрий акцентував на тому, що в цьому образі відсутні «зерно», «провідна пристрасть», і це робить його не цілісним, погоджувався з тим, що актор у повній мірі володіє природною органічністю, знаходить цікаві барви, точно відчуває темпоритм.

Набагато пізніше, коли В. Антонов вже залишив театр працював зі студентами ХНУМ ім. І.П. Котляревського над виставою «Жорж Данден», він неодноразово показував їм, як працювати над мольєрівським персонажем, як буде краще, смішніше, органічніше і правдивіше. Ці покази давали його учням можливість уявити, яким він був Журденом, як талановито, яскраво й вигадливо була зроблена ця роль. І вони не могли не цінувати, з яким високообдарованим актором і режисером їм пощастило співпрацювати.

#### **Стороженко Інна Олександрівна**

*Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського*

Науковий керівник: Ботунова Галина Яківна, заслужений працівник культури України, доцент  
*Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського*

### **ТВОРЧИСТЬ ВІДОМОГО АКТОРА ТА ВИДАТНОГО ПЕДАГОГА Я. Г. АЗІМОВА**

Сьогоднішня моя доповідь посвячена творчості відомого актора та видатного педагога Я.Г. Азімова. Він був одним із знаних та провідних педагогів Харківського державного театрального інституту, який підготував багато талановитих акторів для театрів України.

Я.Г. Азімов народився 16 грудня 1906р. у м. Глухові, Сумської області (колишня Чернігівська губернія). В 1918 р. переїхав разом з сім'єю у м. Харків. З 1920 р. по 1922 р. навчався в Драматичній Харківській Студії Губнароосвіти. В 1922р. у складі всієї студії був включений у колектив Державного Героїчного театру Харківської Губ. Політпросвіта, під керівництвом відомого на той час режисера Авлова. З листопада 1922 р., після ліквідації Героїчного театру, у складі Студії перейшов до Центральної Студії Всеукраїнського Пролеткульту, де і закінчив навчання в 1924 р. Отримавши так всебічну освіту, в цьому ж році Я.Г. Азімов почав свою безперервну професійну роботу у Харківському Червонозаводському Російському театрі, на той час в цьому театрі працювали визначні режисери, такі як Барон Унгерн, в якому працював до весни 1925р. В цьому ж році починається період, де Азімов протягом десятиріччя знаходиться у творчому пошуку свого театру і свого режисера. Цей період охоплює багато театрів, одні із відомих це: театр ім.Луначарського у м. Севастополь, Кримський драматичний театр у м.Сімферополь, театр ім.Волкова у м. Ярославль. Але з 1933 р. Азімов повертається у рідне місто Харків, де його запрошують до Харківського драматичного російського театру (у 1949 році театру було присвоєно ім'я О. С. Пушкіна), в цьому театрі Азімов працював з народним артистом РРФСР, першим художнім керівником театру М.В.Петровим, народним артистом СРСР О.Г. Крамовим. Я.Г. Азімов зайняв посаду провідного актора вищої категорії. І цьому театрі він грав різнобічні ролі, від епізодичних до провідних, різними за своїми характерами.

Це згадував Б.М. Табаровський, народний артист України, корифей харківської сцени, який

працював з Я.Г. Азімовим: «Актор був чудовий, яскравий, завжди несподіваний, гострий і глибокий. Грав найрізноманітніші ролі -від Хігінса в «Пігмаліоні» до Людовика в «Маріон Делорм» Гюго». Він грав вивертаючи себе, не шкодуючи ні серця, ні нервів. Незабутне видовище!».

Як згадують сучасники, Я.Г. Азімов належав до акторів, які вміють суміщати усвідомлення виконаної технічної роботи з власною сильною інтуїцією, вони поєднують обидва елементи, саме це і є перевагою.

Згодом весь свій великий творчий досвід Я.Г. Азімов використовує в своїй педагогічній діяльності. Але якщо теорію можна вивчити, то педагогічною технікою та методикою потрібно оволодіти, що передбачає формування в себе певних практичних умінь і навичок. Я.Г. Азімов безперечно володів якостями, які необхідні й педагогові – головній дійовій особі театру одного актора. За кожним його педагогічним досягненням стоїть неповторна особистість, яка несе в собі щось своєрідне, відмінне.

Свою педагогічну діяльність Я.Г. Азімов розпочав у 1933р.в студії Харківського російського драматичного театру. Вимоги цієї студії були високі, керівником був М.М. Петров – відомий режисер. З 1937р. Я.Г. Азімов був запрошений до Харківського театрального училища, в якому працювали видатні діячі, театральні педагоги, народні артисти СРСР, лауреати державних премій І.Мар'яненко, народний артист України Л.Дубовик, О.Глаголін, Т.Ольховський, заслужений артист України Р.Черкашин, А.Плетньов, де Азімов, як художній керівник випустив свій перший курс. Після війни, в 1947 р. отримав звання доцент на кафедрі «майстерність актора». А у 1957р. перейшов на основну роботу до театрального інституту.

Я.Г.Азімов протягом багатьох років проводив велику роботу по вихованню молодих акторів. Під його художнім керівництвом було випущено більше 100 молодих акторів, які успішно працюють в різних театрах України. Учні Я.Г.Азімова відрізняються особливою культурою і в поведінці, і в професії. Серед учнів Я.Г.Азімова – народні артисти України Олександр Васильєв, провідний актор Харківського театру ім. О.С. Пушкіна, актриса театру ім.Т.Г. Шевченка Агнеса Дзвонарчук, Володимир Маляр, заслужена артистка Молдови – Ангеліна Філіппова.

За спогадами Н.Р. Логвінової: «Не можна не сказати про блискучого педагога, доцента Я.Г. Азімова. Його авторитет педагога з майстерності актора зі сполученнями з багаторічною діяльністю великого майстра сцени надавав особливе дію на студентів. Я.Г. Азімов понад усе цінував у людях інтелігентність, і це якість виховував в студентах усіма силами. Курси, якими керував Азімов, відрізнялися особливою культурою, і в поведінці, і в професії, навчальні покази, як і дипломні роботи спекутаклі були надзвичайно талановиті і цікаві».

Я.Г. Азімов вчив проблемам осмисленого володіння підсвідомими творчими процесами, шляхи органічного перевтілення актора в образ. У 1958 р на Всесоюзному огляді театральних вузів СРСР в м. Москві, робота дипломного курсу, керованого доцентом Азімовим Я.Г. і зокрема вистави "Доки сонце зійде – роса очі виїсть" Кропивницького в постановці Азімова отримала загальне схвалення театральної громадськості Москви, що знайшло своє відображення в статті голови журі Всесоюзного огляду дипломних вистав театральних вузів СРСР народного артиста СРСР В.Топоркова "Дбайливо виховувати молодих артистів", надрукований в газеті "Радянська культура", і в рецензії В.Гроховської "Юність театру". У 1962 р. на республіканському огляді театральних вузів в м.Києві спектакль "Кам'яний господар" Лесі Українки, здійснений наступним випуском студентів, керованих доцентом Я.Г. Азімовим отримав високу оцінку театральної громадськості України.

Талант Я.Г. Азімова, як актора включає вміння володіти своїм голосом, дуже виразною мімікою, жестом, рідкісну здатність керувати собою. Ці досягнення зумовлені, передусім, уміннями в процесі впливу "заражати" людей. Я.Г. Азімов мав прекрасні людські якості, тонкий смак, глибоку любов до роботи, педагогічну майстерність, але також мав принциповий характер. Усі ці якості дають нам право вважати доцента Я.Г. Азімова одним з кращих театральних педагогів факультету.

## Розділ третій

*Економіка, юриспруденція, політика, публічне адміністрування*

**Аверкова Вероника Андреевна**

*Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины*

Научный руководитель: Ранько Евгений Леонидович

*Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины*

### **ПЕРЕДАЧИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭФИРНОГО ИЛИ КАБЕЛЬНОГО ВЕЩАНИЯ КАК ОБЪЕКТ СМЕЖНЫХ ПРАВ ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

В современном гражданском обороте передачи организаций эфирного и кабельного вещания являются одним из наиболее востребованных объектов смежных прав. Их существование неразрывно связано с существованием объектов авторского права, так как смежные права вытекают из авторского права и являются производными от авторского права. Так, для того, чтобы возник такой объект смежного права, как «передача организации эфирного или кабельного вещания» необходим объект авторского права, которым является аудиовизуальное произведение.

Для передачи аудиовизуального произведения в эфир или по кабелю необходимо соответствующее техническое оборудование и каналы связи, которых, как правило, нет у авторского коллектива, создавшего произведение, поэтому аудиовизуальные произведения для их распространения передаются организациям вещания на основании соответствующего договора. Приняв соответствующее произведение организация вещания осуществляет его передачу произведения в эфир или по кабелю. С момент начала этого действие возникает рассматриваемый объект смежного права: передача организации эфирного или кабельного вещания. Таким образом, наблюдается неразрывная связь существования объектов смежных прав и объектов авторского права, однако, по причине принадлежности этих объектов к разным институтам гражданского права, их ассимиляция невозможна.

Тем не менее, то обстоятельство, что передачи организаций вещания воспринимаются конечным потребителем как продукт, направленный на одновременное зрительное и слуховое восприятие, дало повод некоторым юристам наделить их признаками, характерными для объектов авторского права, и послужило предпосылкой для смешения понятий «передача» и «аудиовизуальное произведение». Например, Е.В. Чуковская указывает, что «объектом смежных прав телевещательной организации являются ее передачи, то есть аудиовизуальные произведения, созданные самой организацией вещания либо по ее заказу другой организацией».

Однако у передачи организаций вещания и аудиовизуального произведения немало различительных признаков. В частности, критерием разграничения является характер деятельности субъектов, обладающих правом на соответствующий объект. Если деятельность автора является творческой и направлена на создание нового произведения, то деятельность вещательных организаций характеризуется оригинальностью, которая выражается в способах и приемах, с помощью которых авторские произведения становятся доступными для широкого круга лиц. Также, критерием разграничения является момент возникновения права на соответствующий объект, с которого начинается исчисление сроков правовой охраны объектов. Так, авторское право на произведение возникает в силу факта его создания, а смежные права на передачу организации вещания возникают с момента начала ее передачи в эфир или по кабелю. Кроме того, объектом смежных прав может быть признан лишь результат какой-либо деятельности, связанной с использованием оригинального авторского произведения, а объектов авторского права, в свою очередь, выступает само авторское произведение.



Таким образом, передачи организаций эфирного или кабельного вещания, являющиеся объектами смежных прав, не могут ассимилироваться с аудиовизуальными произведениями, охраняемыми авторским правом.

Для того, чтобы более точно уяснить, что собой представляют передачи организаций эфирного и кабельного вещания необходимо обратиться к определению данного понятия, которое содержится в статье 4 Закон Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах». Так, анализируя данное определение, можно отметить, что оно не дает однозначного представления о передаче как результате интеллектуальной деятельности в смысле статьи 980 Гражданского Кодекса Республики Беларусь вследствие употребления компиляции определений двух других терминов — «передачи в эфир» и «передачи по кабелю», что приводит к расхождению мнений ученых и практиков относительно трактовки определения данного объекта. А именно некоторые ученые передачу рассматривают как процесс, в результате которого сигналы передаются потребителю (трансляция), другие - как содержание, а именно совокупность звуков и (или) изображений; третьи - как совокупность сигналов, несущих содержание».

Таким образом, для эффективного правопонимания и правоприменения, а также недопустимости ассимиляции передачи организации вещания с аудиовизуальными произведениями, требуется усовершенствовать законодательство Республики Беларусь в части определения понятия передач организаций эфирного и кабельного вещания, а именно более четко закрепить объект охраны смежных прав организаций эфирного или кабельного вещания, в качестве которого выступает передаваемый сигнал.

**Уфімцева Ольга Юрїївна**

Кандидат технічних наук, доцент

*Державний вищий навчальний заклад*

*«Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»*

## **РОЗРОБКА МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ОСВІТИ**

Актуальність роботи. Створення та впровадження системи електронної освіти (е-освіти) потребує економічного обґрунтування, в основу якого необхідно покласти принцип ефективності як раціональне співвідношення між витратами на створення системи та цільовими ефектами, досягнутими завдяки її функціонуванню.

Мета роботи – систематизувати фактори, використовувані при вимірюванні результативності та ефективності впровадження е-освіти;

Економічний аспект функціонування інформаційної економіки проведено в роботах Гарашук О. В., Куценка В. І., Когаловського М. Р., Парінова С. І. [2, 4]. Впровадження інформаційно-комунікативних технологій в системі освіти розглядаються у роботах Бикова В. Ю., Гуревича Р. С., Козяра М. М. [1, 3]. Але, проблема вартісної невизначеності інформації приводить до недооцінки позитивних зовнішніх ефектів, що виникають у сфері інформаційної економіки. Віддаючи пріоритет вартісним показникам неможна не враховувати досягнення, які мають якісний характер.

Оцінка ефективності впровадження системи е-освіти ускладнюється тим, що отримані переваги не завжди можуть бути виміряні у грошовому вираженні, та адекватно оцінені наслідки інтеграції навчального закладу в сферу міжнародної освітньої діяльності.

Підхід до оцінки діяльності в інформаційній сфері можна розглянути на прикладі оцінки ефективності впровадження електронного уряду, яка проводиться шляхом вимірювання ступеню покращення показників діяльності об'єктів впливу е-врядування. Дані щодо результатів впровадження е-уряду у ЄС [5], як приклад розрахунку можливих зисків, включають відсоткове значення покращення певних показників.

За таким же підходом можна сформулювати зиски від впровадження електронної освіти, та розробити відповідні відносні показники на основі даних, щодо витрат, які існують сьогодні по кожному з перелічених складових. Система оцінки за допомогою відносних показників може бути застосована при виведенні загального комплексного показника економічної ефективності реалізації програм е-освіти.

Для оцінки ефективності впровадження системи електронної освіти треба систематизувати загальні витрати та зиски (рис. 1).

Витрати	Зиски	
	Кількісні	Якісні
- створення законодавчої бази та підтримки	- підвищення доходів за рахунок збільшення кількості студентів	- переваги, обумовлені експерентною («піонерною») стратегією
- обладнання приміщень та проведення комунікацій	- скорочення адміністративних витрат на диспетчирізацію	- підвищення престижу ВНЗ
- закупка обладнання та поширення Інтернет-мережі	- можливість отримати міжнародні гранти	- покращення суспільного добробуту через просування досвіду впровадження ІКТ
- заробітна плата ІТ спеціалістів	- скорочення транспортних, поштових та інших комунікативних витрат	- прозорість системи освіти що дозволяє: унеможливити корупцію, виключити зневажливе ставлення до навчання з боку викладачів, контролювати процес навчання з боку батьків, підвищити довіру інвесторів
- придбання програмного продукту, патентів, ліцензій		- підтримка конкуренції, забезпечення чесної конкуренції
- користування зовнішніми сервісами (у т.ч. «хмарними»)		- скорочення часу на звітність та диспетчирізацію
- кваліфікаційна підготовка робітників		- активізація зворотного зв'язку між викладачами та студентами
- витрати на адміністрування сайтів		
- створення центрів для проведення контролю та територіальних пунктів доступу		

Рис. 1. Систематизація витрат та зисків від впровадження системи е-освіти

Наведений на рис. 1 перелік витрат і зисків показує, що процес оцінки економічної ефективності створення системи е-освіти значно ускладнюється завдяки наявності якісних зисків. Але перелік цих зисків треба брати до уваги при прийнятті рішення щодо створення системи електронного навчання.

Впровадження системи електронної освіти потребує розробки комплексної оцінки ефективності на основі систематизованих в роботі факторів та запропонованого підходу до вимірювання якісних показників ефективності.

Список використаних джерел

1. Биков В. Ю. Інноваційний розвиток засобів і технологій систем відкритої освіти / В. Ю. Биков // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: 36. наук. праць. – 2012. – Вип. 29. – С.32-40.
2. Гарашук О. В., Куценко В. І. Вища освіта України: траєкторія підвищення її якості / О. В. Гарашук, В. І. Куценко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2015. – №819. – С. 381-390.
3. Гуревич Р. С., Кадемія М. Ю., Козяр М. М. Інформаційно-комунікаційні технології в професійній освіті майбутніх фахівців: монографія. 2-е видання / Р. С. Гуревич, М. Ю. Кадемія, М. М. Козяр; за ред. Гуревича Р. С. – Львів: Вид-во ЛДУ БЖД, 2015. – 380 с.
4. Коголовский М. Р., Неволин И. В., Паринов С. И. Развитие научных коммуникаций как условие модернизации оценки научной результативности / М. Р. Коголовский, И. В. Неволин, С. И. Паринов // Epistemology & Philosophy of Science. – 2017. – №1. – Т.51. – С. 188-205.
5. KOF Index of Globalization. – Режим доступу: <http://globalization.kof.ethz.ch>. – Заголовок з екрану. – Мова англ.

**Яровой Тихон Сергійович**

Кандидат наук з державного управління, доцент  
*Міжрегіональна академія управління персоналом*

### **ЛОБІЗМ ЯК СУСПІЛЬНИЙ ФЕНОМЕН: ПРОБЛЕМАТИКА УСВІДОМЛЕННЯ**

Становлення в Україні демократичної, правової держави, наближення вітчизняних державотворчих процесів до кращих європейських зразків, все це вимагає не лише політичної волі керівництва та формування певних державних інститутів а й переосмислення громадянами їх поглядів на державу, законодавство, ті чи інші політичні, правові, економічні процеси та механізми, що є характерними для демократичного суспільства в умовах ринкової економіки. Відповідно до ст. 5 Конституції України носієм суверенітету і єдиним джерелом влади в Україні є народ [1], а отже саме народ повинен безпосередньо та опосередковано приймати участь в державному управлінні, впливати на процеси, що протікають у вищих органах державної влади.

Одним з дієвих інструментів суспільного впливу на органи державної влади в демократичних країнах є лобізм. У загальний вжиток слово «лобі» увійшло з 1553 року спочатку на позначення коридорів у монастирях, де зустрічалися світські особи й духовенство для обговорення політичних справ, а з 1640 року – приміщень довкола залів засідань у будинку Палати громад парламенту Великобританії, де проходили зустрічі законодавців з громадянами [2, с. 376]. Таким чином у західних суспільствах лобізм ось уже кілька століть є відомим і поширеним інструментом політичного впливу.

У вітчизняній науці питання лобізму почало досліджуватися не так давно. Як зазначає В. Сумська, саме поняття «лобіювання» (або «лобізм») у Радянському Союзі мало виключно негативне забарвлення й асоціювалося з підкупом можновладців. При цьому вважалося, що явище лобіювання притаманне тільки американському буржуазному суспільству, і в межах наукового комунізму активно критикувалося [3, с.15-16]. Для порівняння, в 50-ті роки ХХ століття американський політолог Д. Трумен характеризував лобіювання як природне право громадян представляти власні інтереси за допомогою лідерів груп впливу [4]. Ставлення до лобізму як суспільного феномену, що не має виключно негативного забарвлення, розгорнуло дискусію вітчизняних науковців лише зі здобуттям Україною незалежності. Так, як зазначають М. Недюха і М. Федорін «Лобізм у його позитивному сенсі постає життєво необхідним інститутом демократичного процесу, бо є системою організаційного оформлення представництва різноманітних групових інтересів, формою законного впливу груп тиску на прийняття управлінських рішень державних органів із метою задоволення інтересів певних соціальних структур (організацій, територіальних асоціацій, верств суспільства тощо)» [5]. Таким чином, припинення одностороннього сприйняття лобізму призвело до переосмислення його ролі, наштовхнуло українських вчених на шлях дослідження цього явища, замість калькування пропагандистських штампів.

В цілому ж протягом останніх десятиліть проблематиці лобізму було присвячено дослідження ряду вітчизняних вчених – політологів, філософів, фахівців у сфері державного управління, зокрема О. Дягілева, М. Недюхи, В. Нестеровича, О. Одінцової, В. Сумської, П. Шляхтуна, Однак питання сприйняття цього явища громадянами, його усвідомлення, залишається відкритим.

Наразі існує чимало вітчизняних визначень лобізму. Український політолог П. Шляхтун визначає лобіювання як «організований вплив різних суспільних груп на представників органів державної влади з метою прийняття вигідних для себе рішень» [6, с. 71]. Такий варіант є дещо спрощеним, однак в цілому передає сутність цього явища в контексті розуміння його як суспільного феномену.

Український народ, в процесі розбудови власної державності, повільно але впевнено переосмислює систему цінностей, що лишилась нам у спадок від радянських часів. Одним з явищ, що потребує подальшого переосмислення, усвідомлення важливості, дослідження та

активного застосування громадянами є лобізм. Нам лишається сподіватися, що прагнення науковців, спільні зусилля представників різних галузей знань принесуть плоди і лобізм в Україні стане суспільним феноменом, який утверджуватиме демократичні цінності, вестиме наш народ шляхом усвідомлення своєї ролі носія справжньої влади в державі, а нашу країну – до процвітання.

Список використаних джерел

1. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. The Oxford English dictionary. Being a corrected reissue with an introduction, supplement and bibliography of a new English dictionary on historical principles / Edited by James A.H. Murray, Henry Bradley, W.A. Craigie, C.T. Onions. Vol. VI., Oxford : Clarendon Press, 1970p. – 820 p.
3. Сумська В. В. Інституціоналізація лобіювання в державному управлінні України. – Дисертація канд. наук з держ. упр.: 25.00.01, Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Харків. регіон. ін-т держ. упр. Харків, 2014 р. 200 с.
4. Truman David B. The Governmental Process: Political Interests and Public Opinion / David B. Truman. Westport, Conn.: Greenwood Press, 1981 (originally published in 1951). 544 p.
5. Недюха М. Лобізм як соціально-політичний феномен: сутність і засоби впливу [Електронний ресурс] / М. Недюха, М. Федорін // Віче, 2010 р. № 3. – Режим доступу: <http://veche.kiev.ua/journal/1857/>
6. Шляхтун П. П. Парламентаризм: словник-довідник / П. П. Шляхтун // К.: Парламентське вид-во, 2003 р. – 151 с.

**Похно Вікторія Олександрівна**

*Національний університет водного господарства та природокористування*

## ОСОБЛИВОСТІ УМОВ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Ефективність використання робочої сили та якісні показники трудових ресурсів значною мірою залежать від умов праці. Несприятливі умови праці є одним із факторів, що негативно впливає на економічні та соціальні результати діяльності підприємства. На сучасному етапі розвитку в Україні спостерігається загострення проблеми у сфері організації безпечних умов праці, яка характеризується наявністю та зростанням питомої ваги небезпечних і шкідливих виробничих факторів у загальній системі виробничих факторів, що підвищують ризики ушкодження для здоров'я та життя працівників.

Питома вага працівників, зайнятих на роботах зі шкідливими умовами праці в 2017 р. в середньому по Україні становила 28,4% до облікової кількості штатних працівників. Слід відмітити, що значення даного показника з 2013 р. має незначну спадну динаміку. Так, впродовж останніх років кількість найманих працівників, зайнятих на роботах зі шкідливими умовами, зменшилася на 759,9 тис. осіб [1]. Кількість штатних працівників які працюють у несприятливих умовах праці суттєво різняться за видами економічної діяльності. Найбільша питома вага спостерігається в добувній промисловості і розробленні кар'єрів – 67,9%, зокрема в добування кам'яного та бурого вугілля – 81,2%. Найменше працівників зайнятих на роботах зі шкідливими умовами праці, задіяно на підприємствах телекомунікації – 10,7%, сільського господарства та наданні пов'язаних із ним послуг – 12,6 %. Питома вага працівників, зайнятих на роботах зі шкідливими умовами праці в регіональному розрізі найвища у 2017 році була у Донецькій, Дніпропетровській та Запорізькій областях (47,1%, 42,1% та 36,8% відповідно). Слід відмітити, що у Дніпропетровській області прослідковується стійка тенденція зростання даного показника, тоді як в Донецькій та Запорізькій областях в порівнянні з 2013 р. відбулося його зменшення, відповідно на 4,1% та 0,8% [1].

У 2017 р. в Україні на працівників більшою мірою впливало перевищення гігієнічних нормативів виробничого шуму, ультразвуку, інфразвуку (16,1%), мікроклімату (12,7%), напруженості праці (12,8%) та хімічних факторів (11%). Вплив шкідливих факторів на працівників різняться залежно від видів економічної діяльності. Такий шкідливий виробничий фактор, як мікроклімат спостерігається на підприємствах добувній промисловості і розробленні кар'єрів – 37,0% працівників, зайнятих на роботах зі шкідливими умовами праці в промисловості. Частка працівників, які працюють при перевищенні виробничого шуму, ультразвуку, інфразвуку складає 42,8% на підприємствах добувній промисловості і розробленні кар'єрів, із них 50,9% – добування кам'яного та бурого вугілля. Найвище значення кількості штатних працівників, зайнятих в умовах перевищення гігієнічних нормативів за шкідливими

виробничим фактором – мікрокліматом в регіональному розрізі у 2017 р. спостерігається в таких регіонах як Запорізька та Дніпропетровська області (25,1%, 23,5% відповідно). Динаміка даного показника протягом 2015-2017 рр. має тенденцію до зростання. В Закарпатській та Одеській областях у 2017 р. даний показник мав найнижчі значення – 2% та 5,2% відповідно. Динаміка даного показника протягом 2015-2017 рр. має змінну динаміку.

Розподіл за статтю кількості працівників, зайнятих на роботах зі шкідливими умовами праці показав, що у 2017 р. він становив: 658,4 тис. чоловіків та 180,2 тис. жінок. Аналіз статистичних даних показав, що в 2017 р. в Україні нараховувалося 7095 підприємств, на яких працівники зайняті на роботах зі шкідливими умовами праці, що становить 42,4% до обстежених, з них лише 30,4% пройшли атестацію у 2017 р. В регіональному розрізі найбільше підприємств, на яких працівники зайняті на роботах зі шкідливими умовами праці знаходиться у Вінницькій обл. – 514, що становить 62,6% до обстежених, з них лише 30,7% пройшли атестацію у 2017 р. [1].

Основними причинами сучасних несприятливих умов праці на підприємствах України є:

- моральна та фізична зношеність і застарілість обладнання;
- невідповідність значної частини техніки санітарно-гігієнічним, ергономічним або технічним вимогам безпеки праці;
- відсутність зацікавленості у роботодавців щодо покращення умов виробничого середовища;
- недостатній рівень організації безпечних умов праці;
- погіршення якісних характеристик робочих місць;
- неадекватність структури і форм професійної підготовки і перепідготовки кадрів вимогам сучасного ринку праці;
- недоліки системи дотримання норм трудового законодавства з раціонального режиму праці та відпочинку.

Організація праці, при якій ігноруються безпечні умови праці, підриває економічну ефективність підприємства, його конкурентоспроможність і не може бути основою для стратегії сталого розвитку, тому проблема покращення умов праці для будь-якого підприємства чи організації є сьогодні особливо актуальною. Дотримання норм охорони праці та створення безпечних умов праці позитивно впливає не тільки на збереження життя і здоров'я працівників, а й на фінансово-економічний стан підприємства загалом. Здійснення заходів з покращення умов праці, зменшення виробничого травматизму і професійних захворювань, окрім великого соціального ефекту, впливає і на економічний результат підприємства, через збільшення періоду професійної активності працівників, підвищення продуктивності праці, зменшення плинності кадрів, зменшення матеріальних витрат підприємства на оплату відшкодувань працівникам у разі нещасного випадку на виробництві.

Шляхом проведених науковцями досліджень з'ясовано, що заходи з покращення умов праці підвищують продуктивність праці на 15-20%. Правильна організація робочого місця забезпечує збільшення продуктивності праці на 21%, продумане використання музики – на 12-14%, раціональне фарбування приміщень – на 25% тощо [2].

В сучасних умовах господарювання для покращення умов праці на підприємствах необхідно залучати у виробництво найновішу техніку та впроваджувати найбільш раціональні технологічні процеси, які б усували небезпечні та шкідливі для здоров'я фактори, розробляти і впроваджувати заходи, спрямовані на профілактику травматизму, професійних захворювань та підвищення культури виробництва. Поліпшенню умов праці на підприємствах України буде сприяти і використання зарубіжного досвіду в галузі охорони праці, шляхом реалізації таких заходів, як податкові пільги на засоби, які застосовуються для оздоровлення умов праці, диференціація страхових внесків залежно від частоти і тяжкості травматизму і професійних захворювань, застосування санкцій за бездіяльність власників щодо поліпшення умов праці.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Гринюк Т. Ю. Сучасні проблеми поліпшення умов праці на підприємстві. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis\\_64.exe?..](http://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?..)

**Гончаренко Тетяна Ігорівна**

*Луганський національний аграрний університет*

### **АКТУАЛІЗАЦІЯ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

У сучасних умовах швидкої зміни ринкового середовища вирішальним фактором розвитку суб'єкта господарських відносин є персонал, який забезпечує довготривале, успішне функціонування та позитивну репутацію підприємства, організації, закладу, установи. В умовах сучасної трансформації ринкової економіки України розвиток малих підприємств є важливим для більш перспективного розвитку економіки держави. Сучасна економіка розвинених країн світу базується в основному на малому та середньому бізнесі. Зокрема, їх частка у валовому внутрішньому продукті багатьох європейських країн перевищує 50 % (Італія – 70 %, Німеччина – 60 %, Франція – 52 %), в Польщі – 47 %, Російській Федерації – 22 %, Білорусі – 23 %). В Україні ж мале підприємництво знаходиться лише на етапі становлення (частка внеску до валового внутрішнього продукту становить 12-14 %) [1].

Основними принципами підприємництва є: вільний вибір діяльності; залучення на добровільних початках до здійснення підприємницької діяльності майна й засобів юридичних осіб і громадян; самостійне формування програми діяльності й вибір постачальників і споживачів виготовленої продукції, установлення цін відповідно до законодавства; вільне наймання працівників; залучення й використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних і інших видів ресурсів, використання яких не заборонено або не обмежено законодавством; вільне розпорядження прибутком, що залишається після внесення встановлених законодавством платежів; самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності. В Україні підприємницька діяльність здійснюється на основі будь-якої організаційної форми, які передбачені законодавством України.

Розвиток малого підприємництва потребує значної зовнішньої підтримки та удосконалення внутрішнього процесу управління. Окремим напрямом подальших наукових досліджень щодо проблем розвитку підприємництва, в т. ч. малого, в Україні є аналіз ефективності мотивації праці управлінських консультантів на рівнях управління підприємств [Додатково див. 2].

Існування та оптимальне співвідношення великих, середніх і малих підприємств є запорукою ефективного розвитку економіки. Розвиток малого бізнесу в Україні на даний час повинен стати одним із пріоритетних напрямів політики, оскільки надає змогу вирішити низку проблем не лише економічного, а й соціального характеру. Суб'єктами малого підприємництва станом на 2017 р. зареєстровано майже 1,5 млн. суб'єктів, які стикаються з проблемами неефективного використання різних видів ресурсів, що є наслідком зниження продуктивності праці персоналу, зменшення рівня його відповідальності та зацікавленості в результатах своєї діяльності [3].

Таким чином, на сучасному у етапі розвитку ринкових відносин в Україні питання розвитку нових форм господарювання набуває особливого значення. Формування ринкової економіки в Україні пов'язане із зростанням підприємницької активності в усіх галузях. Розвиток саме малого бізнесу є одним із найперспективніших засобів створення конкурентної ринкової системи. Малий і середній бізнес вважається найбільш динамічним елементом у структурі господарської діяльності. Кризові явища, котрі нині відбуваються у світовій та вітчизняній економіці, не залишили осторонь і банківський сектор економіки, який безпосередньо впливає на функціонування малого і середнього бізнесу в Україні [4].

Розвиток господарської діяльності малих та середніх підприємств зможе здійснити структурну перебудову економіки, забезпечити ринок різноманітним товарів та послуг, а також посилити конкурентоспроможності на вітчизняному та світовому ринках. Також, розвиток малих та середніх підприємств в Україні нерідко пов'язують з подоланням бідності та безробіття. Тим часом у його тіні часто лишається така найчисленніша частина малого бізнесу,

як мікробізнес. Маючи кількох зайнятих крім власне господаря та обсяги реалізації у кілька десятків тисяч євро за місяць, цей тип бізнесу суттєво відрізняється від решти малих і середніх компаній, які часто мають десятки найманих працівників і мільйони та десятки мільйонів євро річної виручки. Тим часом за своєю соціальною вагою і потенційною роллю в соціально-економічних та навіть суспільно-політичних трансформаціях в Україні найдрібніший бізнес може й повинен відігравати важливу роль.

Список використаних джерел

1. Турчак В.В. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні / В.В. Турчак // Молодий вчений. – 2013. – № 1(01). – С. 39-44.
2. Попадинець І. Р. Моніторинг ефективності мотивації праці управлінських консультантів на рівнях управління підприємств / І.Р. Попадинець // Соціально-гуманітарний вісник. – 22. – 2018. – С. 42-44.
3. Зеленько Г.І., Ганжурова Л.Ю. Мотивація як чинник підвищення ефективності праці персоналу підприємства / Г.І. Зеленько, Л.Ю. Ганжурова // Ефективні моделі управління в сучасних умовах: теорія і практика: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції. – Кіровоград: Ексклюзив-Систем, 2016. – 267 с.
4. Бондаренко С.С. Внесення змін до мотивації персоналу як головна умова застосування концепції постійного вдосконалення на українських підприємствах / С.С. Бондаренко // Гуманізація соціального управління: Тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції 29 квітня 2008 р. – Х.: ФОП Александрова К.М., 2008. – С. 18-22.

**Любіна Олександра Владиславівна**  
*Луганський національний аграрний університет*

### **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ**

Основна мета управління агромаркетингом – підтримка відповідності між станом маркетингового середовища і адекватною їй системою маркетингової діяльності підприємства АПК.

Як управляюча система в процесі управління маркетингом (суб'єктами управління) виступають керівництво сільськогосподарського підприємства і його служба маркетингу. В компетенцію керівництва входить наступне:

- визначення сфери діяльності (рослинництво, тваринництво, переробка і т.д.), територіальних меж діяльності, виду власності і т.д.;
- постановка загальних цілей підприємства (обсяг виробництва, продажу, заняття певної частки ринку і т.д.);
- формування корпоративної культури – єдиної системи цінностей, норм і правил діяльності, які повинні знати і дотримувати всі працівники.

Основним інструментом дії керівника підприємства і його маркетингової служби на оточуюче середовище, у тому числі на цільовий ринок, є комплекс маркетингу. І тут йдеться в першу чергу про інноваційну діяльність підприємства сільського господарства і планування виробничого і товарного асортиментів, формуванні цінової політики, побудови системи маркетингових комунікацій, що включає рекламу, паблік рилейшнз, стимулювання збуту і особисті продажі.

Найважливіша задача управління агромаркетингом полягає в активній дії на ринок, зокрема на рівень і характер попиту, для досягнення ринкових цілей, поставлених перед підприємством.

Фахівці виділяють вісім основних ситуацій, що характеризують стан попиту. Кожній з них відповідають певний набір задач по управлінню маркетингом і тип маркетингу.

Негативний попит характеризується ситуацією, при якій ринок відкидає даний товар незалежно від його якості і споживацьких властивостей. Задача агромаркетингу полягає в детальному аналізі причин неприязні до товару і, якщо це можливо, в зміні негативного відношення до нього ринку, стимулюванні зародження попиту і доведенні його до рівня, відповідного пропозиції. Маркетинг, який вирішує вказані проблеми, називається конверсійним.

За відсутності попиту на товар (байдужому відношенні споживачів) мета маркетингу – пов'язати достоїнства цього товару з потребами покупців. Для досягнення вказаної мети необхідний, стимулюючий маркетинг.

Потенційний (що формується) попит спостерігається в тому випадку, якщо потреби покупців, що вимагають свого задоволення, вже існують, тоді як товари, здатні їх задовольнити, відсутні. Перетворити потенційний попит на той, що реально пред'являється – задача розвиваючого маркетингу.

Падаючий (що знижується) попит характерний для більшості товарів, що досягають стадії спаду в своєму життєвому циклі.

Такий попит потребує заходів по його поживленню, і, якщо це необхідне, підприємство використовує ремаркетинг.

Попит, що коливається, характеризується коливаннями його обсягу і структури, не співпадаючими в часі з обсягом і структурою пропозиції товарів. Якщо ці коливання носять достатньо стійкий циклічний характер, то підприємство може протиставити їм систему заходів синхромаркетингу.

Найсприятливішою і бажаною ситуацією є відповідність попиту пропозиції за обсягом і структурою. Підтримка попиту на досягнутому рівні протягом проміжку часу, оптимального з погляду підприємства, – задача підтримуючого маркетингу.

Якщо попит на товар значно перевищує пропозицію, а виробник не має нагоди або не вважає за необхідне збільшити останнє, необхідне вживання демаркетингу.

І, нарешті, існують товари, попит на які є ірраціональним (небажаним) з погляду благополуччя споживача або суспільства в цілому. До них відносять наркотики, а іноді – тютюнові вироби і спиртні напої.

Маркетинг на підприємстві сільського господарства – лише частина системи менеджменту, і якщо не здійснюватимуться всі інші його функції (управління виробництвом, кадрами, розробка нових виробів і т.д.), маркетинг даремний.

Доходи які одержує підприємство завдяки маркетингу, звичайно, повинні забезпечувати нормальну його прибутковість, тобто виручка за продану продукцію повинна покривати всі витрати і давати прибуток, достатній для подальшого розвитку і задоволення інших потреб (створення спеціальних фондів і т.д.). Інакше агромаркетинг неефективний.

Вірно поставити цілі маркетингу, оптимально пов'язати можливості ринкової ситуації, науково-виробничий, збутовий і сервісний потенціал підприємства. Це питання правильної оцінки стану ринку, стану самого підприємства, гарних методик розрахунку, прогнозу тенденцій маркетингового середовища.

**Серченко Валентина Богданівна**

*Луганський національний аграрний університет*

## СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

Останнім часом слово стартап стало дуже популярним. Дана тема стає все більш актуальною в Україні. Для нашої держави це порівняно нове поняття, але українці все частіше виходять на глобальний ринок інноваційних технологій з успішними проектами. Звернемось до понять «ринок» та «стартап». Ринок – це сукупність економічних відносин, що виникають між виробниками і споживачами у процесі вільного еквівалентного обміну виробленими благами (послугами), який організований за законами товарного виробництва і грошового обігу. З цього визначення ринку випливає, що, по-перше, ринок завжди обумовлюється природою виробництва, хоч йому властива значна самостійність і він активно впливає на всі відтворювальні процеси, їх кінцеві результати та ефективність. Стартап (від англ. Start-up – «запуск») – компанія з невеликою історією розвитку, яка перебуває у фазі становлення і вивчення перспектив ринку. Іншими словами, стартап – це процес виходу на ринок



новоствореної компанії з інноваційним проектом за короткі терміни і зазвичай за мінімальних вкладень.

Наведено приклад найвідоміших українських стартапів:

- ROZETKA. Ідея створення інтернет-магазину, який став безумовним лідером свого сегменту, з'явилася випадково, розповідає керівник проекту Rozetka Владислав Чечоткін. Робота над проектом Rozetka почалася у вересні 2004 р., а перші продажі відбулися в червні 2005 р. На старті і в перший рік роботи в проект довелося вкласти близько \$250 тис.

- Нова пошта. Історія компанія «Нова пошта» почалася в лютому 2001 р., коли університетські друзі В'ячеслав Клімов і Володимир Поперешнюк вирішили заснувати спільну справу. На початку 2000-х рр. в Україні не існувало ринку доставки: його замінювали провідники поїздів і водії маршруток. Передача посилки без будь-яких гарантій через незнайомих людей передбачала багато ризиків. Тоді В'ячеслав і Володимир поставили мету – прищепити українцям культуру безпечних і легких відправок. І ось у 2009 р. «Нова пошта» стає лідером ринку експрес-доставки в Україні. Компанія розширюється вражаючими темпами, щорічно збільшуючи обсяги перевезених вантажів втричі. У 2015 р. проект був відзначений нагородою в номінації «Бізнес, який змінює країну» від центру розвитку КСВ в Україні.

BoikoStartup. Cambridge English Centre Boiko School. Найкраща в Харкові школа англійської мови, лідер серед приватних шкіл протягом 20 років. Boiko StartUp – це авторизований центр підготовки та здачі міжнародних екзаменів з англійської мови, офіційний партнер Кембриджського університету – Cambridge English Language Assessment.

Найвідоміші українські стартапи за кордоном:

- Petcube – один з перших українських hardware-стартапів, що став відомим за кордоном. Засновники проекту Алекс Нескін, Ярослав Ажнюк та Андрій Клен створили робота, який грає з тваринами, поки господарів немає вдома.. Ця ідея так сподобалася Інтернет-користувачам в усьому світі, що на її реалізацію вони не пошкодували \$250 тис.

- PassivDom – перший у світі цілком автономний будинок, що працює винятково на сонячній енергії – розроблений в Україні. Його можна звести за один день, прилаштувати на будь-якій землі і за бажання – перевезти в іншу точку за кілька годин. Уранці клієнт замовляє будинок, а вже ввечері в ньому оселяється.

Таким чином, на основі вище сказаного матеріалу можна зробити висновок, що за останні роки стартап-індустрія в Україні значно виросла, збільшилась не лише кількість проектів, але і обсяг інвестицій в них. Сьогодні експерти сперечаються про якість вітчизняних стартапів – одні вважають, що вони поки не можуть конкурувати з західними, інші ж, що їх рівень значно зріс. Інтерес до українських стартапів зі сторони іноземних інвесторів також помітно зріс. Проаналізувавши ринок стартапів в Україні можна констатувати: 1) щороку на українському ринку з'являється від 300 до 500 нових стартапів; 2) сумарна кількість стартапів, які постійно є на ринку, тобто, вдало працюють близько 900 проектів. 3) приблизно з 600 стартапів в рік виживає лише кілька десятків (20-40).

Сьогодні стартап-проекти в Україні набувають все більшого розвитку, адже криза змушує початківців бути більш креативними. За версією світового рейтингу стартап-сервісу STARTUP RANKING, в якому досліджувалась ситуація в 150 країнах, Україна зайняла 43 місце. Дослідники нарахували 228 стартап-проекти, що є досить високим результатом. Отже, проаналізувавши ринок стартапів України ми дійшли висновку, що основними проблемами розвитку стартапів є недостатня підтримка з боку держави та відсутність сприятливого інвестиційного клімату, та не зважаючи на ряд проблем, в Україні вже є чимало стартапів, які здобули популярність на внутрішньому ринку та претендують на глобальний масштаб.

*Наведена інформація не є рекламою. Назви виробників, знаків для товарів та послуг, прізвища та імена персоналії згадуються з метою інформування читача про наявність певної продукції та її виробників.*

**Петрина Вікторія Миколаївна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **ІННОВАЦІЇ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ**

У сучасних умовах банки стали надзвичайно чутливими до зміни вподобань своїх клієнтів, тому рівень конкуренції між банками надзвичайно високий. То ж, першочерговим завданням кожного банку є завоювати нового та втримати існуючих клієнтів.

Сьогодні існує безліч варіантів визначення «банківські інновації». Матвійчук Н. М визначає банківську інновацію як «синтетичне поняття про діяльність банку у сфері інноваційних технологій, направлене на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування і розміщення ресурсного потенціалу за допомогою нововведень, які сприяють клієнтам в отриманні прибутку» [1].

Клієнт є основним двигуном інноваційного розвитку банків. У системі банківських послуг для корпоративних клієнтів 60% інновацій запропонував сам клієнт. У випадку приватних клієнтів відносно половини інновацій клієнт був ініціатором. Тобто, можна зробити висновок, що завдяки потребам і вимогам клієнтів з'являються інновації в банківській сфері [2].

Основними напрямками українських банківських інновацій в останні роки стали:

1. Інтернет та мобільний банкінг.
2. Безкарткові розрахунки.
3. Активізація присутності в соціальних мережах.
4. Доступність терміналів самообслуговування.
5. Режим роботи «24/7».
6. Електронна решта (послуга, коли решта в копійках переводиться на рахунок чи поповнює мобільний телефон клієнта).
7. Індивідуалізація потреб клієнтів [3].

Станом на 1 січня 2017 року 30 із 96 банків, що становить 31% не мають систем інтернет банкінгу та пропонують клієнтам управляти своїми рахунками через відділення за допомогою операціоністів; притому, що на початок 2017 року проникнення Інтернету в Україні досягнуло 65% та охопило 21,6 мільйонів осіб [4].

Українців найбільше цікавить перегляд залишку на їх рахунку, що становить 19%, далі йде оплата комунальних послуг, послуг мобільного зв'язку та мережі Інтернет – 16%, отримання інформації про всі відкриті рахунки і банківські продукти – 11%, також досить популярними нині стають перерахунок коштів між власними рахунками та здійснення платежів у національній валюті, що разом становлять 18%, інші можливості інтернет-банкінгу є менш затребуваними серед українського населення [5].

Проте, ввести на ринок нову інновацію – лише пів справи. Необхідно перед ініціюванням продажу продукту впевнитися в необхідності та рентабельності цієї ідеї, адже будь-яке нововведення потребує чимало коштів та невірний крок може не лише бути марним капіталовкладенням а й зіпсувати репутацію банку серед конкурентів та потенційних клієнтів. Необхідно попередньо провести дослідження та аналіз ринку, переглянути аналогічні продукти за кордоном, виявити потреби споживачів тощо. Адже саме за інноваціями майбутнє банківської сфери і той хто встигне першим має можливість стати лідером на банківському ринку.

Так, багато світових діджитал-банків почали відкривати відділення у вигляді кав'ярень чи вільних просторів, куди клієнт може прийти випити кави і поспілкуватися з менеджером про свої потреби чи претензії. Жодних банківських операцій в таких відділеннях не проводиться, лише налагоджується співпраця між банком та клієнтами [3].

Лідером ринку банківських послуг в Україні у сфері інновацій є АТ КБ «ПриватБанк». Серед різноманітних нововведень цього банку є: безконтактний Android-банкомат – перший у світі банкомат без екрану і клавіатури, який дає змогу отримувати готівку за допомогою мобільного телефону; за допомогою мобільного NFC-гаманця можна здійснювати безконтактні

платежі з будь-якого банківського рахунку або картки чи смартфона без стікерів чи secure-елементів [1], особистий кабінет для клієнтів також є дуже зручним у користуванні для кожного та не має аналогів на українському ринку.

Від впровадження інновацій не відстає і АТ «Райффайзен банк Аваль», котрий відкриває нові діджитал – відділення, де кожен може скористатися діджитал-стендом, для розрахунків онлайн. Також цього року було випущено новий Райффайзен Онлайн для фізичних осіб, який є досить зручним у користуванні. Також вже майже кожен клієнт цього банку влаштував собі мобільний додаток «Raiffeisen Pay», що дозволяє розраховуватися лише дотиком мобільного телефону.

Як висновок, зауважимо, що дійсно, банківська сфера в Україні розвивається з кожним роком все швидше завдяки введеним інноваціям. Адже зручність, простота у користуванні та відсутність бюрократії ставить українські банки в ряд з європейськими. В майбутньому кожен банк буде пропонувати широкий спектр інноваційних продуктів та сервіс без зайвих формальностей аби підтримувати статус конкурентоспроможної фінансової установи.

Список використаних джерел

1. Розвиток інновацій у сучасній банківській сфері України / Н.М. Матвійчук, Н.Ю. Бурлачук, Ж.В. Гарбар // Молодий вчений. – 2015. – № 5 (20). – Ч. 2.
2. Інноваційні технології банківської діяльності як елемент сучасного економічного мислення / О.В. Меренкова // Сучасна картина світу: Природа, суспільство, людина: збірник наукових праць. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – С. 186-194.
3. Банківські інновації як необхідність ефективного функціонування банківського ринку / Л. П. Бондаренко, М. П. Політіло.
4. Офіційний сайт Інтернет-асоціації України (ІНАУ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://inau.ua>.
5. Оцінка стану дистанційного обслуговування клієнтів в банках України / Ю. І. Онищенко, Д. О. Дем'яновська // Приазовський економічний вісник. – 2017.

*Наведена інформація не є рекламою. Назви виробників, знаків для товарів та послуг, прізвища та імена персоналії згадуються з метою інформування читача про наявність певної продукції та її виробників.*

**Филоненко Виктория Вадимовна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Українські ритейлери, намагаючись не дуже відставати від світових лідерів галузі продаж, все частіше використовують стратегії бренд-менеджменту з метою здобуття конкурентних переваг. Водночас, ціла низка об'єктивних чинників (динамічна мінливість зовнішнього середовища, випереджаючі темпи зростання кількості торговельних мереж та товарів, швидкий розвиток інноваційних процесів) визначає нагальну актуальність розробки теоретичного підґрунтя впровадження засад бренд-менеджменту.

Сьогодні бренди посідають особливе місце у нашій свідомості, адже є відображенням позитивного, емоційного чи іміджевого образу товару (компанії), іноді навіть його унікальних властивостей та характеристик. Місце бренду в системі маркетингу є предметом вивчення багатьох науковців, як українських, так і зарубіжних. Здебільшого бренд (брендинг) відносять до складової комплексу маркетингових комунікацій чи навіть товарної політики компанії.

Разом з тим у сучасному суспільстві бренди несуть значно більшу роль, вступаючи практично в усі сфери життя: економічну, соціальну, культурну і навіть релігійну [3, с. 6]. У зв'язку з цим як один з провідних символів економіки та інформаційного суспільства, бренди слід аналізувати з різних точок зору, таких як макроекономіка, мікроекономіка, соціологія, психологія, антропологія, історія, семіотика та філософія [4, с. 146].

Бренди можуть викликати глибоке почуття ностальгії та змусити відчувати комфорт від невизначеності чи не володіння певним об'єктом споживання [5, с. 4]. Найджел Холліс визначає світовий бренд як такий, що навіть перевершує культурні надбання, адже розвиває міцні та довірливі стосунки з споживачами різних країн та культур [2, с. 25]. Бренди можуть допомагати спілкуватися та будувати відносини з такими основними культурними категоріями, як статус, стать, вік та основними життєво важливими культурними цінностями, такими як сім'я, традиції та автентичність [5, с. 57].

Після розуміння важливості бренду в бізнесі йде наступний крок брендингу – управління брендом. Стратегічний бренд-менеджмент передбачає розробку та реалізацію маркетингових програм (заходів) щодо побудови, вимірювання та управління рівнем бренду [4, с. 9].

Брендинг або бренд-стратегія є чимось значно більшим, ніж просто ім'я або логотип бренду, який відомий у всьому світі. Більшість компаній розуміє, що вони працюють в умовах високоінтернаціоналізованого ринкового середовища, а це в свою чергу вимагає певної зрілості їх управлінської діяльності, відповідності міжнародним стандартам, нормам і правилам. Досягнення зрілості маркетингового управління забезпечує компаніям можливість адекватного функціонування у напруженому конкурентному середовищі світових товарних ринків. Стихійна конкуренція набуває форм свідомого, аргументованого і цілеспрямованого протистояння, що виявляється через зрілі і вивірені форми маркетингового управління.

Українські суб'єкти господарювання не мають достатнього досвіду системного просування і позиціонування українських брендів на міжнародних товарних ринках. Суть проблеми полягає в тому, щоб сформувати систему логічної й обґрунтованої маркетингової діяльності в процесі прийняття рішень щодо бізнес-поведінки на ринках домінування високих брендів, застосувати відповідні управлінські технології елітарного брендингу в умовах глобалізованого маркетингового середовища й оцінити як ефективність окремих управлінських заходів, так і результативність інтернаціоналізованої підприємницької діяльності в цілому [1, с. 33-34].

Таким чином основним інструментом в сучасних умовах є сильний бренд, який на відміну від «простого» бренду здійснює імперативний вплив на поведінку споживачів. В якості прикладу можна навести галузь моди або мобільних гаджетів (наприклад, смартфони та планшетні комп'ютери від Apple з багатолюдними чергами за пристроями нового покоління). Фізичний знос товарів за сучасних умов здійснюється компаніями з використанням «чесних» (зменшення якості товарів враховуючи їх термін перебування на ринку) та «нечесних» (директивна відмова від підтримки випуску, наприклад, програмного забезпечення, деталей для технічних пристроїв та ін.) методів.

Розуміння наведених економічних логік дозволяє чітко визначити напрями зосередження ресурсів компанії, підібрати релевантний маркетинговий інструментарій та окреслити базу для визначення ефективності роботи топ-менеджменту компанії, проведених маркетингових та інших заходів.

#### Список використаних джерел

1. Канищенко О. Управління міжнародними брендами: фактор високих мотивацій / О. Канищенко, Т. Доця // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 2. – С. 32-35.
2. Hollis N. The Global Brand: How to Create and Develop Lasting Brand Value in the World Market / Nigel Hollis. – Access mode: [https://www.researchgate.net/publication/31861795\\_The\\_Global\\_Brand\\_How\\_to\\_Create\\_and\\_Develop\\_Lasting\\_Brand\\_Value\\_in\\_the\\_World\\_Market\\_N\\_Hollis](https://www.researchgate.net/publication/31861795_The_Global_Brand_How_to_Create_and_Develop_Lasting_Brand_Value_in_the_World_Market_N_Hollis)
3. Kaira A. 2015. Brand Strategy: Company X: Thesis for Degree Programme in International Business, Saimaa University of Applied Sciences / A.Kaira. – Access mode: <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/95427/Brand%20Strategy.pdf>
4. Kapferer J.-N. 2008. The New Strategic Brand Management. 4th edition. Great Britain by MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall
5. Rosenbaum-Elliott, R, Percy, L & Pervan, S. 2011. Strategic brand management, Oxford University Press, Oxford

**Майстренко Тетяна Ігорівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

### **ПРИНЦИПИ ВДАЛОЇ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ GOOGLE ADWORDS**

Для просування товарів та послуг використовують майже всі елементи комплексу маркетингових комунікацій, але за останні роки ринок змінився і все більшої популярності набуває просування в інтернеті. Для його максимальної ефективності використовують контекстну рекламу.

Для просування товарів та послуг в мережі інтернет використовуються різноманітні рекламні інструменти в тому числі банерна реклама. Як відомо найбільший вплив на продажі товарів або послуг в Інтернеті роблять пошукові системи – 33% [1].

Контекстна реклама являється одним з основних сервісів пошукових систем, і саме вона забезпечує їм більшу частину доходу. За допомогою Google AdWords рекламодавець може зроби

свою рекламу максимально ефективною, вибравши місце показу оголошення, встановивши прийнятний для нього бюджет і в результаті оцінити максимальну ефективність оголошення. Також, існує можливість розміщувати оголошення не тільки в пошуковій системі але й на сайтах партнерах.

Останнім часом інструментами AdWords користується багато українських кампаній, серед яких найбільші інтернет-магазини (наприклад, «Розетка»), відомі автосалони, туристичні кампанії та ін. Однак, середн аведених рекламних кампаній досить поширеними є два типи недоліків: змістовні та витратні. До змістовних відносимо: однотипні рекламні оголошення; дублювання в оголошеннях пошукових запитів, що забезпечує високу релевантність оголошень, їх технологічну форму, але не забезпечують змістовність реклами.

Перевагою AdWords порівняно з рекламою у інших засобах масової інформації (телебачення, преса, радіо, бігборди) є сплата не за розміщення чи вихід у ефір рекламного оголошення, що є безоплатним у adwords, натомість оплата здійснюється за кількість кліків – звертань до оголошення, тобто оплачуються тільки потенційні пошукачі, у випадку якщо рекламна компанія налаштована правильно.

Для вдалої рекламної компанії я раджу створювати комбіновані оголошення, це в першу чергу максимально ефективно, а також раціонально тому, що текст рекламного оголошення в AdWords є досить коротким (заголовок 30 знаків та дві строки по 38 знаків кожна). Комбінації повинні поєднувати максимум три компоненти маркетинг мікс.

*Наприклад: продукт + ціна = Смартфон Apple всього за 21900 гривень; Продукт + просування = Купуй смартфон та приймай участь у розіграші навушників.*

Таким чином, можна зробити висновок, що чіткі прозорі правила та норми стосовно змісту та форми рекламних оголошень та функціонування дієвої служби, що здійснює контроль над виконанням цих правил попереджує конфліктні ситуації стосовно реклами, знижує рівень соціальної напруги та негативного її сприйняття.

Інноваційний бізнес не можливий без застосування інноваційних методів рекламування продукту або послуги. Розміщуючи рекламу в GoogleAds, ви робите фінансову інвестицію в розвиток свого бізнесу. Але самих грошей для досягнення успіху недостатньо. Надзвичайно важливо також регулярно перевіряти звіти в обліковому записі GoogleAds і коригувати дані, доки рентабельність інвестицій не досягне потрібного вам рівня.

Список використаних джерел

1. GoldmanSachs: наибольшее влияние на продажу товаров в Интернете оказывают поисковые системы [On-line] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://itc.ua/news/goldman\\_sachs\\_naibolshee\\_vliyanie\\_na\\_prodzhu\\_tovarov\\_v\\_internete\\_okazyvayut\\_poiskovye\\_sistemy\\_52767](http://itc.ua/news/goldman_sachs_naibolshee_vliyanie_na_prodzhu_tovarov_v_internete_okazyvayut_poiskovye_sistemy_52767).

**Марчевська Юлія Олегівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **БАГАТОНАЦІОНАЛЬНА КОНКУРЕНЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА**

Міжнародний маркетинг є одним з найважливіших напрямків, в яких розвивається наука і практика маркетингу, набуваючи відносну самостійність. Загалом, серед науковців, правомірно говорити, що міжнародний маркетинг являється «вищою школою» маркетингу. Цьому сприяла інтенсифікація міжнародного співробітництва економічних суб'єктів, інтеграція та глобалізація економічних процесів, а отже і посилення впливу маркетингового управління на міжнародну діяльність економічних суб'єктів.

Міжнародний маркетинг передбачає вдосконалення економічної взаємодії суб'єктів інтеграційного ринку на рівні «попит-пропозиція» з урахуванням динамічних змін у ринковому середовищі і гармонізації якості виробничо-комерційної пропозиції з мотиваційними пріоритетами споживачів на різних ринках [2, с. 62]. Зокрема, він включає: науково-технічні розробки; виробництво та реалізацію продукції; розширення та оптимізацію товарного асортименту; рекламне забезпечення товарів та послуг; організацію сервісного обслуговування.

Розуміння концептуальних засад сучасного стану міжнародного маркетингу в товарній політиці передбачає врахування таких ключових аспектів:

- варіантність, яка виявляється через можливість комбінування інструментів і заходів міжнародної маркетингової діяльності відповідно до умов ведення бізнесу і зрілості економічних систем;

- динамічність, міжнародний маркетинг є динамічною категорією, такою, що, незважаючи на узагальненість підходів і механізмів, набуває своєрідних особливостей, залежно від умов застосування;

- етичність, що передбачає вирішення проблем міжнародного бізнесу у форматі лояльності, терпимості й задоволення інтересів усіх зацікавлених учасників міжнародних операцій;

- конкурентна адекватність, яка передбачає досягнення не найліпших у світі економічних категорій, а таких, що потребуються суспільством [2, с. 63].

Загалом, вибір міжнародної маркетингової товарної політики базується на визначенні економічних, політико-правових та культурних факторів. З цього випливає специфіка для роботи в галузі маркетингу, особливо дослідження виробництва продукту та дослідження споживачів. Вона проявляється в підвищенні ризиків, зростанні вимог до якості продукції та креативності реклами, врахуванні політико-правового аспекту, а головне – посиленні конкуренції, яка набуває масштабу глобальної та стимулює підвищувати загальну конкурентоспроможність продукції.

У ринковій системі господарювання міжнародна конкурентоспроможність як економічна категорія виступає ключовою, так як вона відображає економічні, науково-технічні, виробничі, організаційні, управлінські, маркетингові та інші можливості підприємства. Ці можливості реалізуються в продукції та послугах, що конкурують з аналогами на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Незважаючи на постійний інтерес вчених до питань конкурентоспроможності, сьогодні не існує одностайної позиції економістів щодо багатьох проблем, пов'язаних з конкурентоспроможністю [3]. Специфіка полягає в тому, що конкурентна позиція багато в чому залежить від вибору стратегії, а вибір стратегії – від конкурентної позиції. Зокрема, в залежності від рівня «сили портфелю» та «географічного покриття» виділяють такі категорії конкурентів: простаки, барони, хрестоносці та королі (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця учасників глобального ринку

<i>Висока сила портфелю продукції</i>		Барони	Королі
<i>Низька сила портфелю продукції</i>		Простаки	Хрестоносці
Сила активів	Охоплення	<i>Вузьке географічне покриття</i>	<i>Широке географічне покриття</i>

Важливим аспектом також є те, що міжнародна маркетингова активність в товарній політиці сильно пов'язана з поняттям «життєвого циклу товару». Справа в тому, що дохід на національному ринку високорозвинутої країни буде завжди вищим, однак, час життєвого циклу буде проходити набагато швидше. Це пояснює той факт, що українські товаровиробники намагаються збільшувати свій експорт, оскільки більшість товарів має постійний життєвий цикл – олія, зерно, метал. (рис. 1)

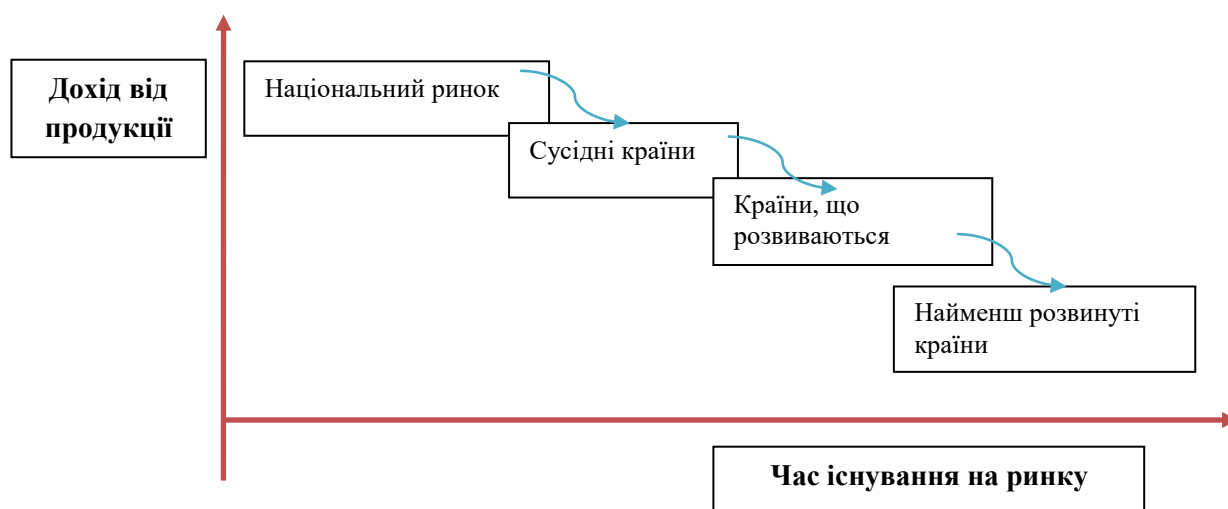


Рис. 1 Залежність доходності та часу існування товару на ринку

Міжнародний маркетинг повинен забезпечувати розробку концепції для різних форм ринкової активності. [3]. Зокрема, можна виділити 5 моделей маркетингових стратегій виходу підприємства на глобальний ринок: експорт, ліцензування, підрядного виробництва, управління за контрактом, створення підприємств власного володіння.

Таким чином, міжнародний маркетинг в сфері товарної політики являє собою самостійну сферу діяльності фірми при виході її на зовнішні ринки, яка є необхідною умовою, щоб кожний суб'єкт господарювання міг успішно конкурувати і задовольняти власні цілі на світовому ринку.

Багатонаціональна конкуренція в епоху інформаційного суспільства позитивно впливає на якість продукції, її асортимент. В таких умовах, маркетингові дослідження стають ключовою фігурою діяльності будь-якої компанії, оскільки без розуміння ситуації на ринку, без проведення відповідної маркетингової політики не можливо бути успішним на глобальному ринку.

З розвитком інтеграційних процесів, завдання маркетингу товарної політики в істотній мірі змінилися, а його активне використання в умовах конкурентних і нестабільних ринків дозволяє фірмам не тільки підвищувати економічну ефективність своєї діяльності, а і взагалі існувати на ринку.

#### Список використаних джерел

1. Барановська М. І. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях: навч. пос. / М. І. Барановська, Ю. Г. Козак. – Київ: Центр учбової літератури, 2013. – 302 с.
2. Вікарчук, О. І. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного маркетингу в умовах інтеграції. – Сталій розвиток економіки. – 2016. – №1 (30). – с. 61-67.
3. Сазонець О. М. Міжнародна конкурентоспроможність національної економіки в концепції глобального маркетингу / О. М. Сазонець // Ефективна економіка. – 2013. – № 11. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2013\\_11\\_101](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_11_101)

**Цибенко Дар'я В'ячеславівна**

*Київський Національний Економічний Університет імені Вадима Гетьмана*

## **СТАН СВІТОВОГО РИНКУ ПОСТІЛЬНОЇ БІЛИЗНИ**

Основний попит загалом, на текстильну продукцію, у тому числі постільну білизну, досить чутливий до загального економічного клімату в країні та світі в цілому. Суспільство не завжди може дозволити собі товар цієї групи, оскільки ці витрати можуть бути спокійно відкладені до поліпшення економічної ситуації, оскільки постільна білизна не є нагальною потребою, однак, споживачі, залишаючись на невизначений час вдома, звертають увагу на речі, які перетворюють їх дім в місце комфорту та безпеки.

Обсяг ринку в натуральному вираженні оцінюється експертами в 45-60 млн. комплектів на рік. На даний момент спостерігаються позитивні зміни динаміки росту ринку, виробництва якого за останні 5 років складає приблизно 15-20% в рік.

Потрібно зазначити, що найбільшими виробниками постільної білизни, яка відповідає світовим стандартам якості і є доступною для більшості населення є Індія, Китай, Пакистан, Туреччина. Щодо виробників розкішної білизни, сюди потрібно віднести Італію та Францію.

На сьогодні Європейський Союз залишається одним з найбільших виробників – імпортерів постільної білизни. Дослідження світового ринку постільної білизни показує, що в Європі попит на постільну білизну значно впав у період з 2004-2010 рік. Тим не менш, імпорт з країн, що розвиваються, демонструє стійке зростання. Але вже у 2014 році загальний попит на білизну склав 2,8 млрд. євро. Загалом, кожного року імпорт збільшується приблизно на 3,3%.

Загальний попит на постільну білизну в 2015-2016 році оцінювався в 3,8 млрд. євро, порівняно з 2,8 млрд. в 2014 році. Попит на постільну білизну в Європейського Союзу знизився лише в період з 2004-2010 рік, що було зумовлено початком кризових явищ в світі, зменшився в середньому на 1,5 відсотка у різних регіонах, але починаючи з 2012-2014 року попит на постільну білизну стабільно зростає.

Попит у Франції, Італії та Іспанії залишився незмінним. Великобританія та Німеччина показали зниження очевидного попиту на 6,5% і 4,3% відповідно. Голландське зростання попиту стало результатом широкомасштабною маркетингової компанії, яка супроводжувалась зниженням цін.

До найбільш відомих європейських виробників постільної білизни, які мають безліч роздрібних магазинів у всьому світі, потрібно віднести такі компанії як: LeVe le (Франція), Asabella, Feretti (Італія), TOGAS (Греція).

Безсумнівно слід зазначити про продукцію текстильної промисловості Туреччини, як правило високої якості, у великих обсягах експортується в Європу, США та інші країни. Туреччина задовольняє третину потреб європейського співтовариства в текстилі та одязі. У загальному обсязі експорту країни текстиль та одяг складають майже третину. До найбільших виробників-експортерів постільної білизни в Туреччині слід віднести: TAC, Tivolyo Home, ISSIMO Home, Eke Textile, ARYA.

Якщо говорити про експорт, то одним з найбільших експортерів постільної білизни в Європейський Союз та інші країни є Індія, яка зайняли лідируючі позиції в останні 5 роки, порівняно з 2013 роком, в 2016-2018 році експорт продукції з Індії зріс майже на 182%, найбільш привабливими партнерами є Німеччина, Нідерланди, Італія, Данія, Великобританія, Фінляндія та Швейцарія. В Індії постільну білизну представляють такі відомі бренди як: Bombay Dyeing, Portico, Spaces, Spread home, Swayam, Maisha. Щодо Китаю, то країна славиться своєю білизною, яку виробляє компанія Cleo. Це компанія, яка випускає постільну білизну, що поставляється в Європу під маркою Cleo.

Вище були представлені найбільш відомі компанії по виготовленню постільної білизни доступної для більшості населенні світу, але якщо розглядати високоякісну білизну, яка використовується в кращих готелях по всьому світу, але не завжди виключно для багатих.



Велика кількість виробників пропонує свою продукцію розкішної білизни й на роздрібному ринку, яка може бути доступною для будь-якого будинку. До Топ-6 виробників розкішної білизни у світі належать: Frette (Рисунок 1), Bellino Fine Linens (Рисунок 2), Anichini, Peacock Alley, Pratesi та Yves Delorme.



Рис. 1. Продукція виробника Frette



Продукція виробника Bellino Fine Linens

*Наведена інформація не є рекламою. Назви виробників, знаків для товарів та послуг, прізвища та імена персоналії згадуються з метою інформування читача про наявність певної продукції та її виробників.*

**Коба Анна Олександрівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

### **GREEN BONDS – ЗАХИСТ ЕКОЛОГІЇ ЧИ ВИГІДНЕ ІНВЕСТУВАННЯ?**

На сьогодні екологічні проблеми є актуальними, одними із найважливіших проблем світу. Збереження екології та її покращення потребує багато затрат, які в наш час, на жаль, не фінансуються достатньо. Саме тому, Європейські країни вже націлені на максимальне покращення даних проблем, за рахунок «green bonds».

В перекладі з англійської мови «green bonds» являють собою так звані «зелені облигації». Це довгостроковий інструмент, кошти від продажу якого направлені винятково на фінансування так званих нових та вже існуючих «зелених проектів». Головним, єдиним критерієм таких проектів є «екологія». Вона передбачає зберігання екологічної стійкості, а саме енергозбереження, біорізноманіття планети в цілому, а також запобігання від будь-яких негативних впливів на екологію.

Green bonds виступають як фінансовий інструмент. Європейський ринок вже розпочав даний проект. За даними The Economics та Climate Bonds у 2012 році загальний обсяг таких облігацій на ринку склав приблизно 4,5 млрд доларів. До 2014 року обсяг виріс до 20 млрд доларів. У 2016 році сума даних облігацій склала вже 100 млрд євро. У 2017 зросла до 150 млрд, а у 2018 до 250 млрд доларів США. На мою думку, результат 2020 року буде ще більш вражаючим.

За прогнозами учасників ринку, можна зазначити те, що через 5-7 років на частку зелених облігацій у всьому світі буде припадати 15-20% від загальної суми всіх облігацій. Світовий ринок так званих «green bonds» швидко зростає, роблячи їх дуже привабливими, а також такими, які мають здатність заповнювати дефіцит інвестицій і залучати приватний сектор, інституційних інвесторів до фінансування екологічних ініціатив. Особливо привабливим джерелом фінансування «green bonds» робить їх ціна. За даними останніх років спостерігається попит інвесторів на фінансові кошти, які тісно пов'язані з проектами щодо стійкості енергоспоживання. Тож емітенти «зелених облігацій» можуть виплачувати більш низькі процентні ставки в порівнянні з іншими способами фінансування.

Якщо в Європі даб діяльність вже набула популярності, то український ринок у 2018 році все таки вийшов на арену «зелених облігацій». Проект ще в розробці, спільно з United Nations Industrial Development Organization. Запуск ринку обіцяє хороші перспективи, а саме 11% «чистої» енергії у кінцевому споживанні до 2020 року, та 25% «зеленої» енергії у первинному споживанні до 2035 року.

Для будь-якого інвестора або корпорації метою інвестування є одержання прибутку. Головними покупцями даних облігацій вважаються європейські інвестори. Зазвичай, у вже розвинутих країн, та таких, які ще розвиваються постає проблема фінансування екології, оскільки це не завжди передбачено бюджетом. Саме тому, такі облігації є не тільки необхідними для озеленення країни, але й для інвесторів, як об'єкт, який несе прибуток. Емітентом в даному випадку може бути компанія, державна установа або муніципалітет. Для емітента «green bonds» несуть свої переваги та недоліки. Якщо певний «зелений» проект буде неприбутковим, то емітент зобов'язаний виплатити кошти за облігації, що в свою чергу підвищує репутацію емітента, так само, як і його прагнення покращити навколишнє середовище. Саме тому, дані проекти приваблюють інвесторів, оскільки вони не несуть в собі небезпеку втрати вкладених коштів. Однією з переваг даних проектів для емітентів є той факт, що відбувається пряма взаємодія фінансових спеціалістів та спеціалістів сталого розвитку, як відомо, це прямо впливає на ESG-рейтинг компаній. В той же час немає обов'язкових стандартизованих критеріїв того, що робить облігації «зеленими» і немає строгих вимог для відстеження спрямування коштів чи ведення звітності по доходах. Це може залишити емітентів відкритими для критики і звинувачень в «зеленому камуфляжі» Експерт KPMG Вім Бартельс стверджує, що стандартні критерії, що роблять облігації «зеленими», мають вирішальне значення для майбутнього авторитету компанії на ринку. Якщо занадто багато емітентів мають «зелені» облігації, це може негативно вплинути на зростання ринку, перешкоджаючи як майбутнім інвесторам так і емітентам. В такому випадку ринок виграє від більшої узгодженості інструкцій та нормативів. В той же час найкращою порадою емітентам є випускати лише ті зелені облігації, які відповідають уже названим критеріям, що дозволять уникнути падіння на ринку екологічних інструментів і не фінансувати спірні проекти.

Аналізуючи різні джерела, можна зробити висновок, що ринок «зелених облігацій» стрімко щорічно розвивається. Він створений вже в Україні, а це «говорить» багато про що. Дані облігації виступають перспективним джерелом фінансування, яке не тільки здатне привертати увагу інвесторів та підвищувати репутацію емітентів, а й покращувати навколишнє середовище і суспільство в цілому. Тож збереження екології в даному випадку «підкріплене» вдалими інвестуванням. Це, свого роду, подвійна користь та дуже вигідна діяльність як для України, так і для цілого світу.

**Юрченко Олександр Сергійович**  
*Луганський національний аграрний університет*

### **КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

Розглядаючи комплекс маркетингу через призму правового регулювання, слід спиратися на законодавство, що регламентує його складові (товар, канали розподілу, ціни, маркетингові комунікації). Для характеристики комплексу маркетингу, зокрема, необхідне знання питань правового регулювання засобів безпеки товару, методів державного управління якістю товарів; знання правового аспекту організації і оформлення доставки товару, оскільки кожний канал товаророзподілу оформляється самостійним господарсько-правовим договором (наприклад, договір роздрібної купівлі-продажу, договір поставки, договір доручення, договір комісії, агентський договір, договір лізингу і т. д.); знання правового регулювання торгівлі, ціноутворення, реклами, Public relations, правових засобів захисту ділової репутації учасників маркетингової діяльності.

Таким чином, багато питань маркетингу пов'язано з необхідністю співвідношення їх з правовими нормами. Знання до тонкості правового регулювання цієї сфери суспільних відносин приведе до підвищення ефективності використання господарюючими суб'єктами маркетингових досліджень і заходів. Відсутність правильної правової оцінки більшості ситуацій, що виникають в маркетинговій діяльності, може стати причиною зайвих витрат і серйозних помилок в діяльності господарюючого суб'єкта.

На маркетингову діяльність розповсюджуються як загальні положення права, так і спеціальні норми. Джерела правового регулювання маркетингу вельми численні, складні і суперечливі. Основними з них є нормативні акти, які розрізняються по рівню і виду органу, що видав акт. Залежно від того, яким органом прийнятий нормативний акт, визначається його юридична сила.

Головним джерелом в даній сфері є Господарський кодекс України. Господарський кодекс України встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності. Господарський кодекс України має на меті забезпечити зростання ділової активності суб'єктів господарювання, розвиток підприємництва і на цій основі підвищення ефективності суспільного виробництва, його соціальну спрямованість відповідно до вимог Конституції України, утвердити суспільний господарський порядок в економічній системі України, сприяти гармонізації її з іншими економічними системами. Господарський кодекс містить безліч норм, регулюючих елементи маркетингового комплексу, договори, які укладаються в сфері маркетингу, а також різні напрями маркетингової діяльності залежно від області ринку, виду товару, типів споживачів, сфери підприємництва (будівельного, транспортного, банківського, страхування і т. д.).

Крім Господарського кодексу України найважливішою ланкою в системі джерел правового регулювання маркетингу є інші закони: Закон України «Про захист прав споживачів», який регулює відносини суб'єктів маркетингової діяльності із споживачами; Закон України «Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти», який регулює питання збуту; Закон України «Про ціни і ціноутворення», який регулює ціноутворення в Україні; Закон України «Про інформацію, інформатизацію і захист інформації», який регулює маркетингові дослідження, отримання, використовування і розповсюдження маркетингової інформації; Закон України «Про рекламу», який регулює просування продукції та багато інших.

Правове забезпечення маркетингу в різних сферах діяльності, визначуваних областю ринку, видом товару, типом споживачів і сферою підприємництва, здійснюється: Законом України «Про цінні папери і фондову біржу», Законом України «Про банки і банківську діяльність», Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», Законом України «Про страхування», Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність».

У сфері маркетингової діяльності знаходять широке вживання корпоративні (локальні) нормативні акти. Такі акти регулюють господарську діяльність на рівні підприємств і приймаються їх засновниками або самими підприємствами. Наприклад, режим комерційної таємниці як різновиду маркетингової інформації в організації може регламентуватися локальним нормативним актом – положенням про комерційну таємницю організації.

Для найбільшої ефективності роботи кожної структурної одиниці підприємства розробляються і видаються спеціальні документи, які регулюють внутрішньогосподарчі відносини, визначають обов'язки і відповідальність підрозділів і персоналу. Зокрема, положення про службу маркетингу і інші підрозділи, що займаються маркетинговою діяльністю на підприємстві.

Разом з внутрішніми законами і іншими нормативними правовими актами джерелами регулювання маркетингових відносин служать загальновизнані принципи і норми міжнародного права. Вони містяться в статутах ООН, деклараціях і резолюціях Генеральної Асамблеї ООН, документах інших міжнародних організацій з самих загальних і глобальних питань міжнародного правопорядку, багатобічних договорах (конвенціях), рішеннях Міжнародного суду. Як приклади джерел міжнародного приватного права, регулюючих маркетинг, можна назвати Конвенцію ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів, Міжнародні правила тлумачення торгових термінів – ІНКОТЕРМС і т.д.

Українське законодавство сприйняло багато положень міжнародного права і міжнародних договорів. Норми міжнародних документів застосовуються до маркетингових відносин з участю іноземних фізичних і юридичних осіб, визначають їх правовий статус, права іноземців на майно, що знаходиться на території України, порядок здійснення зовнішньоекономічних операцій, порядок правових наслідків спричинення шкоди іноземцям на території України і багато що інше. Разом з тим часом вони застосовні і до відносин між українськими фізичними і юридичними особами – наприклад, у сфері транспортного маркетингу при міжнародних перевезеннях вантажів, пасажирів і багажу, виконуваного українськими перевізниками. За загальним правилом міжнародні договори України застосовуються до маркетингових правовідносин безпосередньо. Проте для вживання деяких з них потрібне видання внутрішньо державного акту, так звана імплементація.

Таким чином, в Україні бурхливо розвивається законодавство, що регламентує маркетингову діяльність, що зумовлюється умовами перехідного періоду до ринкових відносин. Розвиток української економіки вимагає ефективних правових норм, у тому числі маркетингових, чого в даний час не вистачає цивілізованому розвитку вітчизняного народного господарства. Про це постійно говорять керівники держави, економісти і юристи; цьому надається велике значення як в державному масштабі, бо саме розвиток цього напряму права визначає зараз розвиток вітчизняної економіки, так і на рівні окремих промислових підприємств, що представляють основу ринкової системи господарства.

**Єгорова Марія Леонідівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **DOICEDONNA (ДОЛЬЧЕДОННА) – УКРАЇНЬСЬКА МАРКА ЖІНОЧОГО ОДЯГУ**

Вітчизняні виробники одягу борються сьогодні з самим головним своїм ворогом – стереотипами мислення споживачів, їх переконанням, що український одяг – це ширвжиток, немодний, неякісний і дешевий товар, а українські виробники на кілька років відстають від європейської моди. Серед покупців так само міцно вкоренилася думка, що недороге якісним не буває. А оскільки наші виробники одягу в основному працюють в нижньому і середньому цінових сегментах (з тієї причини, що українці не готові купувати дорогі вітчизняні вироби), долати перед узятю думку покупців вельми непросто, проте можливо – останнім часом споживачі почали звертати більше уваги на вітчизняний одяг, що сприяє зростанню вітчизняного сегмента цього ринку.

«Наші покупці часто відзначають, як їм приємно, що одяг, який ми продаємо, український. Але така тенденція помітна не так давно. Коли ми тільки починали свою діяльність, то просували торгову марку суто як італійську, бо до всього італійського у нашого споживача абсолютно особливе ставлення. Італія – це якісно, красиво, модно. Зараз вже багато покупців розуміють, що є і якісний одяг вітчизняного виробництва, який коштує набагато дешевше імпортованих торговельних марок. На мій погляд, для деяких покупців на сьогоднішній день взагалі не принципово, хто є виробником, їх цікавить якісний і добротний товар, тому зараз ми з гордістю заявляємо про те, що наша продукція зроблена в Україні» – говорить Олена Глушаниця, директор компанії «Тандем» (ТМ Dolcedonna).

Dolcedonna (Дольчедонна) – марка жіночого одягу, яка виробляється в Україні. Її створила Олена Голець – талановита українська дизайнерка, якій також належить бренд GOLETS. Dolcedonna була заснована в 1994 році. Назва, як каже сама дизайнерка, була обрана по асоціації. Олені подобалася назва «Чорне море», а «Дольчедонна» перегукувалася з ним. Крім того така назва не рідко слух слов'янському населенню, що в принципі правда. Оригінальність Dolcedonna полягає в співвідношенні ціни та якості.

Dolcedonna робить одяг, який приємно носити, жіночний, десь елегантний, десь більш молодіжний. Їхньою візитівкою завжди був верхній одяг. Йому вони приділяють особливу увагу, як тканинам, так і самим моделям, добирають фурнітуру, деталі. Ще фішкою «Дольчедонни», як і марки «Голець», можна назвати той факт, що все «Зроблено в Україні», і це предмет нашої особливої гордості. Dolcedonna поставила перед собою мету вивести українську марку одягу на один рівень з європейськими брендами. Dolcedonna завжди стежить за тенденціями і новинами моди. Тканини, які використовуються в колекціях, закупаються тільки у найвідоміших виробників, представлених на виставках «PremiereVision» в Парижі, «CPD Fabrics» в Дюссельдорфі. Dolcedonna щороку розробляє більше 100 моделей стильного одягу.

Так само здійснюється постійна рекламна підтримка від телеканалів: ТРК Київ, ТНТ, 1+1, Перший національний канал, ще реклама розміщується в таких відомих журналах як: «Наталі», «Зефир», «Добрі поради», «Даша» та інші. Цільова купівельна аудиторія торгової марки – люди із середнім і вище середнього рівня доходів, які з інтересом ставляться до «брендованої» одязі. Такі покупці віддають перевагу оптимальному поєднанню ціна + якість.

Головною перевагою ТМ «Dolcedonna» є те, що цінова політика прийнятна для українського покупця за рахунок того, що одяг вироблено на території України, використовуючи при цьому якісні тканини і фурнітуру.

При написанні тез використано матеріали сайтів: <http://dolcedonna.com.ua/designer/>; <http://ves4i.com.ua/Dolcedonna/>; <http://lady.tochka.net/42635-made-in-ukraine-top-4-luchshikh-otechestvennykh-proizvoditeley-stilnoy-odezhdy/>; <http://marketing.web-standart.net/node/1074>; <http://modna.com.ua/intervyu/b-elena-golec-b-tufli-na-kablake-stanovuyatsya-rarititom/>; <http://e-motion.tochka.net/conferences/456-4-elena-golets-izvestnyy-ukrainskiy-dizayner/>

*Наведена інформація не є рекламою. Назви виробників, знаків для товарів та послуг, прізвища та імена персоналії згадуються з метою інформування читача про наявність певної продукції та її виробників.*

**Олійник Юлія Віталіївна**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

## **ФІНАНСУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ ТА ДЕРЖАВНИЙ КОНТРОЛЬ ЗА НИМ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД**

Українське законодавство не має єдиного підходу до здійснення регулювання партійного фінансування. Тоді, як партійне законодавство дає дозвіл на отримання партіями фінансових коштів від юридичних осіб, виборче законодавство в свою чергу декларує заборону на існування такого фінансування.

Але не зважаючи на заборону, формування бюджету виборчого фонду, все одно відбувається за участі приватних юридичних осіб, шляхом непрямого або ж безпосереднього надання фінансових послуг політичним партіям.

Подібна ситуація складається й у фінансуванні партій фізичними особами, але тут додається ще й лімітування розміру пожертв, які можуть бути здійснені фізичними особами, до бюджету виборчого фонду. Вони обмежуються законодавством, а пожертви які надаються політичним силам для здійснення ними своєї статутної діяльності, навпаки, обмежень не мають.

Політичним партіям, на законодавчому рівні заборонено створювати та засновувати власні підприємства, що могло б значно підвищити рівень їхнього особистого фінансового забезпечення та відповідно зменшити залежність партій від фінансових інвестицій великого бізнесу та приватного капіталу. Але партії й самі не надто висловлюють свого прагнення, щодо звільнення від фінансової допомоги приватних джерел фінансування подібного типу.

Переходячи до питання, щодо дотримання встановлених норм та правил чинного законодавства в галузі фінансової діяльності партій, то тут нажалі про плідну та ефективну взаємодію між відповідними державними органами, які здійснюють контролюючі дії партійної фінансової діяльності, говорити не доводиться. Дії таких органів державного контролю, «розкидані» поміж ними.

Відсутність взаємодії та велика розконцентрація повноважень даних органів контролю, не дозволяє їм проводити ефективну контролюючу роботу фінансової сфери діяльності політичних партій.

Як приклад, Центральна виборча комісія України може здійснити лише, формальну перевірку звітів партій, що стосуються надходження та розподілу грошових коштів виборчого фонду, а ось провести перевірку достовірності вказаних інформаційних даних у цих звітах, вона не може через те, що ЦВК не має права проводити перевірки.

Або ж фінансовий контроль, який ведеться Міністерством юстиції України, взагалі знаходиться на дуже низькому рівні, факти порушень партіями законодавства підконтрольної йому сфери, вони можуть виявити аж тільки після проведення масових перевірок всіх партій, які зареєстровані на території України.

В цілому ряді правопорушень, які можуть бути здійснені політичними партіями, в галузі їхньої фінансової діяльності, згідно чинного законодавства не передбачено взагалі ніяких покарань.

Така неефективна контролююча робота, може тягнути за собою корупційні дії в політиці, тіньове приватне партійне фінансування приватним капіталом, тощо.

Задля того аби підвищити рівень фінансової самостійності українських партій доцільними могли б бути наступні кроки:

По-перше, потрібно звести до єдиної системи підходи, які стосуються регулювання фінансової підтримки, що спрямовується на здійснення статутної діяльності та формування виборчих фондів політичних сил.

По-друге, пом'якшення деяких аспектів в галузі фінансування партійної діяльності, наприклад, скасування положення, яке оподатковує членські внески політичних партій податком на прибуток.

По-третє, виразити в точній, конкретній формі перелік органів державного контролю за фінансуванням політичних партій, налагодити взаємодію між ними та наділити їх відповідними повноваженнями, потрібними їм для ефективного здійснення своїх функціональних обов'язків в області фінансового контролю політичних партій.

По-четверте, запровадити відповідальність для політичних сил за нехтування вимогами, правилами та нормами в сфері їхньої фінансової підтримки, спрямованої на статутну діяльність.

Забезпечення прозорості бюджетів партій потрібна суспільству для того, щоб мати інформацію про те, на якому рівні знаходиться підтримка політичної сили її ж членами та хто стоїть за перерахуванням фінансових ресурсів до кас українських політичних партій.

**Марковська Каріна Анатоліївна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*  
 Науковий керівник: Окунева Ольга Володимирівна, кандидат економічних наук  
*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **ПРОБЛЕМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ РІШЕНЬ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ**

За всієї простоти «запланували – зробіть» значна частина компаній стикається із ситуаціями нереалізації запланованих рішень в діяльність компанії в повній чи частковій мірі. За оцінками консультантів та експертів, зазвичай реалізуються лише близько 60 % обсягів своїх стратегій через дефекти, помилки при їх плануванні та реалізації, а також звичайні події «не встигли», «забули», «змінилися пріоритети» тощо.

Розробка стратегії компанії має охоплювати всі галузі її діяльності, всі підрозділи, а також усі комунікаційні зв'язки компанії із постачальниками, покупцями, підрядниками та іншими контрагентами.

Особливе місце в цьому ряду займають власники та інвестори. Дуже поширена проблема, і часто її можна ставити на перше місце в ряду проблеми реалізації стратегічного плану, саме відсутність постійної та виваженої комунікації компанії із власниками, інвесторами – особами, які мають ключовий вплив на подальший розвиток компанії, проте саме вони часто віддають ініціативу у створенні стратегії менеджменту. А коли ця стратегія готова та починає реалізовуватися, вносять зміни чи просто зупиняють такий хід розвитку.

Протилежний бік цієї проблеми полягає в нав'язуванні власниками та інвесторами свого бачення розвитку компанії без врахування особливостей, які вже склалися в практиці. Зазвичай про такі відхилення менеджмент доповідає власникам, але вони чи не прислуховуються до них чи ігнорують, виходячи із власних інтересів, а не інтересів компанії.

Третя важлива проблема, яка не дозволяє в повній мірі імплементувати розроблену стратегію у діяльність, – це відсутність ресурсів. Стратегія часто виходить із того, що всі необхідні для її реалізації ресурси – людські, фінансові, матеріальні, організаційні – будуть вчасно. І збій із таким забезпеченням ставить під сумнів весь процес реалізації стратегічного плану. Зрозуміло, що найчастіше відбувається порушення умов фінансування, особливо враховуючи, що стратегія передбачає розширення діяльності, запровадження нових активностей тощо. Фактично абсолютно нова «стратегія розвитку» передбачає використання існуючої бази бізнесу для прискорення росту на ринку додаткових товарів, споріднених послуг тощо. Перебуваючи під враженням від можливих результатів такої стратегії, керівництво швидко схвалює план, погоджуючись надати компанії всі необхідні ресурси, які були необхідні для втілення задуму в реальність.

Четверта проблема, яка може виникнути в ході реалізації стратегії – невідповідність плану до реалії, в яких компанії треба запроваджувати стратегію. В підсумку імплементациї результати роботи компанії можуть і близько не нагадували прогнози. Рентабельність інвестицій, хоча і вирости, залишається нижче вартості капіталу для компанії. Очікувані від обслуговування і фінансування доходи і прибуток не матеріалізувалися, а бізнес за всіма показниками відстає від основних конкурентів.

Продовження нашого аналізу може виявити ще кілька ситуацій, які призводять до неповної реалізації стратегії. Важливо компанії в ході таких дій мати контрольні показники, які б дозволили слідкувати за перебігом подій в ході реалізації кампанії.

Контрольні показники реалізації стратегії – це єдино можливий спосіб оцінювати хід запровадження стратегії в діяльність, неочікуючи повного виконання всього плану дій. Це можуть бути фінансові показники діяльності, як-то: обсяги продажів, суми платежів, прибуток, так і кількість: кількість угод, транші, реалізовані етапи стратегії.

Частина великих компанії з метою досягнення найліпших результатів реалізації стратегії, окрім контрольних показників, запроваджують стоп-фактори, настання яких повністю зупиняє реалізацію стратегії та вимагаю від компанії перегляду намічених планів.

Стоп-фактори можуть виражатися в неотриманні платежів до визначеної дати, відсутності угод з постачальниками чи покупцями до конкретної дати, виявлені нормативні перепони, дії конкурентів тощо.

Як висновок, наголошуємо, що реалізація стратегії – це великий процес, який охоплює багато моніторингових дій та контролю за перебігом такої імплементації.

**Шевців Анна Богданівна**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

### **СТРАТЕГІОЛОГІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРОГРАМ ІЗ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ СТРУКТУРНИХ ЗМІН**

Стратегіологічна потреба в активізації структурних змін національного господарства з ухилом на сталий розвиток економіки обумовлює й увагу наукових кіл до цієї проблематики, оскільки її неврахування наслідково призводитиме до значних фінансових втрат. Об'єктивно, що на структурні зрушення потрібні значні фінансові ресурси, які можуть в територіальному розрізі нарощуватись через залучення інвестицій [1].

Саме через означене, для покращення фінансового забезпечення системи сталого розвитку (СР) необхідно удосконалити як інвестиційний клімат, так і інвестиційну привабливість держави та її територій з врахуванням пріоритетних напрямків інвестування в галузевому і територіальному розрізах, що можливо забезпечити шляхом надання цілеспрямованих пільг господарюючим суб'єктам в оподаткуванні (зокрема, через ідеологічні підходи формування спеціальних економічних зон). У цьому контексті, автором обґрунтовано стратегіологію доцільності і раціональності взаємодії як державних органів управління, так і підприємницького середовища в програмних заходах в інтересах СР економіки, зокрема через мотиваційно-стимулюючі важелі державного і місцевих рівнів управління. Зазначимо, що така взаємодія в частині управлінського фінансового контролю дозволить обмежити неконтрольований вивід коштів за межі держави, які доцільно використати на здійснення заходів з збереження довкілля, оскільки лише за рахунок трансфертних цін з України щороку виводиться в офшори близько 100 млрд грн, тобто казна втрачає близько 20 млрд грн податків та зборів у рік.

Стратегіологія проведення структурних змін, а з ними й розвиток ринкових відносин у виробничій діяльності промислових підприємств на засадах СР, вимагає організації адекватної системи захисту від впливу можливих негативних факторів та активізації повернення коштів. Найбільш використовуваними засобами державного управління інвестиційними процесами стає зважена монетарна та фіскальна політика, яка здійснюється за допомогою базових інструментів: закони і нормативно-правові документи; обсяги і джерела фінансування; бюджетні трансферти, субсидії, дотації; цінове регулювання та державні гарантії; система стандартизації та сертифікації; система норм і нормативів; страхування інвестиційних ризиків тощо.

Виходячи з специфіки формування програм із СР обґрунтовано, що екологізація виробництва та раціональне використання природних ресурсів мають стати пріоритетними напрямками державної політики в здійсненні соціально-економічних реформ, необхідною умовою та підґрунтям формування національної екологічної доктрини. Доцільно у підходах державного управління формуванням програм із СР економіки враховувати можливості податкового регулювання та штрафні санкції за недотримання норм, зокрема, для обмеження викидів забруднюючих речовин (оксидів азоту та сірки) у атмосферне повітря через заходи в рамках Податкового кодексу України (рис. 1).



Стратегіологічне бачення СР України ґрунтується на забезпеченні національних інтересів та виконанні міжнародних зобов'язань України щодо нього. Так, аналіз, виходячи з Плану заходів з реалізації у 2017-2018 роках Стратегії розвитку Львівської області на період до 2020 року щодо програми регіонального розвитку «Конкурентоспроможна економіка» за напрямом «Високотехнологічна промисловість» у 2017 р., показує на відчутну ефективність виконання завдань із СР. Зокрема, введено в експлуатацію 4 сонячні електростанції (СЕС) та 1 вітрову (ВЕС) на загальну суму у фінансуванні в 60 млн дол. США. Загальна потужність СЕС в області у 2017 році становила 25,5 МВт, ВЕС – 33,5 МВт. Окрім цього, у 2017 році на Львівщині встановлено 105 сонячних установок приватних домогосподарств (у 3 рази більше порівняно з 2016 роком), загальною потужністю 1,4 МВт.

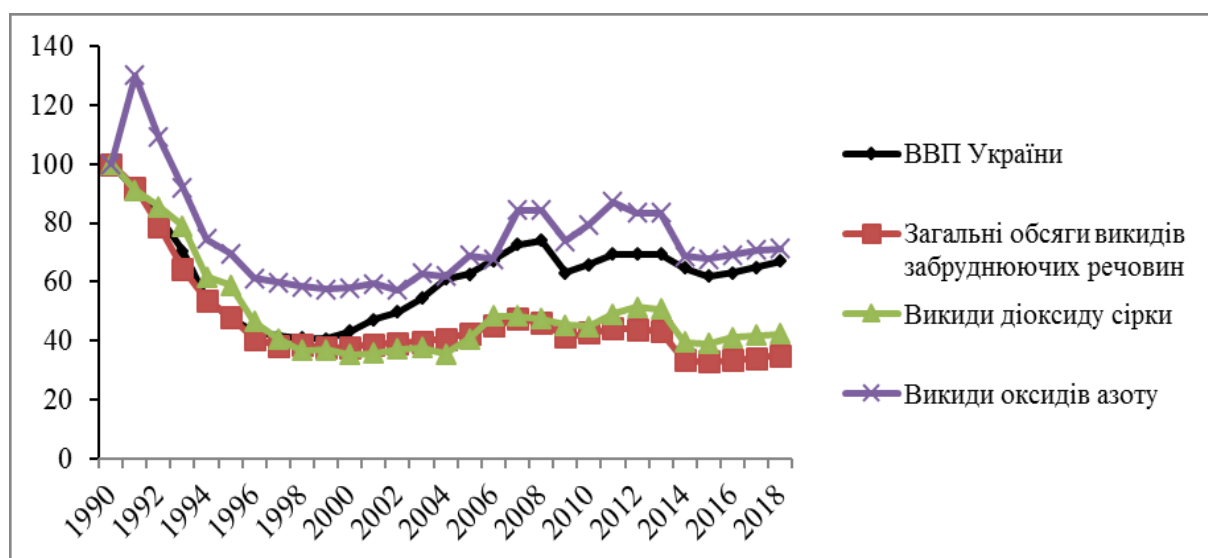


Рис. 1. Порівняльна динаміка зміни ВВП України та викидів забруднюючих речовин у рамках державного управління формуванням програм із сталого розвитку економіки та проведення структурних змін, в % від 1990 р.

*Джерело:* розраховано автором.

Однак, наявний стан виконання дохідної складової бюджету та функціонування національної економіки не дозволяють стверджувати за повноту можливостей у реалізації окремих завдань програм СР. Так, загрозливий стан із зносом основних засобів (в Україні їхній ступінь на початок 2018 року перевищує 80%) додатково посилюється браком фінансових ресурсів не лише на капітальні ремонти, а й на поточні. Стан основних засобів відчутно впливає і на інвестиційну привабливість об'єктів, які потрапляють нині під розширену програму приватизації, що необхідно враховувати при плануванні фінансових поступлень, які можуть бути отримані при зміні їхнього власника (держави) та задіяні в реалізації заходів сталого розвитку економіки, виходячи з стратегіології проведення структурних змін.

Список використаних джерел

1. Карпінський Б. А. Модель сталого розвитку економіки: формування та порівняльна динаміка змін. Частина I / Б. А. Карпінський, І. М. Васильків, О. Б. Карпінська, А. Б. Шевців // Науковий вісник НЛТУ України. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2015. – Вип. 25.7. – С. 13-27.

**Гасюк Руслана Володимирівна**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

### **ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДОЛОГІЇ ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРИКОРДОННИХ ТЕРИТОРІЙ**

Результативність як формування соціально-економічного потенціалу прикордонних територій, так і можливості його реалізації, зокрема, Львівської області та Підкарпатського воєводства (Польща), методологічно свідчить за зростаючу потребу у розробці динамічної державної політики, яка б йшла на користь розвитку продуктивних сил прикордоння, їхнім фінансово-економічним системам, а з цим і мешканцям цих регіонів [1-2]. Аналіз показує, що в Україні з методологічної позиції досить детально прописане законодавче поле щодо транскордонної взаємодії, але властиво самі організаційно-економічні положення даної взаємодії в контексті задіявання соціально-економічного потенціалу прикордонних територій потребують подальшого удосконалення (якщо використовувати за аналогією інструментарні підходи ближчих сусідів, то їх ще необхідно адаптувати до українських реалій). Методологічно, означені положення у західному регіоні України ефективно не спрацьовують за наступних проблемних чинників: недостатність використання сучасних організаційних форм взаємодії (кластери, спільні підприємства, вільні економічні зони, спільні інфраструктурні об'єкти); складність перетину кордону Україна – Європейський Союз (ЄС), яка зумовлюється недостатнім рівнем розвитку прикордонної інфраструктури (автомобільні шляхи, залізничні колії, контрольно-пропускні пункти тощо) як у кількісному, так і в якісному значенні; певна відсутність «спільних продуктів» українських учасників транскордонної взаємодії та партнерів з суміжних територій, незнанням (виявленням) спільних проблемних питань, які можливо вирішувати в інтересах реалізації наявного соціально-економічного потенціалу.

Специфічною проблемною особливістю залишається й триваюча тенденція на подальшу варіативну асиметричність соціально-економічного розвитку (зайнятості, життєвого рівня населення, економіки, соціальних послуг, інфраструктури тощо) територій західних областей та суміжних прикордонних територій сусідніх держав, які є членами європейської унії. Зокрема, статистичні порівняння даних територій додатково доводять, що майже за майже за всіма показниками реалізації соціально-економічного потенціалу польська сторона перевищує українські позиції у 2-5 разів (не зважаючи навіть на те, що на початку 90-х років минулого століття реперні статистичні точки були співмірними).

Зазначимо також, що особливе місце в цьому порівнянні посідає кількість зареєстрованих виробничих підприємств різного профілю, яких є на порядок більше у порівняльній адміністративно-територіальній одиниці Польщі. Об'єктивно, що за такою кількістю виробничих організаційних структур, тягнуться: робочі місця, дохідна частина бюджету домогосподарств, вищий рівень заробітної плати та, загалом, фінансові поступлення до місцевих бюджетів, які йдуть на надання вищого рівня послуг. Не слід нехтувати й тим, що паралельно формується сучасний новаційно-інфраструктурний простір системи бізнесу (до нього відносять: індустріальні й технологічні парки, бізнес-інкубатори), який дозволяє ефективно перетворювати новації в реальні конкурентоспроможні продукти продажу з високою доданою вартістю, забезпечуючи й вищу інвестиційну привабливість.

Не зважаючи на те, що в Україні вперше було сформовано концепційні засади стратегіології регіонального розвитку [1-2] їх реалізація залишається більше в теоретичній площині, оскільки не формуються, та й не задіяються базові елементи програмно-цільового управління в контексті комплексного отримання належної фінансової віддачі від транскордонної взаємодії щодо соціально-економічного потенціалу.

Методологічно регіональна стратегіологія має свої особливості на прикордонному рівні, оскільки тут на формування та можливості задіявання ефективних економіко-фінансових механізмів накладаються додаткові чинники пов'язанні з відмінностями у соціально-

економічному розвитку сусідніх держав. Доречно відмітити, що соціально-економічний розвиток прикордонних територій у країнах-членах ЄС здійснюється через відлагоджений організаційно-економічний механізм стратегічного планування. Даний механізм, через властивий завданням інструментарій та збалансований моніторинговий контроль, із належною прозорістю і доступністю для широких верств споживачів, дозволяє спрямовувати всі спільні політики ЄС (конкурентна, торговельна, транспортна, аграрна тощо) на єдину мету: прискорення соціально-економічного розвитку прикордонних територій через активізацію потенціалу.

Суттєвою перепорою до підвищення інтеграційних процесів прикордонних територій Львівщини (Жовківський, Мостиський, Старосамбірський, Турківський, Яворівський райони) у програмах міжнародної технічної допомоги є співфінансування проектів із місцевих бюджетів (не менше 10%). Оскільки у Львівській області виконується 50 проектів щодо транскордонної взаємодії на суму в 70 млн євро (де половина суми це фінансові ресурси українських учасників) то: методологічно це можливо вирішувати лише в рамках програмно-цільового підходу. Означене забезпечуватиме ефективне використання фінансово-інвестиційних ресурсів, виходячи з особливостей і програмних цілей регіонального соціально-економічного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Карпінський Б. А. Збалансованість фінансової системи: методологія, оцінка, порівняння : монографія / Б. А. Карпінський. – Львів : Логос, 2005. – 496 с.
2. Карпинский Б. А. Стратегиология развития экономической системы государства: основы, финансовые вызовы, диспропорции // Финансовое управление развитием экономических систем : монография / О. О. Ардасова, Д. А. Демин, Б. А. Карпинский и др. ; под общ. ред. С. С. Чернова. – Новосибирск : СИБПРИНТ, 2012. – С. 269-289.

**Фомічова Наталя Вікторівна**

*Торговельно-економічний коледж*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

**Лисенко Наталя Миколаївна**

*Торговельно-економічний коледж*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

## **КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД У ФАХОВІЙ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТА ТОВАРОЗНАВЦЯ**

Національна доктрина розвитку освіти в Україні XXI століття ставить за мету забезпечення підготовки спеціалістів високої освіченості й культури, кваліфікованих спеціалістів, здатних до професійного розвитку, здатних правильно побудувати професійну кар'єру, бути конкурентоспроможним на ринку праці. Аналіз багатьох освітніх систем свідчить, що одним зі шляхів оновлення змісту освіти й освітніх технологій, узгодження їх із сучасними потребами, інтеграції до світового освітнього простору, є орієнтація освітніх програм на компетентнісний підхід і створення ефективних механізмів його запровадження.

У зв'язку з цим зростають вимоги до вдосконалення професійної підготовки майбутніх фахівців у коледжі. Одним із напрямків професійної підготовки спеціалістів є впровадження та реалізація компетентнісного підходу в освіту, що дозволить швидко реагувати на потреби ринку праці, на його вимоги.

Компетентнісний підхід полягає у спрямуванні освітнього процесу на набуття студентами важливих компетенцій, тобто загальних здатностей особистості виконувати певний вид діяльності.

Компетентнісний підхід – це спрямованість освітнього процесу на формування й розвиток ключових (базових) і предметних (фахових) компетентностей особистості.

Компетенція в освітньому процесі – це інтегрований результат навчання (інтеграція теорії і практики, інтеграція методів навчання і педагогічних технологій, інтеграція навчальних дисциплін, інтеграція роботодавця та закладу освіти та ін.).

Роботодавцям потрібна не кваліфікація, а компетентність як поєднання навичок кожного індивідууму, в якому поєднанні кваліфікація, здатність працювати в групі, ініціативність, уміння приймати рішення і нести відповідальність за них. Тому існує нагальна потреба ширшого використання досвіду застосування компетентнісного підходу у системі підготовки фахівців сфери торгівлі.

Кваліфікацію студент отримує, навчаючись у вищому закладі освіти. Тому важливим є питання ваги вищої освіти. Звісно, самооцінка і оцінка зі сторони рівня сформованих у студента компетентностей досить часто не збігаються. Причиною відмінностей у поглядах на дефіцит навичок може бути не завжди адекватна оцінка випускником, яких саме компетентностей і на якому рівні від них очікує роботодавець – а це, в свою чергу, може перешкоджати саморозвитку та вдосконаленню необхідних якостей.

З метою підготовки компетентного випускника доцільно залучати стейкхолдерів-партнерів освітніх програм до спільної розробки всіх складових комплексу науково-методичного забезпечення дисциплін професійного циклу. Враховуючи професійні компетентності та сучасні вимоги до фахівців сфери торгівлі при працевлаштуванні, змінювати завдання з виробничої практики, які спрямовані на оволодіння компетентностями товарознавця.

Під час занять викладачами професійних дисциплін організована активна діяльність студентів по формуванню дослідницьких компетентностей майбутніх фахівців. Науково-дослідна робота полягає в пошуковій діяльності, що виражається насамперед у самостійному творчому дослідженні. Формування наукового світогляду здійснюється шляхом залучення студентів коледжу до участі у предметних олімпіадах та науково-практичних конференціях.

Найкращим свідченням ефективності роботи закладу освіти є практична цінність і відповідність освітніх послуг потребам ринку праці.

Висока конкуренція змушує студентів бути більш активними, займатися самоосвітою, і в результаті робить їх більш підготовленими до роботи у сфері торгівлі.

Висновки. Професійна компетентність майбутнього фахівця передбачає розв'язання різного роду проблем, задач на основі наявного досвіду, знань і цінностей, а професійні компетентності передбачають здатність людини успішно діяти в процесі своєї професійної діяльності, що робить можливим бути професійно успішним будь-якого випускника закладу освіти. Впевнені, що лише спільними зусиллями закладу освіти та стейкхолдерів-партнерів можна мотивувати студентів на здобуття нових знань і вмінь, яких потребує сучасний ринок праці, посилити їх інтерес до майбутньої професії через проходження стажування (практики), скоригувати освітній процес відповідно до потреб та сучасних вимог роботодавців.

**Романюк Анастасія Сергіївна**

*Чернівецький національний університет імені Ю.Федьковича*

Науковий керівник: Вербівська Людмила Василівна, кандидат економічних наук, доцент

*Чернівецький національний університет імені Ю.Федьковича*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ МІСЦЕ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Конкурентоспроможність підприємства визначає позицію підприємства в конкурентній боротьбі, його положення на ринку та забезпечується досягненням і розвитком конкурентних переваг, які формуються в процесі діяльності підприємства. Водночас, конкурентоспроможність є одним із вагомих показників оцінки стану підприємства як суб'єкта господарської діяльності, що визначає перспективи його подальшого розвитку, можливість досягнення стратегічних цілей та завдань. Конкурентоспроможність посідає важливе значення в стратегічному управлінні сучасного підприємства, адже є гарантією існування фірми на ринку в довгостроковій перспективі.

Питаннями забезпечення конкурентних переваг підприємствами в сучасних умовах господарювання та визначенням показників конкурентоспроможності підприємства присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних фахівців, зокрема Г. Азоева., О. Біляєва, І. Борисюка, І. Вінченка, О. Єлець, Є. Богдана, Ф. Котлера, Б. Карлофа, А. Левицької, М. Портера, Р. Фатхутдінова, З. Шершньової та ін.

Незважаючи на значні теоретичні та практичні здобутки з питань забезпечення конкурентоспроможності підприємств, багато аспектів цієї проблеми потребують подальшого дослідження. Це стосується уточнення суті та змісту поняття «конкурентоспроможності підприємства» (табл. 1). Важливим питанням постає узагальнення та подання комплексного визначення конкурентоспроможності підприємства як сукупності характеристик підприємства, здобутих у результаті практичної діяльності, що є значно кращими у порівнянні з іншими підприємствами та приносять підприємству найвигідніші умови діяльності у боротьбі за покупця, за ринок, за товар тощо.

Таблиця 1

Трактування поняття «конкурентоспроможності підприємства»\*

№	Автор	Визначення
1	І.О. Борисюк	«Здатність підприємства випускати та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію»
2	І.І. Вінченко	«Можливість його ефективної господарської діяльності та її практичної реалізації в умовах конкурентного ринку»
3	А.О. Левицька	«Здатність підприємства до реалізації конкурентних переваг, які дають йому змогу ефективно розвиватися порівняно з іншими підприємствами на внутрішньому та зовнішньому ринках»
4	О. Єлець, Є. Богдан	«Складне багатоаспектне поняття, яке означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів, отримання конкурентних переваг шляхом ефективного використання всіх наявних ресурсів, виготовлення та реалізації конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ведення ефективної господарської діяльності»

\* Складено автором на основі джерел: [ 1, 2, 4, 5 ]

Здійснений аналіз підходів різних науковців до визначення сутності поняття «конкурентоспроможності підприємства» дає змогу сформулювати більш повне визначення: конкурентоспроможність – узагальнюючий оцінюючий показник рівня ефективності використання ресурсів, на основі якого визначається спроможність підприємства конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринку у довгостроковій перспективі.

З огляду на часовий період досягнення цілей підприємства, управління конкурентоспроможністю доцільно розглядати в контексті оперативного, тактичного та стратегічного рівнів (рис. 1):



Рис. 1. Рівні забезпечення конкурентоспроможності підприємства [3]

В умовах посилення динамізму та невизначеності зовнішнього середовища ефективним є стратегічне управління. Стратегічне управління – багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, за допомогою якого формулюються та виконуються ефективні стратегії, які сприяють збалансуванню потенціалу підприємства з можливостями зовнішнього середовища. Управління конкурентоспроможністю охоплює підприємство на усіх його рівнях і виступає напрямом управління підприємства, який спрямований на формування, розвиток, утримання конкурентних переваг та забезпечення життєдіяльності сучасного підприємства у сфері економічної діяльності як в даний час, так і в майбутньому.

Таким чином, підприємству необхідно постійно відслідковувати і реагувати на всі зміни, що відбуваються в його конкурентному середовищі з метою збереження своїх позицій на ринку і забезпечення конкурентних переваг. При цьому ефективним постає стратегічне управління, що є базою для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел

1. Борисюк І. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / І. О. Борисюк, А. В. Єрьоменко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2012. – № 33 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://jml.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/409>.
2. Вініченко І. І. Конкурентоспроможність аграрних підприємств : стан і перспективи / І. І. Вініченко // Агросвіт. – 2013. – № 21. – С. 10-13.
3. Діденко Є. О. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства / Є. О. Діденко, П. І. Журавівський // Ефективна економіка, 2017. – № 5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://er.knutd.com.ua>
4. Єлень О. П., Богдан Є. В. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_7\\_082.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_082.pdf)
5. Левицька А. О. Дослідження еволюції визначення та трактування конкурентоспроможності підприємства / А. О. Левицька // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 3. – Т.3. – С. 200-204.

**Яворський Владислав Миколайович**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ ТА ОФШОРНИХ ЗОН В КРАЇНАХ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ, В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Фінансові центри виникають у країнах, де існує стале економічне становище, розвинута кредитна система, помірний рівень оподаткування, пільгове валютне законодавство, зручне географічне розташування та стабільний політичний режим. Переваги, які мають офшорні юрисдикції, порівняно з іншими країнами це: захист інвестицій власників капіталів та збереження анонімності, відсутність податку на прибуток або наявність значно меншої ставки податку ніж в інших країнах, відсутність потреби у поданні фінансових та бухгалтерських звітів.

Спостерігаються зміни у тенденціях розвитку фінансових центрів, що може призвести до появи нових типів класифікацій та зміни вже існуючих фінансових центрів. Лідируючі позиції серед фінансових центрів протягом декількох періодів залишаються незмінними – лідерами залишаються Лондон та Нью-Йорк. З сучасними засобами комунікаційних та інформаційних технологій, офшорним центрам для активного розвитку не обов'язково бути територіально прив'язаними до фінансових центрів.

Фактори, які безпосередньо впливають на розвиток фінансових центрів це: бізнес середовище, розвиток інфраструктури фінансового ринку, закон та регулювання фінансової діяльності, людській потенціал, розвиток комунікаційних мереж.

Нині спостерігається тенденція до зниження позицій фінансових центрів, які розташовані у розвинених країнах та зростання позицій та впливу фінансових центрів, які базуються у країнах, що розвиваються, здебільшого у країнах Східної Азії та Арабського півострову. Фінансові центри Китаю мають великі перспективи до покращення своїх позицій на світовій фінансовій арені – 4 з 15 найбільш динамічно зростаючих фінансових центрів світу знаходяться саме в Китаї. Розвиток Сінгапуру та Гонконгу, як фінансових центрів, відбувається швидше, ніж розвиток Лондону та Нью-Йорку, які на сьогоднішній день є провідними гравцями на міжнародному фінансовому ринку, та, якщо дана тенденція залишиться незмінною, то у майбутньому Сінгапур та Гонконг можуть зайняти місця Лондону та Нью-Йорку.

У країнах, що розвиваються не спостерігається тенденція до збільшення потоків в офшорні юрисдикції, через те, що у цієї групи країн здебільшого недостатньо фінансових ресурсів для цього, також дана група країн використовують офшорні зони не для податкової оптимізації чи ухилення від сплати податків, а для захисту власних інвестицій.

Найбільш важливою та дієвою складовою глобалізації фінансового сектору є великі транснаціональні компанії. За умови, що динаміка розвитку таких фінансових центрів, як Лондон, Нью-Йорк, Сінгапур та Гонконг залишиться незмінною, то у 2020 році ці фінансові центри зрівняються за рівнем розвитку. Динаміка розвитку китайських, південно-азійських та арабських фінансових центрів відбувається з приблизно однаковою швидкістю та в цілому між фінансовими центрами не спостерігається великих розривів у розвитку.

Окремі фінансові центри мають пряму залежність від інших фінансових центрів регіону, у якому базується даний фінансовий центр. Таким чином, основними причинами, обумовленими глобалізацією, які впливають на розвиток офшорного бізнесу є: посилення позицій ТНК, активне зростання сфери послуг, формування глобальних фінансових ринків, збільшення соціального розшарування між країнами, що розвиваються та розвиненими країнами.

**Коваленко Олександра Олександрівна**

*Національний технічний університет України*

*«Київський Політехнічний Інститут імені Ігоря Сікорського»*

## **ФОРСАЙТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

Перспектива розвитку держави залежить від побудови моделі стратегічного формування майбутнього та в застосуванні інструментів планування. На сучасному етапі Україна перебуває в складному становищі як в економічній, політичній так і в соціальній сфері, причиною цього є використання традиційних методів прогнозування та планування. Саме тому в діяльності органів державної влади бракує використання інноваційних методів стратегічно орієнтованого процесу, яке ґрунтується на соціальних дослідженнях, плануванні та на стратегічних перспективах розвитку держави.

Стратегічне прогнозування визначає напрямок в майбутню політику держави, шляхом використання декількох методів прогнозування. Ефективним інструментом прогнозування для публічного управління є Форсайт-дослідження, яке дає можливість побудувати довгостроковий сценарій дій, інформуючи про майбутні тенденції, варіанти дій та можливі ризики публічного управління за допомогою застосування експертних методів. Форсайт дозволяє проаналізувати попереджувальні міркування і формальні припущення про можливі майбутні результати з метою полегшення прийняття поточних ситуаційних рішень.

Перевагами Форсайт-досліджень в публічному управлінні є:

- Керування плануванням у довгостроковій перспективі в умовах більшої невизначеності, що вимагає співпрацю з закордонними країнами та експертами для вдосконалення системи управління

- Розвиток інновацій в державному секторі
- Передбачення еволюції як політичної ситуації в країні так і громадянського суспільства

Вище зазначені переваги вимагають кваліфікованих спостережень щодо майбутніх соціальних та технологічних траєкторій, що впливають на розробку політики, управління, надання послуг та прийняття управлінських рішень. Прогнозні моделі в Форсайт-дослідженнях найкраще реалізуються як заходи для формування нового політичного курсу країни, адже прогнозовані майбутні наслідки допоможуть бути більш стійкими до змін, внаслідок чого дає перспективу розвитку нового політичного курсу на ранніх стадіях.

Застосування Форсайт-технологій в діяльності державних органів влади України дасть змогу запобігати можливим загрозам, взаємодіяти з громадським суспільством в баченні спільного майбутнього та стабільний розвиток країни.

**Блищик Елла Сергіївна**  
*Запорізький національний університет*

### **ДОСВІД ГРЕЦІЇ ЩОДО ВСТУПУ НА ДЕРЖАВНУ СЛУЖБУ ТА ПРОВЕДЕННЯ КОНКУРСУ НА ЗАЙНЯТТЯ ВАКАНТНИХ ПОСАД**

Одним із визначальних факторів ефективного функціонування державної служби в будь-якій країні є високий рівень професіоналізму її чиновників. Адже відомо, що найкраще політичне рішення залишається декларацією у випадку виконання його некомпетентними службовцями. Тому такими важливими є ефективні процедури набору на службу, які повинні забезпечувати вибір достойних кандидатів. Загалом, доступ до публічної служби у більшості країн на сьогодні підпорядковується двом принципам – рівності і достоїнності. З одного боку, законодавство декларує забезпечення рівного доступу своїх громадян до публічної служби. З іншого боку, цілком виправданим є намагання керівників усіх рівнів публічної адміністрації залучити до служби осіб, здатних найбільш ефективно виконувати встановлені завдання і функції.

У Греції умови вступу на державну службу, порядок відбору кандидатів та проведення конкурсу регулюється Кодексом цивільних службовців. Зокрема у кодексі зазначені умови доступу до державної служби, а саме:

1) громадянство держави, на службу якої вступає особа – лише громадяни Грецької Республіки обох статей можуть бути призначені цивільними службовцями (ч. 1 ст. 4 Кодексу цивільних службовців Греції);

2) перебування у межах певного віку – для кожної категорії встановлюється такий мінімальний та максимальний вік призначення на цивільну службу: категорії US і TS: мінімальний вік – 21 рік; максимальний вік – 35 років; категорія SE: мінімальний вік – 21 рік; максимальний вік – 30 років; категорія CE: мінімальний вік – 20 років; максимальний вік – 30 років (ч. 1 ст. 6 Кодексу);

3) відсутність судимості у претендента на зайняття посади державної служби – не можуть бути призначені цивільними службовцями: особи, звинувачені у вчиненні кримінального правопорушення та засуджені до будь-якого покарання за крадіжку, розкрадання державних або суспільних коштів (як приватні особи чи при виконанні своїх обов'язків), шахрайство, здирицтво, підробку документів, зловживання службовим становищем, хабарництво, невиконання обов'язку, повторні наклепи, а також будь-який злочин проти сексуальної свободи або з використанням фінансової експлуатації сексуального життя (ч. 1 ст. 8 Кодексу);

4) фізична (медична) придатність для зайняття певної посади, тобто відповідний стан здоров'я претендента – лише фізично здорові особи, які відповідають вимогам, встановленим для виконання відповідних обов'язків, можуть бути призначені цивільними службовцями, за винятком випадків, які підпадають під дію положень про захист інвалідів. Фізичне здоров'я кандидата на посаду цивільного службовця підтверджується компетентним медичним комітетом на основі довідки, у якій відповідна служба вказує загальні обов'язки, виконання яких пов'язане з перебуванням на відповідній посаді (ст. 7 Кодексу);

5) дотримання військового законодавства – не можуть бути призначені цивільними службовцями: а) особи, які не виконали свого обов'язку проходження військової служби, або не були належним чином звільнені з військової служби; б) особи, які були визнані такими, що відмовляються від проходження військової служби через політичні чи релігійноетичні переконання, та які не пройшли, відповідно до спеціальних правових положень про набір на військову службу, встановлений строк служби у збройних силах без носіння зброї або альтернативної цивільної соціальної служби (ст. 5 Кодексу);

6) дисциплінарне звільнення з іншої посади – особи, які були звільнені з цивільної служби чи служби у місцевому урядовому органі або з посади у будь-якій іншій юридичній особі публічного сектору внаслідок дисциплінарної санкції у формі остаточного звільнення або припинення їхньої трудової угоди з провини працівника, не можуть бути призначені цивільними службовцями протягом п'яти років, починаючи з дати їхнього звільнення [1, с. 58].



У Греції заміщення вакантних посад здійснюється на основі публічного конкурсу, що проводиться письмово та у виняткових випадках усно. Процес найму цивільних службовців здійснює незалежний адміністративний орган і вимагає опублікування попереднього оголошення у спеціальному випуску «Офіційної газети Грецької Республіки».

Успішні кандидати, чії імена включаються до переліку осіб, запропонованих до призначення, призначаються рішенням компетентного міністра через тридцять днів, починаючи з дати терміну подачі супровідних документів, і щонайпізніше протягом чотирьох місяців після складення списку осіб, запропонованих до призначення (ст. 15 Кодексу цивільних службовців Греції). Резюме акту про призначення опубліковується в «Офіційній газеті Грецької Республіки» та доводиться до відома особи, запропонованої до призначення, не пізніше тридцяти днів, починаючи з дати опублікування акту про призначення. Про своє призначення особа отримує повідомлення, направлене відповідним органом, із зазначенням номеру випуску «Офіційної газети Грецької Республіки», в якому було опубліковано резюме акту про призначення. Таке повідомлення доставляється зареєстрованим листом на місце проживання особи, запропонованої до призначення, та вручається самій особі, запропонованій до призначення, або особі, яка проживає з нею. У такому документі зазначається розумний строк, однак не більше тридцяти днів, протягом якого особа повинна скласти присягу та приступити до виконання своїх обов'язків [2, с. 76].

Договір про цивільну службу укладається після призначення та прийняття цивільного службовця на роботу. Цивільний службовець вважається прийнятим на роботу після складення присяги. Присяга складається перед органом, який видав акт про призначення, або перед іншим органом, визначеним у повідомленні про акт про призначення. Складення присяги підтверджується протоколом, що датується та підписується цивільним службовцем, який приймає присягу, та органом, який проводить прийняття присяги. Початок виконання обов'язків посвідчується звітом, що підписується керівником відповідної служби та цивільним службовцем. Такий звіт повинен мати реєстраційний номер і дату початку виконання обов'язків цивільним службовцем. Початком обчислення строку служби цивільного службовця є дата публікації оголошення про його призначення в «Офіційній газеті Грецької Республіки», за умови, що цивільний службовець приступає до виконання своїх службових обов'язків не пізніше одного місяця, починаючи з дати повідомлення про акт про призначення, або дата початку виконання обов'язків цивільним службовцем.

Отже, заміщення вакантних посад здійснюється відповідно до принципів забезпечення однакових можливостей участі, оцінки здібностей, об'єктивності, соціальної солідарності, прозорості та публічності. Принцип рівного доступу має на меті передусім захист прав особи, тоді як відбір за здібностями ґрунтується на захисті інтересів служби чи адміністрації в цілому.

Список використаних джерел

1. Публічна служба. Зарубіжний досвід та пропозиції для України / за заг. ред. В. П. Тимощука, А. М. Школика. Київ : Конус-Ю, 2007. 735 с.
2. Боссарт Д. Державна служба у країнах-кандидатах до вступу до ЄС : нові тенденції та вплив інтеграційного процесу / пер. з англ. О. М. Шаленко. Київ : Міленіум, 2004. 128 с.

**Блищик Елла Сергіївна**

*Запорізький національний університет*

Науковий керівник: Шарая Анна Анатоліївна, кандидат юридичних наук, доцент

*Запорізький національний університет*

## **РОЗМЕЖУВАННЯ МІЖ ПІДГОТОВЧОЮ СЛУЖБОЮ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ ТА ВИПРОБУВАЛЬНИМ СТРОКОМ ПРИ ВСТУПІ НА ДЕРЖАВНУ СЛУЖБУ В УКРАЇНІ**

Важливість етапу випробування при вступі на державну службу зумовлена тим, що держава зацікавлена на належному рівні підготувати майбутнього державного службовця та безстроково призначити на посаду в державному апараті, а осіб, які не відповідають встановленим вимогам, звільнити до цього часу.

У багатьох європейських державах передумовою постійного призначення на посаду державної служби є проходження підготовчої служби, основною метою якої є теоретична і

практична підготовка до відповідного виконання службових обов'язків (наприклад, пункт 3 статті 25 Закону Польщі «Про державну службу»), а також з'ясування професійної придатності майбутнього чиновника. Для кандидатів, які вперше призначаються на державну службу, у більшості випадків, вона є обов'язковою, але також може встановлюватися перед постійним призначенням на посади кандидатам, котрі вже перебували чи перебувають на службі. Строки підготовчої служби встановлюються законами і можуть бути чітко визначеними або стосуватись максимальної межі. В цілому тривалість підготовчої служби може тривати від кількох місяців (наприклад, 3 місяці у Фінляндії для службовців місцевих органів) до кількох років (наприклад, 3 роки для службовців кар'єри служби підвищеної категорії у Федеративній Республіці Німеччини). В багатьох країнах після закінчення строку підготовчої служби особа здає кваліфікаційний іспит, за результатами якого приймається рішення або припиняється служба, або особу призначають на постійну посаду [2, с. 154].

У законах Болгарії, Естонії, Латвії та інших країн закріплюється інститут випробувального строку перебування на посаді, який є дуже близьким до підготовчої служби. Наприклад, відповідно до статті 12 Закону Болгарії «Про державну службу», якщо кандидат призначається на службу вперше, то протягом одного року (випробувального строку), починаючи з дати вступу на посаду, орган призначення може припинити службові відносини без попередження [3, с. 56].

Розмежування між підготовчою службою та випробувальним строком полягає в наступному: основною метою підготовчої служби є навчання (підготовка) потенційного державного службовця, необхідне для виконання завдань і функцій у майбутньому; тоді як випробувальний строк є вже періодом безпосередньої служби чиновника, проте з можливістю звільнення тих осіб, що неналежно виконують службові обов'язки. У період підготовчої служби, особі, яка вступає на службу, статус службовця, як правило, не надається.

У Федеративній Республіці Німеччини підготовча служба та випробувальний строк є двома послідовними етапами допуску до довічної кар'єри чиновника. Відповідно до пункту 2 статті 18 Закону Німеччини «Про державних службовців», підготовча служба для кар'єр підвищеної категорії складається з двох частин: фахового навчання тривалістю щонайменше вісімнадцять місяців та професійного практичного часу навчання. Професійне практичне навчання охоплює навчання, наближене до обраного фаху із нахилом до завдань службової кар'єри; частка практичного навчання не може бути меншою одного року.

Випробувальний строк за німецьким законодавством також є доволі тривалим, він узгоджується відповідно з потребами кожної окремої службової кар'єри і може сягати п'яти років. Для осіб, що претендують на зайняття посад з керівною функцією, тривалість випробувального строку становить в середньому два роки.

Закон України «Про державну службу» не передбачає інституту підготовчої служби. Проте в ньому закріплене випробування, яке суб'єкт призначення може встановити з метою перевірки відповідності державного службовця займаній посаді із зазначенням його строку. При призначенні особи на посаду державної служби вперше встановлення випробування є обов'язковим і встановлюється строком до шести місяців. У разі якщо строк випробування закінчився, а державного службовця не ознайомлено з наказом про його звільнення з посади державної служби, він вважається таким, що пройшов випробування [1].

Отже, важливість підготовчої служби та (або) випробувального строку, зумовлена інтересом держави незалежно підготувати майбутнього постійного державного службовця, а осіб, що не відповідають встановленим вимогам, звільнити до цього часу. Слід визнати за доцільне для України запровадження обов'язкової підготовчої служби, що дозволить удосконалити відбір постійних державних службовців, покращити якість корпусу державних службовців та підвищити його стабільність.

Список використаних джерел:

1. Про Державну службу : Закон України від 10.12.2015 р. № 2475. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19> (дата звернення: 13.10.2018).
2. Публічна служба. Зарубіжний досвід та пропозиції для України / за заг. ред. В. П. Тимошука, А. М. Школика. Київ : Конус-Ю, 2007. 735 с.
3. Боссарт Д. Державна служба у країнах-кандидатах до вступу до ЄС : нові тенденції та вплив інтеграційного процесу / пер. з англ. О. М. Шаленко. Київ : Міленіум, 2004. 128 с.
4. Корнута Р. Окремі особливості правового регулювання публічної служби Німеччини. Проблеми реформування державного управління : зб. наук. пр. Київ : Вид-во УАДУ, 2000. С. 129-170.

**Карпінський Борис Андрійович**

Кандидат економічних наук, професор,

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

**Сидор Юрій Васильович**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## ДУАЛІЗМ ПРОЯВНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ КОНФЛІКТІВ У ПУБЛІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Активізація зусиль із проведення реформуючих заходів сьогодення часто стримується виникненням конфліктних ситуацій, які впливають на можливості досягнення цілей перетворень. Доцільно також підкреслити, що цілеспрямованих наукових розробок з проблематики дуалізму проявностіконфліктності у публічних організаціях є обмаль, що і стало передумовою для проведення даного дослідження.

Зазначимо, що за своєю проявністюсоціально-трудова конфліктну публічних організаціях можуть дуальними, а саме: функціональними (тобто позитивно сприяючими підвищенню ефективності публічної організації), або дисфункціональними (призводити до зниження особистої задоволеності, групового співробітництва й ефективності діяльності). Загалом, вони можуть нести позитивне чи негативне навантаження у забезпеченні реалізації конкретної програми їхнього соціально-економічного розвитку, впливаючи й на проявність державотворчого патріотизму нації.Зокрема, типові проявності соціально-трудова конфліктів у публічних організаціях з позиції дуалізму характерних рис наведено в табл. 1.

Зокрема, роль соціально-трудова конфлікту залежить від того, наскільки ефективно ним управляють при проявності у розглядуваних програмах. Об'єктивно, щоб дієвоуправляти соціально-трудова конфліктом, необхідно розуміти причини виникнення конфліктної ситуації. Найчастіше керівники вважають, що основною причиною конфліктів є зіткнення особистостей. Однак, аналіз показує, що часто вину потрібно перевести і на інші чинники, які пов'язані з процесом роботи, зокрема: використання застарілих технологічних рішень для виготовлення продукції, недосконалістьорганізації діяльності, розподілом створеного продукту, різних інтересів і цінностей, впливаючи на їхнє економічне та інвестиційне зростання [1-4].

Таблиця 1

Риси дуалізму проявностісоціально-трудова конфліктів  
у публічних організаціях

<b>Характерні риси дуалізму проявностісоціально-трудова конфліктів</b>	
<i>Позитивні</i>	<i>Негативні</i>
Стимулювання до змін та розвитку структури організації	Звільнення співробітників, зниження дисципліни, погіршення соціально-психологічного клімату в колективі
Отримання нової інформації про опонента	Значні емоційні та матеріальні витрати на участь у соціально-трудова конфлікті
Згуртованість колективу організації для протидії зовнішнім викликам	Відношення до переможених груп як до ворогів
Розрядка напруження між конфліктуючими сторонами колективу	Надмірне захоплення процесом конфліктної взаємодії, яке шкодить роботі та не згуртовує колектив
Зняття синдрому покори у підлеглих	Після завершення конфлікту –зменшення ступеня якості співробітництва між частиною працівників
Діагностика можливостей опонентів	Важке відновлення ділових відносин у колективі («шлейф конфлікту»)

*Джерело:* запропоновано авторами.

Виходячи з означеного, управління конфліктною ситуацією з позиції дуалізму проявності публічної організації потребує виділення основних типів конфліктів, причин їх виникнення та методів розв'язання. Причини виникнення конфліктів також є різноманітними.

Слід відрізняти об'єктивні причини проявності соціально-трудова конфліктів та їх сприйняття працівниками. Зокрема, об'єктивні причини соціально-трудова конфліктності у публічних організаціях, можливо умовно об'єднати в декілька груп, а тоді вже знаходити відповідні методи їх вирішення, а саме:

**Обмеженість ресурсів, які потрібно розподілити.** Навіть у найбільших публічних організаціях завжди існує певна обмеженість ресурсів: властиво сам розподіл ресурсів і призводить до конфлікту.

**Взаємозалежність завдань.** Можливість конфлікту існує завжди, коли одна людина (або група) залежить від іншої людини.

**Розбіжність у цілях.** Можливість виникнення конфлікту збільшується залежно від глибини спеціалізації в публічній організації, поділу на підрозділи.

**Відмінність у цінностях, манерах поведінки.** Працівники вважають, що завжди мають право вимагати щось від керівників, а керівники повинні виконувати те, що від них вимагають підлегли.

**Незадовільні комунікації.** Погана передача інформації є як причиною, так і наслідком конфлікту.

**Різка зміна подій.** Поряд з тим об'єктивні причини лише тоді є причинами соціально-трудова конфлікту, коли вони стоять на перешкоді особистості чи групи людей реалізувати свої потреби, зачіпають особисті або групові інтереси.

Загалом, соціально-трудова конфліктні ситуації впливають на функціонування та результативність кожної публічної організації, що інтегрально проявляється як у можливостях досягнення її цілей, так і в надходженнях до державного та місцевих бюджетів.

Список використаних джерел

1. Бучинська Т.В. Оцінка персоналу як важливий елемент ефективного управління / Т.В. Бучинська // Проблеми системного підходу в економіці. – № 1 (57). – 2017. – С. 59-64.
2. Карпінський Б. А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта інвестиційного зростання. Монографія / Б. А. Карпінський. – Львів : Колір ПРО, 2018. – 480 с. (Серія «Держава і стратегіологія»).
3. Примуш М. В. Конфліктологія: Навчальний посібник. – Київ: Видавничий дім «Професіонал», 2016. – 282 с.
4. Biliavskiy V. Evaluation of personal career management efficiency of trade enterprise employees / V. Biliavskiy, J. Biliavska // Canadian Journal of Science and Education : journal. – Toronto, 2014. – № 2 (6). – P. 684-695.

**Карпінський Борис Андрійович**

Кандидат економічних наук, професор

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

**Корпесьо Олена-Марія Богданівна**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## МОТИВАЦІЙНІ ЗАСАДИ У КАДРОВОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Сучасна потреба та ефективність як темпів проведення адміністративної реформи, так і динамічний соціально-економічний розвиток держави залежить від кадрового забезпечення системи публічного управління і адміністрування, зокрема, результативності державних службовців і вірного вибору пріоритетів державної політики. Виходячи з цього: основною проблемою, яка потребує розв'язання в Україні є збереження стійкої системи цінностей державних службовців у процесі виконання ними посадових обов'язків, забезпечення узгодження їхніх індивідуальних цілей з завданнями державної служби та відповідна мотиваційна політика.

Об'єктивно, що сучасна мотивація (оплата праці) державних службовців повинна забезпечувати достатні матеріальні умови для їхнього незалежного виконання службових обов'язків, сприяти укомплектуванню органів державної влади компетентними і досвідченими

кадрами, стимулювати їх сумлінну та ініціативну працю в інтересах громади. Стимулюючим фактором результативності діяльності державних службовців є їх мотивація.

Однак, аналіз мотиваційних засад цієї сфери доводить, що нині ані сама система, ані рівень оплати праці державних службовців в Україні не забезпечують виконання цих завдань. Адже рівень заробітної плати державних службовців не співвідноситься з рівнем відповідальності за виконання ними функцій державного управління, що обмежує кадрове забезпечення цієї системи, на яку додатково накладаються реформи.

Зазначимо, що фонд оплати праці державних службовців в органах виконавчої влади та місцевого самоврядування складається з трьох груп нарахувань: основної, додаткової заробітної плати та інших заохочувальних і компенсаційних виплат.

За характеристикою системи оплати праці українська модель організації державної служби тяжіє до «європейської», водночас вона має певні відмінності: як стосовно рівня оплати праці, так і питомої ваги посадового окладу у структурі заробітної плати державного службовця тощо. Означене визначає специфіку цієї моделі організації державної служби, функціонування якої явно не відповідає усталеним європейським стандартам. Виходячи з цього, виникає необхідність приведення у відповідність з цими стандартами всю систему державної служби в Україні, а також окремих її елементів, зокрема, систему оплати праці державних службовців.

Підкреслимо, мотивація державного службовця є надзвичайно важливою, оскільки вирішення завдань, які стоять перед суспільством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної основи, здатної спонукати персонал у сфері державної служби до ефективної діяльності.

В даний час використовується стандартна система оплати праці, яка недостатньо відповідає економічним методам управління, не ставить результати праці державного службовця в залежність від загального соціально-економічного розвитку країни (регіону), не стимулює такого службовця до свідомого, цілеспрямованого виконання посадових обов'язків, допускає однакову винагороду за нерівну працю, не дозволяє матеріально забезпечити і його захистити, зацікавити і залучити на держслужбу кваліфіковані кадри. Саме в цьому полягає одна з причин свідомого недовикористання службовцями своїх фізичних та інтелектуальних здібностей [1-3].

У Законі України «Про державну службу» зазначено, що оплата праці державних службовців повинна забезпечувати достатні матеріальні умови для незалежного виконання службових обов'язків, сприяти укомплектуванню органів державної влади компетентними і досвідченими кадрами, стимулювати їх сумлінну та ініціативну працю [1]. Проте, сьогодні оплата праці державних службовців, особливо спеціалістів, слабо пов'язана з кваліфікацією кадрів, освітою та професійною підготовкою, результатами навчання, ефективністю виконання посадових обов'язків. Наявна у цій сфері оплата праці не дозволяє матеріально забезпечити і захистити персонал, і, як наслідок, зацікавити у державній службі висококваліфіковані кадри з інших секторів [3-4].

Зважаючи, що мотивація є здебільшого психологічним явищем, а її методи мають індивідуальний підхід до кожної окремої особистості, то логічним є покладання здійснення функції мотивації саме на керівників і кадрову службу установи. На нашу думку, необхідною є розробка такої системи мотивації праці державних службовців, яка б визначала обов'язки та функції учасників процесу мотивування і мала набір загальних та індивідуальних заходів мотивації трудової діяльності. Окрім того, для ефективного впровадження мотиваційних засад в органах публічного управління та адміністрування доцільно підвищити роль кадрових служб.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про державну службу» від 10.12.2015 № 889-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19>.
2. Зубенко А. С. Мотивація трудової діяльності державних службовців / А. С. Зубенко, К. М. Костянчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/ebook/conf/2011-2/index.html>.
3. Карпінський Б. А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта. Монографія / Б. А. Карпінський. – Львів : Колір ПРО, 2016. – 534 с. (Серія «Держава і стратегіологія»).
5. Якименко К. П. Мотивація як метод підвищення ефективності праці в органах державної влади України / К. П. Якименко // Економіка і організація управління. – 2016. – №4(24). – С. 406-411.

**Карпінський Борис Андрійович**

Кандидат економічних наук, професор

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

**Білоуха Андріана Миколаївна**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **СТРАТЕГІОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

Стратегіологічно проведення реформ, а з ними й підвищення результативності персоналу органів публічного управління, пов'язується з задіюванням можливостей корпоративної культури. Зокрема, важливість дослідження різних аспектів корпоративної культури стала зростати, коли стало очевидним, що складовою успіху є не лише якісна система надання послуг, але й працівники, які трудяться в конкретній організаційній структурі. Властиво з цим пов'язана увага до даної проблематики.

Зазначимо, що дослідженням даного питання займалися ряд зарубіжних та українських учених, а саме: Ф. Харріс, Р. Моран, П. Вейл; а в Україні проблеми корпоративної культури стали в околі наукових інтересів О. Бала, І. Грошева, А. Максименко та інших вчених [1-4].

За своєю стратегіологічною специфікою, питання корпоративної культури є невід'ємним елементом реалізації цілей персоналу органів публічного управління, а тому вони у сучасних умовах є досить гострими. Останнє пояснюється тим, що попередня українська система управління персоналом перестала бути ефективною через бюрократизацію нововведень, пасивність керівників, незацікавленість управлінців, надмірний індивідуалізм з боку працюючих і націленість на результат особистого характеру, а не спільних цілей. Навіть нині, якщо розглядати поведінку колективу як системи, то сьогочасний стан більшості організацій доводить, що не вміємо досягати глобальних стратегіологічних цілей завдяки згурпуванню сил. Основною проблемою у даному контексті є бажання кожної зі сторін «перетягнути покривало на себе», доводячи не вмієть працювати як в командах, так і вирішувати спільні завдання чи довіряти своїм партнерам. Водночас, позитивні приклади з діяльності персоналу органів публічного управління свідчать, що міцна та високорозвинена корпоративна культура сприяє зміцненню становища установи, покращенню психологічної атмосфери колективу, нарощуванню її результативності, загальному підвищенню ефективності. Еталонним носієм культури в органах публічного управління є його менеджери, адже саме вони найяскравіше можуть продемонструвати норми корпоративної культури, оскільки мають для цього більше можливостей аніж звичайні працівники [1-4].

Окрім того, згідно з аналізом 86% компаній світу визнають, що запорукою успішності їх бізнесу в висококонкурентних реаліях послужив саме здоровий корпоративний дух. Властиво завдяки підвищеній залученості персоналу компаніям вдалося підвищити якість роботи на 44% і збільшити річний прибуток на 22%, а це достатньо показові чинники. Як зазначає дослідник В. О. Аніщенко, власна культура працівників є зовнішнім відображенням корпоративної культури, яка виражає себе через імідж і дизайн організації, фірмові традиції, обряди тощо. Зовнішня сторона корпоративної культури видима як співробітнику, так і клієнту, а система норм поведінки зовнішньо схожа в різних організаціях [1].

Стратегіологічно визначальними чинниками, які впливають на формування корпоративної культури, є мова спілкування та системи комунікації, оскільки часто певну групу спеціалістів або трудовий колектив відрізняють від інших саме завдяки «професійному жаргону», тобто складаються певні історії, жарти, цитати, які зрозумілі лише певному обмеженому колу працюючих організації, а в інших життєвих ситуаціях не є прийнятними чи зрозумілими. Це є суттєвим важелем, оскільки дозволяє відчути близькість та єдність між членами колективу [3-4]. Проте, на думку авторів, найважливішими чинниками корпоративної культури є цінності, правила, місія та цілі компанії. Адже коли працівники об'єднані задля однієї спільної мети і бачать в цьому не тільки економічний сенс, то робота, виконувана ними,

перестає бути рутинним завданням, виходить на рівень спільної мрії, формуючи ідеологію активізації проявності державотворчого патріотизму нації як відображення кращих рис національного характеру [2].

Зокрема, дослідивши проблему впливу українського національного характеру на формування корпоративної культури у вітчизняних організаціях з позиції державотворчого патріотизму нації, можна зробити висновок, що головною проблемою, що негативно впливає на розвиток культури органів публічного управління, є індивідуалізм основної частини працівників, пасивність і невміння формувати ефективні комунікаційно-робочі зв'язки [2-4]. Іншим важливим аспектом є те, що ще перебуваємо в перехідному стані: від колишньої радянської системи формування організаційних цілей та ідеології виробництва до ринкових методів і моделей вирішення питань організації праці. Зрозуміло, що поняття «корпоративна культура» в Україні є ще вузько використовуваним, оскільки не стало стратегіологією формування персоналу у більшості органів публічного управління, які йдуть по шляху реформ.

Список використаних джерел

1. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень / В. О. Аніщенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 64-71.
2. Карпінський Б. А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта. Монографія / Б. А. Карпінський. – Львів : Колір ПРО, 2016. – 534 с. (Серія «Держава і стратегіологія»).
3. Смоленюк П. С. Корпоративна культура як основа розвитку організації / П. С. Смоленюк // Наука й економіка. – 2010. – № 1. – С.123-128.
4. Шпильова В. О. Корпоративна культура: сутність та актуальні проблеми сучасності / В. О. Шпильова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=70&p=1>.

**Карпінський Борис Андрійович**

Кандидат економічних наук, професор

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

**Гасюк Руслана Володимирівна**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

**Кімак Христина Борисівна**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **ТІНІЗАЦІЯ ЗАЙНЯТОСТІ І ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИЙ ПІДХІД У ФОРМУВАННІ РИНКУ ПРАЦІ З ПОЗИЦІЇ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

З позиції публічного управління та адміністрування застосування програмно-цільового підходу щодо формування цивілізованого ринку праці дозволяє розвинути ринкове (конкурентне) середовище в державі, підвищити фінансово-економічні результати діяльності підприємницьких організацій, створити ефективну структурну та регіональну політику зайнятості. Водночас в Україні, на жаль, дістала поширення праця в тіньовому сегменті економіки (який займає до 40% у ВВП) [1]. Останнє значить, що даний ринок суттєво зменшує частку податкових надходжень, а тим скорочує дохідну частину бюджету, впливаючи й на показники зайнятості населення, які через неофіційне працевлаштування показують нижчі результати (як показує проведений аналіз: особливо в прикордонних територіях держави). На думку авторів, необхідно активізувати та удосконалити комунікації між бізнесом і органами влади на засадах програмно-цільового управління з метою проведення цілеспрямованої роз'яснювальної роботи та здійснення заходів щодо виявлення фактів застосування незадекларованої праці, властиво і в цьому також особлива місія публічного управління та адміністрування.

Зокрема, тіньова зайнятість в Україні становить понад 23%, внаслідок чого Пенсійний фонд у 2017 році зазнав збитків на 30 млрд грн. Держстат наголошує, що 3,7 млн українців або кожен третій працюючий громадянин України не має офіційного оформлення трудових відносин (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Динаміка неформально зайнятого населення за видами економічної діяльності  
у 2016-2017 роках\*

Показники	2016	2017	Зміна, +/-
Кількість неформально зайнятого населення віком 15-70 років – усього, тис. осіб	3961,2	3695,6	-265,6
<i>у тому числі за видами економічної діяльності, у % до підсумку</i>			
сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	40,8	42,1	1,3
промисловість	6,1	5,6	-0,5
будівництво	15,5	16,1	0,6
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	20,9	19,6	-1,3
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	3,5	3,3	-0,2
тимчасове розміщення й організація харчування	2,6	2,4	-0,2
інші види економічної діяльності	10,6	10,9	0,3

\*Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

*Джерело:* запропоновано та сформовано авторами за даними Державної служби статистики України.

Найбільше таких працівників у сільському господарстві (42,7%), в торгівлі (19,6%), будівництві (16,1%), промисловості (5,6%) і транспорті (3,3%) [2].

Зазначимо, що за результатами проведеної роботи органами публічного управління та адміністрування у 2017 році легалізовано 99,5 тис. робочих місць (хоча це на 95,2 тис. робочих місць менше, ніж в 2016 році), в результаті чого мобілізовано 120,2 млн грн єдиного соціального внеску (що на 39,3 млн грн менше, ніж у 2016 році) [2].

Водночас, Міжнародна організація праці (МОП) проводила оцінку рівня тіньової економіки, і за результатами оцінки, близько 50% працівників в Україні від офіційно зайнятого числа людей працюють у тіні, а зайнятих у нас близько 10-12 мільйонів. Тобто, близько 5 мільйонів, або кожен третій працює нелегально [3].

Окрім того, у першому кварталі 2018 року рівень тіньової економіки в Україні становив 33% від офіційного ВВП, що на 4 процентних пункти менше в порівнянні з аналогічним періодом 2017 року [2].

Детінізація української економіки стала можливою завдяки збереженню макроекономічної стабільності і позитивних економічних тенденцій в умовах реалізації політики, спрямованої на розширення внутрішнього попиту, чому сприяло, в тому числі, підвищення доходів населення, і сприятливих зовнішніх умов та й активізації зусиль за проблематикою в системі публічного управління та адміністрування.

На думку авторів, також позитивно на цей процес вплинуло увага до зміцнення інвестиційної складової економічного зростання в умовах продовження процесів реформування економіки, збереження доволі високого рівня ділової активності бізнесу та поліпшення очікувань, підвищення рівня державотворчого патріотизму нації в частині податкової домінанти. Підкреслимо, що встановлення тривалих трудових відносин, постійні працівники, відсутність плинності кадрів – слугує якісною рекламою конкретного роботодавця. Практично



лише при належному ставленні до своїх прав та обов'язків обидві сторони трудових відносин можуть розраховувати на позитивний результат та досягнення поставлених цілей. Властиво публічне управління та адміністрування у сучасних умовах відіграє пріоритетну роль у формуванні цивілізованого ринку праці, сприяє розвитку економіки, зменшенню диспропорцій між попитом і пропозицією, зокрема, за допомогою використання програмно-цільового підходу щодо реалізації заходів як з професійної підготовки та перепідготовки працівників, так і методів із підтримки бізнесу.

Список використаних джерел

1. Карпінський Б. А., Гасюк Р. В., Карпінська О. Б. Ділове адміністрування: навчальний посібник / За ред. професора Б. А. Карпінського. – Львів : ГАЛИЧ-ПРЕС, 2018. – 412 с. (Серія «Держава і управління»).
2. Державна служба статистики України. Електронний ресурс : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Міжнародна організація праці. Електронний ресурс : <http://dsp.gov.ua/>

**Матвійчук Юрій Сергійович**

*Запорізький національний університет*

Науковий керівник: Сквірський Ілля Олегович, доктор юридичних наук, професор

*Запорізький національний університет*

## **КУРС ДО ЧЛЕНСТВА В ЄС: РОЛЬ КОНСТИТУЦІЙНОГО СУДУ УКРАЇНИ**

Питання можливості вступу України до Європейського Співтовариства (далі - ЄС) все більше набуває актуальності. Такий інтеграційний курс включає в себе наступні три аспекти: політичний, економічний та правовий. Політичний аспект становить забезпечення стабільного майбутнього українського суспільства. Економічний – розвиток країни та добробуту народу. Інтеграція у правовому аспекті – це збереження суверенітету та державності.

В ході аналізування нормативних джерел та юридичної літератури слід зазначити мету статті - здійснення комплексного дослідження ролі Конституційного Суду у адаптації вітчизняного законодавства до права ЄС в рамках курсу до членства у даному Співтоваристві.

Наукові розробки у сфері дослідження інтеграційних процесів до ЄС України доцільно згадати праці наступних вчених: А. Гальчинського, І. Беззуб, О. Ковальнової, Г. Немирі, Н.Мехеди, О. Дергачова, С. Максименка.

На рівні Основного Закону України у статті 18 закріплено, що зовнішньополітична діяльність України спрямована на забезпечення її національних інтересів і безпеки шляхом підтримання мирного і взаємовигідного співробітництва з членами міжнародного співтовариства за загально визнаними принципами і нормами міжнародного права [4].

Також відповідно до частини другої статті 11 Закону України «Про засади внутрішньої та зовнішньої політики» основними засадами зовнішньої політики є: забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в Європейському Союзі [2].

Для сучасної Української держави, європейська інтеграція виступає насамперед своєрідним шляхом покращення економічної ситуації, залучення інвестицій іноземних держав та новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, вихід на світові ринки. В той же момент, політичні переваги інтеграції України у ЄС пов'язані зі створенням надійних механізмів політичної стабільності та демократії, зближення із Європейським Союзом виступає гарантією, а виконання його вимог – інструментом розбудови демократичних інституцій в Україні; членство у Європейському Союзі може відкрити шлях до колективних структур спільної європейської безпеки, забезпечити ефективнішу координацію дій у сфері контролю за експортом і нерозповсюдження зброї масового знищення, в боротьбі з тероризмом, організованою злочинністю, нелегальною міграцією тощо [1].

Країна, яка проголошує прагнення стати складовою ЄС, мусить насамперед довести свою спроможність дотримуватися європейських норм і стандартів, намагається бути чинником підтримання соціально-економічної стабільності, підвищення конкурентоспроможності цього

об'єднання на міжнародній арені [3, с. 210]. Але першим практичним кроком на шляху до ЄС є адаптація національного законодавства до права ЄС.

Аналіз змісту конституційних реформ при вступі до Європейського Співтовариства (Болгарії, Естонії, Латвії, Литви, Польщі, Словаччини, Угорщини, Чехії) свідчить про те, що зміни й доповнення до конституцій в обов'язковому порядку стосувалися: посилення ролі міжнародного договору у внутрішньодержавних правових системах, перегляду повноважень органів державної влади та введення інституту делегованого законодавства, або впровадження його обов'язкових приписів; взаємодії за юридичною силою правових актів ЄС та актів внутрішнього законодавства, передачі частини суверенітету або його обмеження, обов'язкового проведення референдуму з питань щодо вступу до ЄС, а також внесення змін до конституції за «європейською поправкою» [5, с. 12-13].

Вищезазначені кроки є вирішальними та необхідними для нашої держави. Постає необхідність у проведенні заходів по запуску процесу європейської інтеграції України із внесення необхідних змін і доповнень до Конституції України та визначенням місця джерел права ЄС поміж нормативно-правових актів України.

Згідно зі статтею 159 Основного Закону України законопроект про внесення змін до Конституції України розглядається Верховною Радою України за наявності висновку Конституційного Суду України щодо відповідності законопроекту вимогам статей 157 і 158 цієї Конституції [4].

Нині у Конституційному Суді України триває вивчення проекту закону щодо закріплення в Конституції курсу України до НАТО та Європейського союзу. Цим законопроектом пропонується внести до Конституції України такі зміни:

– абзац п'ятий преамбули після слів «громадянської злагоди на землі України» доповнити словами «та підтверджуючи європейську ідентичність Українського народу і незворотність європейського та євроатлантичного курсу України»;

– пункт 5 частини першої статті 85 викласти в такій редакції: «визначення засад внутрішньої і зовнішньої політики, реалізації стратегічного курсу держави на набуття повноправного членства України в Європейському Союзі та в Організації Північноатлантичного договору»;

– статтю 102 доповнити частиною третьою такого змісту: «Президент України є гарантом реалізації стратегічного курсу держави на набуття повноправного членства України в Європейському Союзі та в Організації Північноатлантичного договору»;

– статтю 116 доповнити пунктом 1-1 такого змісту: «забезпечує реалізацію стратегічного курсу держави на набуття повноправного членства України в Європейському Союзі та в Організації Північноатлантичного договору»;

– пункт 14 розділу XV «Перехідні положення» виключити [6].

Отже, Конституційний Суд України також відіграє роль на шляху до євроінтеграції, зокрема, він повинен надати висновок щодо відповідності законопроекту, який спрямований на внесення змін до Конституції України в частині стратегічного курсу держави на набуття повноправного членства України в Європейському Союзі та в Організації Північноатлантичного договору. Хоча такий вплив є і опосередкованим, але він є важливим для подальшої адаптації законодавства України до норм права ЄС та появи ще однієї передумови заявити наміри вступити до ЄС.

#### Список використаних джерел

1. Беззуб І. Сучасний стан і перспективи української євроінтеграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=120](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=120).
1. Закон України «Про засади внутрішньої та зовнішньої політики» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2010, N 40, ст. 527.
2. Мехеда Н.Г., Маренич А.І. Наслідки євроінтеграції: соціальний аспект// Фінансовий простір міжнародний науково-практичний журнал. №4. – К., 2013. – С. 209-2014.
3. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – 141 с.
4. Правові засади європейської та євроатлантичної інтеграції України: досягнення та перспективи: матеріали учасників заочної науково-практичної конференції (Львів, 31 жовтня 2017 року). – Львів: ННІПН НУ «Львівська Політехніка», 2017. – 157 с.
5. Про внесення змін до Конституції України (щодо стратегічного курсу держави на набуття повноправного членства України в Європейському Союзі та в Організації Північноатлантичного договору): законопроект № 9037 від 03.09.2018

**Чернявська Ганна Анатоліївна**

*Запорізький національний університет*

Науковий керівник: Удовика Лариса Григорівна, доктор юридичних наук, професор

*Запорізький національний університет*

## **ОБМЕЖЕННЯ УЧАСТІ У ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЯХ: ДЕПОЛІТИЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ**

Минуле століття характеризується початком масштабних та комплексних реформ сфери державного управління, які обумовлені необхідністю підтримання зростанні національної економіки країн, а також підвищення рівня надання публічних послуг. Частиною цих перетворень та реорганізації управлінської системи були реформи державної служби. Одним із важливих аспектів став пошук оптимальної моделі включення державних службовців у політичний процес. В Україні дане питання набуло актуальності у зв'язку із двома причинами: становлення інституту державної служби та переходом до багатопартійної політичної системи й подальшим зростанням ролі політичних партій у політичному житті суспільства. На законодавчому рівні закріплено принцип «політичної нейтральності», принцип «політичної неупередженості».

Значний внесок у наукові дослідження із розглядуваної теми було зроблено в публікаціях таких авторів, як І. Данільєва, С. Дубенко, С. Ківалов, Д. Минюк, В. Мельниченко, О. Оболенський, А. Панасевич, В. Побережна, М. Рудакевич, С. Серьогін, Г. Ткач, Н. Янюк тощо. Проте, незважаючи на існування чималої кількості наукових праць, присвячених проблемі деполітизації державної служби та обмеженню політичної активності державних службовців, це питання не набуло достатньо чіткої та однозначної теоретичної розробки. Зокрема, поза межами наукових досліджень залишались питання співставлення змісту принципів обмеження політичної діяльності державних службовців та напрямів реалізації цих принципів як засобів деполітизації державної служби в Україні.

Метою публікації є дослідження особливостей та напрямів нормативно-правового регулювання процесу деполітизації державної служби в Україні.

У сучасних розвинутих країнах з усталеними демократичними інститутами гострота питання щодо певної автономії державних службовців по відношенню до виборної політичної еліти поступово знімалась як зусиллями самих державних інституцій, так і посиленням контролю інститутів громадянського суспільства за діяльністю органів влади. Однак у посттоталітарних країнах і країнах, що розвиваються, надмірна політизація державної служби залишилась досить розповсюдженим явищем, що супроводжувалося серйозними наслідками для цілісності та продуктивності державного сектора. Не стала, на жаль, виключенням і Україна, в якій неефективні демократичні інститути та відсутність дієвого контролю виборців над діяльністю виборних представників стали благодатним ґрунтом для політизації державної служби [1].

Ситуація, що поступово складалася, різко контрастувала з декларованим владою вже з перших днів проголошення незалежності Україні прагненням забезпечити обмеження впливу партій на апарат держави. Так, у прийнятій 24 серпня 1991 року Постанові «Про департизацію державних органів, установ та організацій» Верховної Ради вимагала «припинення діяльності організацій політичних партій в усіх органах державної влади» [2].

Слід зазначити, що вимога забезпечити обмеження політичної активності певних груп держслужбовців (передусім мілітаризованого та спеціалізованих видів державної служби) набула правового закріплення спочатку у формі принципу департизації або принципу позапартійності [3].

У 1994 році з прийняттям і набуттям чинності Закону України «Про державну службу» в нашій країні було започатковано інститут державної служби. У цьому документі набули закріплення основні її принципи, серед яких: принципи служіння народу України; демократизму й законності; пріоритету прав людини і громадянина; професіоналізму (ст. 3) [4]. Таким чином, законодавець означив загальні вимоги до участі державних службовців у політичному житті

суспільства, проте не унормував вимоги до відносин з ключовими суб'єктами політичного процесу.

Лише після прийняття в 1996 р. Конституції України, в якій установлювалося, що «не допускається створення і діяльність організаційних структур політичних партій в органах виконавчої та судової влади і виконавчих органах місцевого самоврядування» [6], принцип департизації безпосередньо поширювався на всі на органи публічної влади.

Щодо закріплення принципу «політичної неупередженості» у нині діючому законодавстві: у Законі України «Про державну службу», № 2490 від 30 березня 2015 р. серед принципів державної служби закріплено вищезазначений принцип, під яким законодавець розуміє «недопущення впливу політичних поглядів на дії та рішення державного службовця, а також утримання від демонстрації свого ставлення до політичних партій, демонстрації власних політичних поглядів під час виконання посадових обов'язків». Прийняття цього законопроекту за основу 23 квітня 2015 р. супроводжувалося в парламенті жвавим обговоренням та суперечками, його доопрацювання розтягнулося на місяці, а друге читання переносилося декілька разів. У новому варіанті були враховані зауваження експертів, зокрема, було вилучено заборону проводити чи брати участь у передвиборній агітації як таку, що не повною мірою узгоджується з приписами виборчих законів.

Таким чином державний службовець не має права: 1) бути членом політичної партії, якщо такий державний службовець займає посаду державної служби категорії «А». На час державної служби на посаді категорії «А» особа зупиняє своє членство в політичній партії; 2) обіймати посади в керівних органах політичної партії; 3) суміщати державну службу із статусом депутата місцевої ради, якщо такий державний службовець займає посаду державної служби категорії «А»; 4) залучати, використовуючи своє службове становище, державних службовців, посадових осіб місцевого самоврядування, працівників бюджетної сфери, інших осіб до участі у передвиборній агітації, акціях та заходах, що організуються політичними партіями; 5) у будь-який інший спосіб використовувати своє службове становище в політичних цілях [5].

Отже, чергова спроба деполітизувати державну службу має всі шанси стати вдалою, бо наявне законодавче закріплення принципу політичної неупередженості та механізм забезпечення такого принципу є досить чітким.

Список використаних джерел:

1. Охотский Е.В. Политическая нейтральность и профессиональная ответственность государственного служащего / Е.В. Охотский // Публичное и частное право. 2013. № 3. С. 57-66.
2. Про департизацію державних органів, установ та організацій: Постанова Верховної Ради України від 24.08.1991 № 1429-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 38. – С. 504.
3. Про Военну доктрину України: Постанова Верховної Ради України від 19.10.1993 № 3529-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1993. № 43. – Стаття 409.
4. Про державну службу: Закон України від 16.12.1993 № 3723-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 52. – С. 490.
6. Про державну службу : Закон України від 10.12.2015 // ВВР України, 2016 – №4
7. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1996. – № 30. – С. 141.

**Тодераш Ганна Флоріївна**

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

Науковий керівник: Вербівська Людмила Василівна, кандидат економічних наук, доцент

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ**

В сучасних ринкових умовах підприємства діють в динамічному конкурентному середовищі і для забезпечення ефективної діяльності підприємствам необхідно вивчати конкурентне середовище, визначити конкурентні переваги, конкурентоспроможність підприємства. Забезпечення конкурентоспроможності повністю здійснюється на оперативному, тактичному і стратегічному рівнях управління.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства розглядається як процес впливу на фактори конкурентоспроможності з метою її підвищення через реалізацію функцій оцінки, аналізу, планування, організації, контролю й обліку. Дане питання в економічній літературі досліджували як зарубіжні, так і вітчизняні, зокрема: Дж. Робінсон, А. Курно, Ф. Еджуорт, Дж. Стоунхаус, М. Портер, С. Савчук, Г. Азоев, А. Сміт, А. Градов.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства, як система цілеспрямованого впливу на елементи і процеси, що забезпечують формування конкурентних переваг і розвиток конкурентного потенціалу підприємства є інструментом, що дозволяє підвищити ефективність використання ресурсів, рівень інноваційної активності, якості товарів [1]. Сукупність наявних ресурсів і можливостей для розробки й реалізації стратегії розвитку підприємства визначають його стратегічний потенціал.

Стратегічний потенціал є результатом поєднання виробничого потенціалу підприємства з ринковим. Здатність забезпечувати стійкі позиції на ринку визначає потенціал як конкурентоспроможний. Сучасні тенденції розвитку стратегічного менеджменту визначають необхідність організаційних змін, формування стратегічних альянсів (мереж) та використання менеджменту знань для досягнення конкурентних переваг. Пріоритетами стратегічного управління є розвиток персоналу, управління гнучкістю підприємства як відкритою системою, формування інноваційного ресурсу конкурентоспроможності [2].

Важливою умовою забезпечення конкурентоспроможності стає ефективне стратегічне управління технологіями і інноваціями. Модель управління інноваційним процесом включає етапи: генерація ідей, попередні технологічні і ринкові дослідження, концептуальні технологічні і ринкові дослідження, виробництво і виведення продукту, тестування і перевірка продукту, розробка продукту, післяпродажний аналіз (рис. 1).

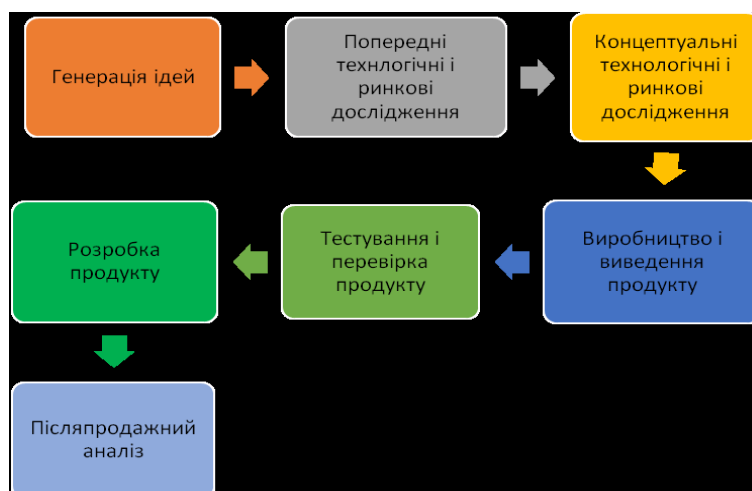


Рис. 1. Модель управління інноваційним процесом [3]

Сучасні тенденції формування інноваційної конкурентоспроможності визначають: зростання ролі науки і знань у виробництві, зростання наукомісткості продукції, скорочення тривалості інноваційних процесів, зростання швидкості та інтенсивності процесів дифузії інновацій.

Ефективне управління інноваціями передбачає управління внутрішніми джерелами змін, такими процесами як технологічний і стратегічний, визначення бізнес-моделі. Система стратегічного управління інноваціями зорієнтована на трансферт знань, узгодження інтересів, інтеграцію, стимулювання творчості і навчання. Модель інновації слід розуміти як основу створення інноваційної стратегії і розробки портфеля, що відповідає загальній стратегії. Обсяг і тип інновації повинен відповідати стратегії організації [3].

Отже, конкурентоспроможність стає ключовим фактором успішного менеджменту і передбачає використання сучасних ринково-адаптованих методів стратегічного управління. Реалізація потенціалу удосконалення продукції, розвитку технологічної складової, формування конкурентних переваг забезпечить ефект синергії на основі вдалого використання управлінських технологій в межах стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства. Інновації є головним засобом досягнення стратегічних цілей організацій. Основами конкурентних переваг інновацій є: радикально новий продукт, прогресивний процес чи метод, маркетингова інновація забезпечення диференціації пропозиції, організаційно-управлінські зміни.

Список використаних джерел

1. Вороненко Х.О. Стабільний рівень конкурентоспроможності підприємства як базовий аспект його ефективної діяльності / Х.О. Вороненко, Ю.М. Степанцова. – 2016. – №1. – С. 54-55 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.irbis-nbuv.gov.ua](http://www.irbis-nbuv.gov.ua)
6. Синіговець О.М. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства / О.М. Синіговець. – 2012. – №39. – С. 275-277 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cyberleninka.ru/article/v/strategichne-upravlinnya-konkurentospromozhnisty-pidpriemstva>
7. Шкарлет С.М. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. / С.М. Шкарлет, В.П. Ільчук. – Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2015. – 308 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://pidruchniki.com/85868/ekonomika/innovatsiyniy\\_potentsial\\_pidpriemstva](https://pidruchniki.com/85868/ekonomika/innovatsiyniy_potentsial_pidpriemstva).

**Романов Роман Олександрович**

*Дніпровський національний університету імені Олеся Гончара*

## **ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПРИВАТНОГО ФІНАНСУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД**

Приватні джерела надходжень, традиційно найбільш важливі механізми фінансування політичної діяльності, варіюються від членських внесків до малих і великих приватних пожертвувань та надходжень від виборних посадових осіб.

Для того, щоб усі політичні партії та кандидати мали рівні можливості участі у передвиборній конкурентній боротьбі та з метою введення у практику демократичних принципів формування рівноправного політичного середовища, держави вводять різні засоби контролю за припливом грошових коштів у політичне життя партій.

Однак, незважаючи на нормативні правила, порушення закону у сфері фінансування політичної діяльності є поширеною проблемою.

Приватне фінансування традиційно складає лівову частину бюджетів політичних партій; втім у цій царині спостерігається перенесення центру ваги у бік державного фінансування. Членські внески і невеликі пожертви політичним партіям і кандидатам зазвичай вітаються і є певним критерієм легітимності політичної партії з точки зору громадянського суспільства. Фінансування з боку рядових членів партії – разом із явкою виборців, кількістю членів партії та особами, з якими ідентифікується партія, – є показником участі громадян у політиці.

Що ж стосується великих пожертвувань, особливо від юридичних осіб, то їхній вплив вважається згубним. І дійсно, приватне фінансування є одним з найбільш очевидних шляхів, завдяки якому окремо взята людина або групи особливих інтересів можуть «купувати» політичних представників в обмін на фінансові поступки, сприяння та послуги.

За всі роки, Незалежності України, жодній з політичних партій не вдалося стати потужною, цілісною та впливовою ідеологічною політичною силою, яка б могла здійснювати, більш-менш, суттєвий вплив на соціально-політичні процеси, що протікають в нашій державі.

Політичні партії зіткнулися з проблемами в своєму розвитку, які згодом стали своєрідним підсумком усіх етапів формування багатопартійності в Україні:

- відсутність чіткої ідеологічної платформи;
- комерціалізація політичної діяльності і олігархізація партійної еліти;
- відсутність постійної комунікації між партією і рядовими виборцями;
- наявність партійного популізму замість концепцій і стратегій розвитку;
- відсутність довгострокової стратегії партійного будівництва.

Розмитість, а часто і повна відсутність ідеологічної платформи є чи не ключовою проблемою більшості політичних партій в Україні.

На прикладі західного світу видно, що консервативні цінності можуть поєднуватися з націоналізмом, а принципи соціал-демократії цілком можуть співіснувати з лібералізмом, коли партії знаходяться при владі чергуються з опозицією. Це чітко видно на прикладі німецьких християнських демократів, які не нехтують принципами лібералізму, британських лейбористів, які дотримуються соціал-демократичних постулатів або японських лібералів, які стоять на консервативних позиціях.

В Україні подібні ситуації, як правило, приймають характер партійного популізму спрямованого на прийняття кон'юнктурних політичних рішень і підтримку приватних бізнес інтересів, а також невизначеності самих виборців. Однак саме відсутність елементарних ідеологічних орієнтирів призводить до частого виникнення багатьох, ситуативних партійних проєктів, створених спеціально під виборчі кампанії різного рівня.

Відсутність ідеологічних напрямків в партійній діяльності призвела до значної комерціалізації не тільки самих партій, а й партійної еліти в цілому. Основними фінансовими донорами ключових партій, є фінансово-промислові групи, для яких партія є не тільки ефективним інструментом лобіювання бізнес інтересів, а й легітимізації громадської думки.

В олігархічній системі: бізнес – суспільство – держава, політичні партії не виконують функції посередника між державою, суспільством і владою, зате дуже добре представляють інтереси приватних капіталів в органах державної влади. Партії формують громадську думку щодо подій і тенденцій, які так чи інакше стосуються діяльності своїх інвесторів, а не соціальних груп суспільства.

Це дає можливість утримувати основні важелі управління фінансовими, економічними і політичними процесами в районах, містах або областях за допомогою представництва в органах законодавчої та виконавчої влади, як на регіональному, так і на державному рівні. І той факт, що практично за кожною партією стоять бізнес структури та регіональні групи, вже нікого не дивує.

В межах інвестиційної стратегії зрощення бізнесу з політикою купується не владна послуга, а зобов'язання політичної сили, або окремого політичного діяча, які за умов свого обрання повинні будуть забезпечувати владні аспекти розвитку конкретного крупного капіталу.

Політичний інтерес бізнесу у владі, є інтерес суто прагматичний – тобто головною його метою є отримання «корисних», для себе, результатів. Наявність «своїх» людей у владних структурах є однією з важливих умов заробляння грошових статків, отримання конкурентних переваг, можливість поділу ринків та активів, реалізації масштабних інвестиційних проєктів тощо.

**Хортюк Владислав Васильович**

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

Науковий керівник: Вербівська Людмила Василівна, кандидат економічних наук, доцент

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

## СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Сучасні ринкові умови господарювання, які характеризуються невизначеністю, динамічністю, ризикованістю, підвищенням інтенсивності конкурентної боротьби обумовлюють зміщення акцентів уваги на персонал підприємства, що стає основним фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Персонал є стратегічним ресурсом підприємства, який вимагає пошуку нових механізмів управління ним для забезпечення результативності його роботи в довгостроковій перспективі. Виходячи з цього, особливої актуальності набуває вивчення можливостей ефективного управління персоналом підприємства.

Найбільший внесок в розробку теорії стратегічного управління зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні фахівці в сфері менеджменту як І. Ансофф, Х. Мінцберг, А. Томпсон,

А.Дж. Стринкленд, Булеєв І.П., Довгань Д.Є., Мазур І. І, Оборська С.В., Немцов В.Д., Шершньова З.С., та ін.

Модель управління підприємством базується на відповідній концепції. Концепція управління – це система ідей, принципів, уявлень, що зумовлюють мету функціонування організації, механізм взаємодії суб'єкта та об'єкта управління, характер взаємодії між окремими ланками його внутрішньої структури, а також необхідний ступінь урахування впливу зовнішнього середовища на розвиток підприємства.

Реалізація концепції стратегічного управління можлива лише тоді, коли підприємство є стратегічно орієнтованим, в якому персонал має стратегічне мислення, застосовується система стратегічного планування, що дає змогу розробляти та використовувати систему стратегічних планів. До переваг підприємств із стратегічною орієнтацією можна віднести наступні: зменшення до мінімуму впливу можливих негативних змін, а також факторів «невизначеності майбутнього»; можливість враховувати об'єктивні (зовнішні і внутрішні) фактори, що формують зміни, зосередитись на вивченні цих факторів; спрощення роботи по забезпеченню довго та короткострокової ефективності та прибутковості [1].

Суб'єктом кадрової стратегії управління персоналом підприємства є система управлінських органів та персонал. В сучасних умовах впровадження кадрового управління персоналом підприємства є нагальною необхідністю, яка обумовлена посиленням конкурентної боротьби. Формування персоналу з високим рівнем продуктивних здібностей, здатного до ефективної взаємодії в рамках трудового колективу, потребує значного часу та інструментів (рис. 1).



Рис. 1. Інструменти реалізації кадрової стратегії

Аналіз кадрової стратегії показує, що вона охоплює широке коло інструментів: кадрове планування, мотивація, заходи щодо оцінки та навчання персоналу та ін. Її головною метою є забезпечення підприємства продуктивними працівниками. Кадрова стратегія управління персоналом більш відповідає сучасним умовам діяльності підприємства в ринковій системі, оскільки вона спрямована на розвиток персоналу, підвищення його конкурентоспроможності та ефективності використання [2].

Вітчизняні науковці З.Шершньова, С. Оборська стверджують, що у виробничому потенціалі людські ресурси – найбільш активний фактор, який дає змогу адаптуватися виробничому потенціалу до змін і розвиватися. З іншими ресурсами персонал об'єднує те, що він повинен відповідати вимогам тих напрямків діяльності, які має та планує до освоєння підприємство.



Таким чином, стратегічне управління персоналом – це сукупність цілеспрямованих дій довгострокового характеру, які направлені на формування та розвиток продуктивних здібностей персоналу, їх ефективне використання, що забезпечує підприємству досягнення переваг в конкурентній боротьбі. Стратегічне управління підприємством реалізується через розробку ефективної стратегії управління персоналом. Об'єктом стратегії управління персоналом підприємства є сукупність фізичних осіб, які мають трудові відносини з підприємством, що є роботодавцем та називає їх співробітниками, мають певні кількісні та якісні характеристики, що визначають їхню здатність до діяльності в інтересах підприємства. Поряд з удосконаленням поточного управління персоналом, на підприємствах доцільно впроваджувати стратегічне управління, яке спроможне забезпечити формування високоякісного капіталу підприємств та об'єднати всю кадрову роботу для реалізації конкурентної стратегії підприємства, досягнення конкурентних переваг.

Список використаних джерел

1. Мазур І.І. Управління проектами / Довідковий посібник/ І.І. Мазур, В.Д. Шапіро та ін. – М.: Вища школа. 2001. – 875 с.
2. Стратегія підвищення ефективності функціонування підприємства / І.П. Булев, Н.Д. Прокопенко, М.В. Мельникова та ін.: моногр./ НАН України. – Донецьк, 2004. – 278 с.

**Кліщук Юлія Олександрівна**

*Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету*  
Науковий керівник: Менчинська Олена Миколаївна  
*Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету*

## **ПРОБЛЕМА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЕМІГРАЦІЇ З УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

В умовах глобалізації державні кордони стають все більше відкритими, що призводить до вільного переміщення населення. У зв'язку з цим посилюються міграційні процеси. Особливо гостро в нашій країні постало питання інтелектуальної міграції. Таким чином, інтелектуальна міграція є досить актуальною проблемою для сучасної України і потребує, по-перше, детального аналізу міграції висококваліфікованих кадрів, яка в умовах глобалізації набуває масштабних обертів і, по-друге, вдосконалення державного регулювання у напрямку зменшення обсягів інтелектуальної міграції.

Дану тему висвітили у своїх працях М. Шульц, З. Бараник, Я. Верхогляд, О. Білорус, О. Грудзинський, Т. Драгунова, Ж. Зайончковська, Е. Лібанова, Т. Тимашова, А. Попова, А. Соболевська, С. Рязанцева та інші.

Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій процесу міжнародної інтелектуальної міграції України.

Україна є потужним донором інтелектуальних мігрантів для багатьох розвинених країн світу. Особливо посилились міграційні процеси з 2014 року, що в свою чергу обумовлено напруженою економіко-політичною ситуацією в країні.

За результатами соціологічного опитування, що було проведено групою «Рейтинг» серед 1000 вчених з 35 наукових установ у п'яти містах (Київ, Харків, Дніпро, Одеса, Львів), станом на 2017 рік – 26% українських науковців розглядають можливість виїзду за кордон для наукової роботи. Серед основних очікувань від еміграції, які мають ті, хто розглядає таку можливість, найчастіше називали фінансову винагороду за свою роботу (43%). Про бажання практичного втілення результатів своєї роботи як мотивацію до виїзду говорили 28%, наукове визнання – 14%, моральне задоволення – 10% [3].

Серед інших факторів «переміщення» українських вчених на роботу за кордон можна назвати наступні [4]: бажання і можливість покращити своє економічне становище за рахунок

підвищення рівня заробітної плати та інших надходжень, грантів; пошук кращих умов праці і життя за кордоном; страх залишитися на батьківщині без роботи з урахуванням тієї мінімальної уваги, яка приділяється зараз в Україні розвитку науки; відсутність перспектив професійного розвитку; відсутність можливості проводити серйозні наукові експерименти через те, що останнім часом фінансується в наукових організаціях лише заробітна плата, а от кошти на матеріали та обладнання не виділяються; невисокий попит в Україні на наукоємну і високотехнологічну вітчизняну продукцію; непотрібність результатів наукових досліджень суспільству, керівництву країни; падіння престижу науки в цілому в країні.

Для України інтелектуальна міграція має негативні наслідки, оскільки через відтік наукових кадрів знижується рівень продуктивності праці, що призводить до зниження конкурентоспроможності країни на світовому ринку, зростає відставання України в технологічному розвитку. Негативні наслідки спостерігаються і в соціальному розвитку країни, адже закордон виїжджають молоді і перспективні люди, тому збільшується частка людей пенсійного віку та зменшується народжуваність, що призводить до розвитку демографічної кризи [1].

До позитивних наслідків інтелектуальної міграції для країн-донорів можна віднести: підвищення кваліфікації молодих вчених за кордоном сприяє припливу на батьківщину нових ідей, технологій, розробок; відбувається поступова інтеграція науковців до світового науково-технічного й освітнього товариства; отримання високоякісної вищої освіти; додаткові надходження в Україну зароблених мігрантами коштів, грошових переказів; напрацювання ділових зв'язків, міжособистісних контактів емігрантів з провідними науковцями [4].

З економічної точки зору Україна несе чималі збитки від еміграції наукового потенціалу. За останні роки з України виїхало 5,5 тис. учених, що еквівалентно втраті 4 млрд. дол. США. При підрахунку витрат, які йдуть на підготовку кваліфікованого фахівця з вищою освітою, було визначено, що сума коливається в межах 20 тис. дол. США. Саме таку суму втрачає держава-донор, коли даний фахівець переїжджає в іншу державу, не враховуючи те, що вони могли б зробити значний внесок у розвиток економіки України.

Отже, із проведеного нами дослідження можна зробити висновок, що інтелектуальна міграція негативно впливає на соціально-економічний розвиток України, варто приділяти більше уваги цьому питанню. Тому важливо удосконали державне регулювання міграційних процесів [2].

Головною проблемою України в цьому питанні є те, що в державі не ведеться підрахунок кількості інтелектуальних емігрантів, тому важко проаналізувати реальні масштаби міграції. Найперше, що потрібно зробити державі, це організувати процес моніторингу та дослідження міграційних процесів в країні. Для зменшення інтелектуальної міграції держава має виконувати наступні завдання [1]: залучати талановиту молодь до наукової діяльності та підвищувати рівень фінансування сфер освіти та науки; оновлювати матеріально-технічну базу освітніх установ та дослідницьких центрів і лабораторій; визначати пріоритетні для держави наукові напрями, за якими має здійснюватися підготовка наукових кадрів; створювати сприятливі умови праці для реалізації творчого та інтелектуального потенціалу та підвищувати рівень соціальної захищеності працівників наукової сфери; стимулювати вітчизняний бізнес до ефективного використання наукових розробок українських вчених; здійснювати систему заходів щодо тих вчених і спеціалістів, які здобули міжнародне визнання.

Отже, можна зробити висновок, що масова інтелектуальна міграція з України спричинена в основному пошуком вищої заробітної плати та кращих умов життя за кордоном. Все більше фахівців покидає країну, що призводить до значних втрат з боку держави. Україна тільки приступила до формування всебічної, науково обґрунтованої методичної, інформаційно зваженої системи регулювання інтелектуальних міграційних процесів. Зараз

основними цілями державної міграційної політики є подолання зростаючих масштабів інтелектуальної міграції, регулювання міграційних потоків, шляхом впровадження дієвих інструментів регулювання міграційних процесів.

Список використаних джерел

1. Бараник З. П. Інтелектуальна міграція як об'єкт статистичного дослідження. Ефективна економіка. 2014. № 6. UML: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3096>.
2. Верхогляд Я. В. Економічні наслідки міграції населення в Україні. Науковий блог. 2018. UML: <https://naub.oa.edu.ua>.
3. Гайдучкий А. Четверть українських науковців думають про еміграцію. UML: <https://dt.ua/UKRAINE/chvert-ukrayinskih-naukovciv-dumayut-pro-emihraciyu-256566.html>.
4. Шульц М. В. Проблеми та наслідки інтелектуальної міграції в Україні в умовах глобалізації. Вісник ДонНУ імені Василя Стуса. 2017. № 5. С. 131-134. UML: <http://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/download/4861/4891/>.

**Безгодькова Єлизавета Сергіївна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ DIGITAL MARKETINGУ

**Вступ.** Розвиток сучасних інформаційних технологій помітний неозброєним оком і виявляється в автоматизації всіх процесів, доступності інформації 24 години на добу в будь-якій точці світу. Життя переходить у деякий віртуальний вимір, і, щоб «встигати сьогодні», потрібно максимально використовувати можливості сучасних інформаційних технологій, які поступово проникають у всі сфери нашого життя.

Маркетинг постійно змінюється, переходить з одного стану в інший. На сьогодні маємо digital маркетинг, зважаючи на це, ми повинні розвиватися у відповідному напрямі, вивчаючи цифрові технології. Digital marketing – це використання всіх можливих форм digital каналів для просування фірми та її товару. Телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа – усе це інструменти digital маркетингу.

**Предмет дослідження.** переваги та недоліки функціонування digital маркетингу у практиці роботи банківських установ.

**Аналіз останніх досліджень та літератури.** Вагомий внесок у розвиток теорії digital маркетингу розглянули сучасні зарубіжні та вітчизняні науковці та практики, такі як М. Ауер, Р. Бартелс, І. Барилко, Б. Берман, Х. Брайан, Дж. Вайбе, Д. Вуд, М. Герц, Р. Голдсмит, С. Дібб, Е. Епштайн, Дж. Зальтман, Д. Козлов, Е. Марданова, А. Керолл, Ф. Котлер, Дж. Лаком, С. Леві, В. Маррейвік, Р. Мертон, Л. Престон, Дж. Пост, С. Сеті, Х. Хершген, Р. Штойер тощо.

**Результати дослідження.** Сьогодні в Україні поступово збільшується кількість банків, які приділяють значну увагу впровадженню нових продуктів і технологій обслуговування клієнтів, в саме ПАТ «Ощадбанк», ПАТ «Укрсиббанк», ПАТ «Укрексімбанк» та інші, але лідером протягом останніх років залишається ПАТ «ПриватБанк». У той же час упровадження інноваційних технологій у розвиток стратегій маркетингу послуг й досі носить стихійний, а не системний характер, переважна більшість вітчизняних банків віддають перевагу запозиченню інновацій, а не розробці власних, обмежуючись лише витратами на проведення досліджень щодо адаптації новинки до умов внутрішнього ринку фінансових послуг.

На даний момент популярні в банківській сфері наступні digital-канали:

1. Пошукова видача - це знаходження сайту через пошукові системи, за це відповідає SEO (Search Engine Optimization)
2. Соціальні мережі - спілкування з аудиторією в соціальних каналах, відповідає SMM (Social Media Marketing)
3. Пошта - збір емейлів і проведення розсилок вашої аудиторії, за це відповідає Email Marketing
4. Реклама на сайтах (CPC, CPA) - розміщення і оптимізація реклами на сторонніх сайтах
5. Реклама в мобільних додатках - розміщення реклами в мобільних додатках
6. Сайти оголошень, форуми, сайти питань і відповідей - робота з репутацією, відповідає ORM - Online Reputation Management
7. Іміджеві публікації на сторонніх ресурсах і блогах - відповідає Digital PR [4]

Також часто використовується Вірусний маркетинг, відео маркетинг, пряме спілкування (або direct marketing) [2]. Це далеко не всі можливі канали та способи комунікації в інтернеті, але вони на даний момент основні.

Окрім інтернет-каналів, виділяють і інші digital-канали:

1. Smart TV;
2. Цифрові носії: диски, чіпи та інші;
3. Гаджети (Smart годинник, окуляри і т.д.) - інтернет речей;
4. Мережі Wi-Fi, Bluetooth, Mesh мережі;
5. Інтерактивні екрани в магазинах, зовнішня реклама, QR codes;
6. Augment Reality, Virtual Reality (доповнена і віртуальна реальність) та інші [2].

Використовуючи цифрові пристрої, як передавачі інформації, банківські установи практично весь час мають доступ до клієнтів та спілкуватися з ними.

Саме ці канали варто застосовувати у банківському маркетингу, адже сьогодні кожен, хто може користуватися банківськими послугами, використовував або застосовував вищеперераховані digital-канали, хоча б раз у житті.

Переваги digital marketing полягають у наступному [1]:

- інтерактивність – активне залучення споживача у взаємодію з брендом;
- відсутність територіальних обмежень при реалізації маркетингових ідей;
- легкість доступу до ресурсу (web-і war-ресурси);
- значне поширення Інтернету і мобільного зв'язку забезпечує активне залучення цільової аудиторії;
- можливість оперативної оцінки заходів кампанії та управління подіями в режимі

Основні проблеми, з якими стикається цифровий маркетинг, тісно пов'язані із технологічним прогресом, і з часом лише актуалізуватимуться, підганяючись інноваціями і збільшенням потужності та доступності комп'ютерів. Усі гравці на практично усіх ринках розуміють, що ігнорувати стрімку зміну усього світу або ж опиратись їй – це катастрофа для бізнесу [2].

«Цифрові технології схожі на сірчану кислоту, що роз'їдає все наскрізь», – сказав свого часу директор зі стратегічних питань компанії Vivaki Р. Тобакковала. Тому банки, що прагнуть бути успішними, обов'язково зроблять усе можливе, аби адаптуватись до нових реалій і покращити стан свого бізнесу, максимально використовуючи digital інновації [3].

За даними експертної оцінки банків України, що активно застосовують систему інтернет-банкінгу, виявлено найбільш розвинені та відкриті банки до дистанційного обслуговування клієнтів, а також їхню технологічну готовність до комунікацій.

Таблиця 1

Банки-що найбільш використовують digital маркетинг

Банк	Можливість оформлення кредитних заявок на сайті банку	Можливість здійснення SWIFT-переказів через сайт банку	Наявність додатків для мобільних пристроїв			Наявність адаптованого вебсайту для відвідування з мобільних пристроїв
			IOS	Android	Windows Phone	
ПриватБанк	є	є	є	є	є	є
Укрсиббанк	є	немає	є	є	немає	немає
Укрексімбанк	немає	немає	є	є	немає	немає
Ощадбанк	немає	немає	є	є	є	немає

Джерело: Самостійно складено автором на підставі даних <http://banksrating.com.ua/>

Внаслідок найбільш високих показників охоплення аудиторії, телебачення, зовнішня реклама у комунікаційних стратегіях 2018 р. визначалися фахівцями банків як основні (рис 1.), а інтернет-ресурсам та іншим каналам відводиться роль підтримуючих і допоміжних.

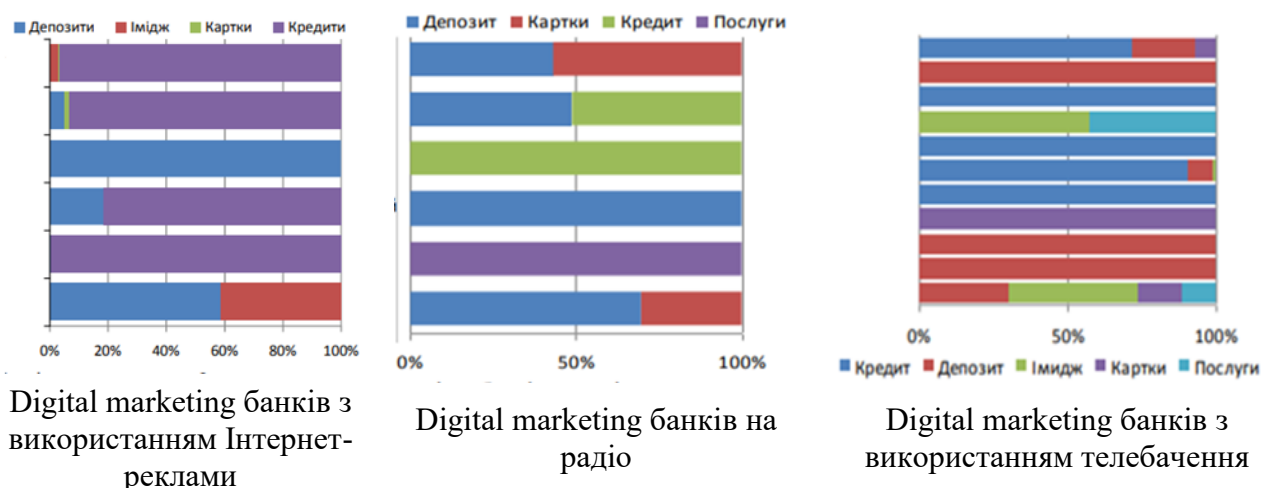


Рис.1. Показники охоплення аудиторією digital маркетингу  
 Джерело: Самостійно складено автором на підставі даних <http://banksrating.com.ua/>

**Результати проведеного дослідження дали змогу зробити такі висновки:**

1. Цифровий маркетинг (digital marketing) – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування послуг банку. Телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа – усе це інструменти digital маркетингу.
2. Використання digital маркетингу у діяльності банківських установ дає змогу використати низку переваг, які забезпечуватимуть умови для того, щоб банк завжди був на кілька кроків попереду порівняно з конкурентами.
3. У майбутньому на ринку залишиться два види банківських установ: ті, хто використовує цифрові технології, і ті, хто вийшов з бізнесу.

Список використаних джерел

1. Digital-маркетинг в бізнесі: 13 каналів продвиження і обзори х переваг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kirulanov.com/13-kanalov-prodvijeniya-digitalmarketing-v-biznese/>
2. Клыков В. Лекция 2: Что такое digital-маркетинг? / В. Клыков [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukraine.net/urok-2-cto-takoe-digital-marketing/#.WrE0ujFLIW>
3. Клыков. В. Digital-маркетинг – что это такое, и с чем его едят? / В. Клыков [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukraine.net/digital-marketing-cto-eto-takoe-i-s-chem-egoedyat/#.WrE0ujFLIW>
4. Пойта І.О. Проблеми та перспективи розвитку реклами у системі інструментарію маркетингу / І.О. Пойта [Електронний ресурс] // Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки. – 2017. – № 1. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2017\\_1\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2017_1_13)

*Наведена інформація не є рекламою. Назви виробників, знаків для товарів та послуг, прізвища та імена персоналії згадуються з метою інформування читача про наявність певної продукції та її виробників.*

**Черняєва Каріна Валеріївна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

**МАРКЕТИНГОВІ ЧИННИКИ ПОПУЛЯРНІСТІ ФІЛЬМІВ ПРО СУПЕРГЕРОІВ НА ПРИКЛАДІ СТУДІЇ «МАРВЕЛ»**

У цій роботі визначено причини популярності супергеройських фільмів, та як ці знання можна застосувати в інших сферах. Дивлячись на те, як світ сходить з розуму перед кінофраншизою студії «Марвел», важливо розуміти, що у всього є джерело. Правильно визначивши причини початку захоплення, дадуть змогу перенести результати досліджень на інші сфери – маркетинг, психологія, соціологія.

На даний момент фільми студії «Марвел» являються найбільш прибутковими зі всіх кінострічок випущених за всю історію кінематографу. В рік виходить по 2-3 фільми, які мають спільні сторони, проте різний сюжет. Чому ж саме ці стрічки так захопили серця споживачів?

1. *Люди люблять повторення.* Хоча сюжет у кожного фільму різний, є головна спільна деталь – жарти, смачна картинка, легкий сюжет, перемога добра над злом. Кожен фільм – це той самий повтор минулого, але з іншими героями в різних ситуаціях. Насправді, люди люблять повторення. Саме тому ми все ще пускаємо сльози над «Хатіко», й дивимось однакові мелодрами так, ніби кінець буде менш плаксивим.

2. *Драматургія говорить: головний герой завжди кращий, ніж будь-яка нині існуюча людина.* Люди люблять цікавих персонажів, а жанр супергеройки дає її. Тут не просто індивідуум з його проблемами і переживаннями – у нього є суперсили, які він вдало використовує на благо людства. Всі хотіли б мати особливі здатності, саме тому цікаво дивитись як їх використовують інші.

3. *Перенесення.* В психології це явище, коли людина перекладає переживання пов'язані з іншою людиною – на інших людей, сприймаючи їх так саме. З цього боку, повертаючись до пункту 2 – людина перекладає на себе те, що не може відчутися ніяк по іншому. Саме тому так популярний косплей, коли люди перевдягаються в улюбленого героя.

4. *Адреналін.* Супергеройські фільми – бойовики. Тобто, людина бачить всю цю захоплюючу картинку, рівень задоволеності підіймається. Враження захоплює. Чим сильніші емоції переживає споживач, тим краще він запам'ятає те, що побачив чи використав. Такий жанр справляється з цим дуже добре.

5. *Хороший настрій.* Головна особливість фільмів «Марвел» – гумор. Люди, які далекі від коміксів за якими знімається франшиза, прийдуть на фільм як на прийнятну комедію, лише для того аби розважитись.

6. *Нагадування.* Фільми виходять так часто, що споживач не забуває про них. А чим частіше виходять фільми, тим більше споживачів приєднується – підтримується пізнаваність бренду. Люди мають постійний контент для розваг, що їй подобається й викликає довіру. Адже вони точно знають, чого очікувати й що отримають.

Знаючи всі ці фактори й особливості сприйняття споживачем інформації, можна перенести вибране на товар чи послугу. А саме:

- Створити умови, за яких споживач запам'ятає товар/послугу й буде хотіти повернутись за добавкою.
- Зробити такий товар чи послугу, яка б покращила людину або її життя до рівня супергероя.
- Постійно нагадувати й «підкормлювати» споживача новим, але якісним й пізнаваним контентом.

Таким чином, студія «Марвел» зібрала повний пакет захоплення уваги й створення постійних клієнтів свого продукту, чудово визначивши всі поведінкові особливості людини, глибоко проникнувши в психологію споживача.

*Наведена інформація не є рекламою. Назви виробників, знаків для товарів та послуг, прізвища та імена персоналії згадуються з метою інформування читача про наявність певної продукції та її виробників.*

**Павельсва Анастасія Романівна**

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

Науковий керівник: Польська Тамара Дмитрівна, кандидат філософських наук, доцент

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖМЕЙКІНГУ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ**

На сьогодні «імідж» є центральним поняттям у політиці, менеджменті, бізнесі, культурі, управлінні, тощо. Він впливає на рівень довіри між державними та суспільними структурами, характер їхньої взаємодії, тип поведінки (політичної, економічної, правової і т. д.), завдяки його

функціонуванню відбувається процес запобігання відчуженню населення від влади та запроваджених нею системних реформ, тощо. У сучасній науковій літературі існує безліч підходів до визначення поняття імідж, це пов'язано з тим, що його еволюція відбувалася упродовж тривалого історичного періоду і була об'єктом дослідження різних галузей науки. Якщо розглядати слово «імідж» з етимологічної точки зору, можна говорити про його неологічний статус, але попри це, воно вже встигло міцно закріпитися у лексичному арсеналі сучасної української мови. Прийнято вважати, що імідж – це уявлення людей про те, яким саме має бути лідер. Підтвердженням цієї думки може слугувати період ХІХ ст., коли проблеми побудови ідеального образу, а головне, його правильного впровадження у масову свідомість набули актуальності. Відтоді подальша доля влади почала залежати від того, як вона та її діяльність сприймається виборцями. Корнієнко В. та Денисюк С. зазначають, що формування іміджу слід розглядати як двохвекторний процес. По-перше, це технологічне формування іміджу як артефакту, тобто штучного утворення, що враховує найбільш значущі потреби суспільних структур при цьому, може і не відповідати сутності людини. По-друге, це непередбачуване формування іміджу за певних форс-мажорних обставин, що є наслідком пануючої політичної ситуації. У такому випадку імідж сприймається суспільством як істинний, що відповідає сутності та намірам лідера [1, с. 4].

Технології формування іміджу – це тривалі і складні процеси, які вимагають чималих зусиль, особливо, якщо брати до уваги загальний напрямок розвитку сучасної політики, якому характерне ускладнення парадигми формування іміджів. Варто пам'ятати, що процес формування цілеспрямованого іміджу передбачає свідоме конструювання необхідних його властивостей або якостей за допомогою іміджевого інструментарію (іміджева реклама, зв'язки з громадськістю, пропаганда) і ґрунтується на іміджевій стратегії, яка враховує такі чинники: імідж формується під конкретне завдання (налагодити конструктивну взаємодію з громадськістю, підвищити легітимність влади, забезпечити ефективну реалізацію управлінських функцій) та має відповідати соціальним очікуванням. Особливістю стихійного іміджу є те, що він виникає в суспільній свідомості самостійно, на основі досвіду взаємодії громадян з органами державної влади, задоволення / незадоволення від надання державних послуг, культурних традицій і стереотипів щодо державного управління, а також інформації, що надається засобами масової інформації або одержана в результаті міжособистісного спілкування [2, с. 6].

Імідж органів державної влади за своєю природою є явищем багатоаспектним, має специфічну будову, володіє цілим спектром унікальних якостей, складається з окремих структурних елементів, що характеризують не лише сучасну систему управління в Україні, але і механізми взаємодії між громадськістю та органами публічної влади. Створення іміджу органів публічної влади є питанням стратегічного планування їхньої діяльності. Але, аналізуючи ситуацію в Україні, ми розуміємо, що для цього необхідними є значні ресурси і тривалий проміжок часу, тому найчастіше нам доводиться мати справу з примітивними його варіаціями. Наслідком таких процесів стала суспільно-політична криза в Україні: тотальна недовіра громадян до органів публічної влади, неповага до її представників, обмеження у свободі висловлювання громадян, а також відсутність конструктивного діалогу між владою і соціумом. Також незмінною лишається ситуація з корумпованістю, бюрократизмом, бездіяльністю та непотрібністю чиновників усіх рівнів. Тому одним із першочергових завдань модернізації органів публічної влади України, поруч з моніторингом кадрових процесів та кадровим аудитом у системі державної служби, а також демократизацією державного апарату, актуалізацією уваги до морально-етичної складової професійної діяльності на державній службі, має стати формування привабливого позитивного іміджу інституту державної влади [3, с. 12].

Список використаних джерел

1. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: монографія / В. О. Корнієнко, С. Г. Денисюк. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. – 144 с.
2. Падафет Ю. Г. Вплив засобів масової інформації на формування іміджу державної установи / Ю. Г. Падафет // Актуальні проблеми державного управління. Збірник наукових праць. – Д.: Вид-во ДРІДУ НАДУ, 2003. – Вип. 4 – С. 103-174.
3. Семченко О. Іміджева політика України: монографія / О. А. Семченко. – К.: ВЦ «Академія», 2014. – 272 с.

**Мороз Марія Русланівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ В ПРАКТИКУ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ**

Процеси глобалізації, які відбуваються в тому числі завдяки діяльності ТНК, спричиняють бурхливе зростання кількості проектів, їх масштабів і ролі у досягненні стратегічних цілей ТНК. Сьогодні саме конкурентне середовище спонукає використовувати технології проектного менеджменту для реалізації корпоративних інтересів, зважаючи на те, що проектна діяльність ТНК характеризується масштабністю, комплексністю та складністю змісту та умов реалізації їх проектів. Оскільки нині спостерігається поступовий перехід до системи глобального управління проектами, суб'єкти глобального ринку вважають найбільш ефективним методом досягнення цілей саме проекти, відповідно зростає й їх вживаність, як інструменту управління організаціями. Однак зростають також і втрати від неефективної реалізації даних проектів, а тому посилюється необхідність аналізу факторів, що впливають на успішність управління проектами.

Варто зазначити, що на глобальному рівні для досягнення інвестиційних цілей чи виконання внутрішніх проектів ТНК використовують в більшості проектний формат, в той час як в локальних представництвах частка їх використання значно менша. Проте нині простежується стрімка тенденція зростання щорічної кількості проектів як на глобальному, так і на локальному рівнях [1, с. 84].

Серед факторів, які впливають на успішність імплементації найбільше значення на глобальному рівні має підвищення кваліфікації виконавців, в той час як на локальному рівні – підтримка вищого керівництва та практичний досвід. Це можна пояснити тим, що на локальному рівні робляться тільки перші кроки щодо впровадження проектного менеджменту.

Останніми роками в Україні збільшується кількість дипломованих фахівців з проектного менеджменту, а також центрів з їх підготовки та сертифікації за міжнародними стандартами. Крім того посилюється рівень підготовки у вищих навчальних закладах студентів за цим напрямом, що вимагається зростанням попиту на ринках праці на послуги спеціалістів відповідного фаху.

Управління проектами як наука – це система спеціальних знань, котра пов'язана з дослідженням формування, розвитку і функціонування виробництва через реалізацію організаційних проектів як первинних елементів цілеспрямованої промислової та економічної діяльності в умовах зовнішнього ринкового середовища. Варто зазначити, що відповідно до основних галузей даної науки, управління проектами забезпечує розвиток виробництва, ефективне використання матеріальних та трудових ресурсів, часу, покращення якості продукції, надійності виробництва тощо [2, с. 105].

У практичній діяльності вітчизняних підприємств відбувся значний розвиток в напрямку управління проектами, що призвело до низки організаційних та інших змін. Так можна помітити у структурі підприємств появу нових специфічних вакансій з управління проектами, які нині є досить високооплачуваними та затребуваними, адже потребують практичних навиків та наявності знань з різних сфер економіки. Крім того, вагоме місце серед надання послуг з управління проектами посідають консалтингові компанії. В Україні існують навіть програми Міжнародної асоціації управління проектами (IPMA) та Інституту проектного менеджменту (PMI), які здійснюють сертифікацію фахівців. Не можна оминати увагою також найбільш поширені програмні продукти для управління проектами, які присутні в Україні (Корпорації Microsoft, Корпорації Oracle, Корпорації SAP AG, Компанії «Спайдер Проджект», Компанії IC). Варто також зазначити, що в Україні діють Українська асоціація управління проектами (УКРНЕТ), професійні товариства з управління проектами, що виникають як групи в соціальних мережах (Facebook, Twitter, Вконтакте та ін.) та Державне агентство України з



управління національними проектами як центральний орган виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України.

Як зазначалося вище, багато проектів відхиляються від своїх планів. Серед основних відхилень можна виділити такі: не вкладання у часові межі, у встановлений бюджет, не виправдання первісного інвестиційного плану, відхилення від плану за рахунок одночасної реалізації великої кількості проектів. Причинами таких відхилень вважається низка факторів, серед яких найбільший вплив має погана комунікація між учасниками, недоліки планування графіків ресурсів, відсутність контролю якості тощо. Тобто відсутній саме професійний підхід до управління проектами, а тому компанії змушені звертатись до інструментів проектного менеджменту. До основних чинників, які впливають на застосування проектного менеджменту можна віднести підвищення складності робіт, обмеження в часі та зростання кількості проектів. Аби успішно застосовувати інструменти управління проектами компанія повинна мати підтримку вищого керівництва (створення належних умов та мотиваційного клімату) та висококваліфікованих кадрів, які мають необхідні знання та навички, які надаватимуть змогу ефективно використовувати сучасні методи та інструменти. Як вже було зазначено, найбільш вагомим є розвиток глобального проектного менеджменту.

На результати проектної діяльності безпосередньо впливають міжкультурна співпраця, глобальні техніки комунікації, структура глобальних проектів, улагодження конфліктів, лідерські якості тощо.

Якщо ж говорити про можливість практичного застосування проектного менеджменту в практиці українських підприємств, варто перш за все зазначити, що сьогодні підприємства мають змогу здобувати вигоди від глобальних проектів. Для цього варто приділити значну увагу саме факторам зовнішнього середовища, організації та налагодженню комунікацій, створенню проектних організаційних структур, здійсненню більш чіткого контролю за виконанням проектів тощо. Важливого значення має також наявність кваліфікованих кадрів, тому підприємства повинні наймати саме фахівців з управління проектами, які мають необхідні знання для успішної реалізації проектів.

Проаналізувавши дану ситуацію можна сказати, що в більшості компаній система управління проектами є розвиненішою на глобальному рівні, а це в свою чергу призводить до зменшення результатів реалізації проектів у окремих країнах, де знаходяться філіали ТНК (включаючи Україну). Тому варто посилити увагу центральних органів управління ТНК до розвитку проектного менеджменту в локальних представництвах, розвитку інструментарію проектного управління та поширити його використання на низових організаційних щаблях. Тільки в результаті організаційного поєднання глобальних та локальних проектних офісів можна досягти гармонізації корпоративної системи управління проектами та високих результатів реалізації проектів.

Можна зробити висновок також про те, що для більш ефективної організації підприємства необхідно наймати спеціалістів з управління проектами (вибір топ-менеджера, створення проектної команди), особливо це стосується підприємств з будівництва, машинобудування, промислового виробництва тощо. Крім того, фірми можуть звертатись за послугами до консалтингових компаній. Загалом, для управління проектами необхідно використовувати широкий спектр інформаційних технологій та програмних продуктів, а також використовувати інтернет-технології.

Список використаних джерел

1. Батенко Л. П., Діброва О. Ю. Сучасний стан проектного управління в транснаціональних компаніях: глобальний і локальний ракурси // Журнал «Стратегія Економічного Розвитку України». – 2013. – Випуск 32. – С. 83-89.
2. Мельник Т. М. Стан та перспективи розвитку проектного менеджменту в Україні // Торгівля, Комерція, Підприємництво. – 2011. – Випуск 12. – С. 104-107

**Кушнір Ірина В'ячеславівна**

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

### **ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФОРМУВАННЯ КРИЗИ ПІДПРИЄМСТВА**

Підприємство в процесі своєї діяльності піддається впливу зовнішнього та внутрішнього середовища і саме від того який ще вплив, залежить його подальший розвиток.

Загальна сукупність зовнішніх чинників появи та розвитку кризи на підприємстві поділяється на такі групи: соціальні, економічні, політичні та науково-технічні чинники. Такі процеси, як: зростання інфляції, нестабільність системи оподаткування, зниження активності фондового ринку, нестабільність валютного ринку, зниження рівня реальних доходів населення – утворюють сукупність економічних чинників, що провокують і підтримують кризу на підприємстві.

Середовище підприємства – це багатогранне та комплексне поняття, що являє собою сукупність суб'єктів, факторів та сил прямого та опосередкованого впливу, що здійснюють вплив на всі сфери діяльності та формують його ринкове середовище.

Чинники, що впливають на появу та розвиток кризових процесів на будь якому суб'єкті господарювання, поділяють на зовнішні (екзогенні) та внутрішні (ендогенні). До зовнішніх (екзогенних) чинників належать такі, які підприємство не має можливості заздалегідь спрогнозувати, а тому і вплинути на них.

Зовнішні чинники є неоднорідними за джерелами походження, внутрішні чинники характеризують внутрішнє середовище підприємства і можливість ефективної адаптації до умов навколишнього середовища.

Зовнішні (екзогенні) чинники, що обумовлюють кризовий розвиток підприємства, поділяють на такі групи, таблиця 1.

Таблиця 1

**Зовнішні (екзогенні) чинники, що обумовлюють кризовий розвиток підприємства**

1	Загально-економічні	Спад обсягів національного доходу; зростання інфляції; зменшення швидкості платіжного обороту; нестабільність податкової системи; нестабільність регулювального законодавства; зниження рівня реальних доходів населення; зростання безробіття.
2	Ринкові	Зниження місткості внутрішнього ринку; посилення монополізму на ринку; істотне зниження попиту; зростання пропозиції товарів-субститутів; зниження активності фондового ринку; нестабільність валютного ринку.
3	Політико-правові	Політична стабільність суспільства, взаємодія законодавчої та виконавчої гілок влади, професіоналізм політиків, закони та законодавчі акти, правове середовище.
4	Соціокультурні	Відношення людей до роботи та якості життя; існуючі в суспільстві звичаї та вірування; цінності людей; демографічна структура суспільства; ріст населення; рівень освіти, мобільність людей чи готовність до зміни місця проживання, менталітет.
5	Природно-географічні	Наявність природних ресурсів, види, ступінь освоєння й використання ресурсів, природні умови, середньодобова температура повітря, вологість природний потенціал країни.
6	Науково-технічні	Науково-технічна політика держави, рівень упровадження нової техніки та технологій, технічний рівень і якість продукції.
7	Екологічні	Екологічна безпека навколишнього середовища, екологізація виробництва, рівень забруднення навколишнього середовища.
8	Міжнародні	Науково-технічне співробітництво, обсяги експорту-імпорту, зовнішньоекономічна діяльність.

З даних таблиці 1 видно що фактори зовнішнього середовища можуть по різному впливати на кризу розвитку підприємства, саме тому потрібно визначити які фактори мають найбільший вплив, і що є найбільшою загрозою для розвитку підприємства.

Внутрішнє середовище організації формується керівниками відповідно до їх уявлень про те, які саме елементи забезпечать її ефективне функціонування і розвиток. Перелік компонент і

деяких чинників внутрішнього (ендогенного) середовища, які обумовлюють кризовий стан можна навести у таблиці 2.

Таблиця 2

## Чинники внутрішнього середовища підприємства

1	Виробництво	Виробничі потужності; рівень диверсифікації виробництва; доступність джерел сировини; переваги розташування організації; екологічна безпека виробничих процесів.
2	Фінанси	Активи організації; чистий прибуток; обсяг капітальних вкладень; рентабельність капіталу; оборотні кошти; неефективна фінансова стратегія; перевищення допустимих рівнів фінансових ризиків.
3	Інвестиції	Суттєві перевитрати інвестиційних ресурсів; неефективний інвестиційний менеджмент; неефективний фондовий портфель.
4	Кадри	Управлінський персонал; кваліфікація працівників; кадрова політика; використання стимулів для мотивування виконавців; плинність кадрів.
5	Маркетинг	Продукти (послуги), які виробляє (надає) організація; частка ринку; якість продукції (послуг); стан системи збуту; сервісне обслуговування; наявність торгових марок; асортимент продукції.
6	Дослідження та розвиток	Дослідницький потенціал; інтенсивність та ефективність досліджень; наявність патентів.

З даних таблиці бачимо, що фактори внутрішнього середовища прямолінійно впливають на діяльність підприємства, саме тому фірмі потрібно постійно контролювати ці чинники, та при першому прояві кризового явища, запобігти переходу в кризовий стан.

Таким чином, «середовище підприємства» та його вплив на розвиток кризи несе кожен з факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, необхідно аналізувати оточення підприємства, постійно прогнозувати, контролювати та враховувати його вплив на підприємство. Динамічність зовнішнього середовища та взаємозв'язок його факторів перешкоджають точному і одночасному врахуванню усіх можливих наслідків постійного впливу на діяльність підприємства. Своєчасній і об'єктивній оцінці явищ, процесів і тенденцій, що відбуваються у зовнішньому середовищі, стає на заваді відсутність необхідної достовірної інформації. Зважаючи на це, керівники підприємств мають обмежувати спектр зовнішніх чинників, що повинні враховуватися, віддавати перевагу тим із них, які найістотніше впливають на результати діяльності. Досягненню цієї мети багато в чому сприяє вірна ідентифікація мікросередовища підприємства і діючих у ньому факторів. Що ж стосується факторів внутрішнього середовища, то в підприємства є всі необхідні ресурси щоб контролювати їх та впливати на їхнє покращення.

**Шелудько Оксана Олександрівна**

*Запорізький національний університет*

Науковий керівник: Самойленко Георгій Валерійович, кандидат юридичних наук, доцент

*Запорізький національний університет*

### ГАРАНТІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВ ОСОБИ У ВІДНОСИНАХ З НАЦІОНАЛЬНОЮ ПОЛІЦІЄЮ УКРАЇНИ

Варто зазначити, що розбудова України як правової, демократичної держави на засадах забезпечення і зміцнення законності й правопорядку, дотримання прав і свобод громадян, передбачених Конституцією і чинним законодавством, значною мірою залежить від діяльності поліції як державного озброєного органу виконавчої влади, який захищає життя, здоров'я, права і свободи громадян, інтереси суспільства і держави від протиправних посягань.

Питання гарантій забезпечення прав особи у відносинах з Національною поліцією України у своїх працях розглядали: В. Авер'янов, Ю. Битяк, І. Голосніченко, С. Гончарук,

А. Комзюк, В. Колпаков, О. Кузьменко, В. Олефір, В. Ортинський, О. Остапенко, В. Серета, В. Шкарупа та ін.

Роль Національної поліції України у суспільному житті держави реалізується, насамперед, через адміністративну діяльність. Від її ефективності суттєво залежить стан правопорядку в цілому, охорона громадського порядку, боротьба зі злочинністю, захист прав і законних інтересів громадян [4, с. 77].

Охорона прав і свобод людини, інтересів суспільства та держави є пріоритетом діяльності Національної поліції. Бажання України інтегруватися до Європейського Союзу й ринкові реформи обумовили створення нової правоохоронної системи, що має відповідати кращим світовим стандартам і вимогам. Функціонування поліції повинно базуватися на пріоритеті прав людини та на принципах охорони цих прав. Це означає, що дотримання прав людини має превалювати у відносинах держави та людини, всі функції держави мають бути спрямовані на служіння інтересам людини, на охорону та захист її прав, свобод і законних інтересів [1, с. 14].

Охорона прав і свобод людини – це їх визнання державою. З огляду на різноманіття прав і свобод громадян, закріплених у Конституції України, вони реалізуються у певних сферах суспільного, економічного та політичного життя. Ці сфери не виступають ізольовано одна від одної, вони перетинаються, і тому в окремих випадках може скластися конгломерат суспільних відносин, що підпадають під вплив різноманітних умов, які створюються для реалізації громадянами своїх прав і свобод. Таким конгломератом виступає, в першу чергу, публічний порядок, у сфері якого відбувається реалізація значної частини прав і свобод або створюються передумови для їх реалізації.[2, с. 11].

Відправну, базову основу цієї діяльності становить чинна Конституція України, яка визначає головні пріоритети суспільства, що підлягають охороні з боку держави. Слід зазначити, що майже третину обсягу Основного Закону присвячено правам людини, тому цілком закономірно, що один із перших її розділів (розділ II) присвячено правовому статусу особи (правам, свободам та обов'язкам людини і громадянина). Слід зазначити, що передбачені Конституцією права і свободи визнаються не лише за громадянами України, а й за іншими особами, які проживають на її території (іноземцями, особами без громадянства тощо). Відповідно до Конституції громадяни України мають права на життя (ст. 27), повагу до своєї гідності (ст. 28), достатній життєвий рівень для себе і своєї сім'ї, що охоплює достатнє харчування, одяг, житло (ст. 48), працю (ст. 43), охорону здоров'я, медичну допомогу та медичне страхування (ст. 49), безпечне для життя й здоров'я навколишнє середовище (ст. 50) і т. ін.

Міру соціально можливого у правах встановлюють гарантії. Так, низка інших статей Конституції України (наприклад ст. 29–32), передбачаючи гарантії особистої недоторканності, недоторканості житла, а також охорону особистого і сімейного життя, таємність листування, телефонних переговорів, телеграфної та іншої кореспонденції, визначає одночасно і недопустимість порушень цих прав. Проте слід зазначити, що, встановлюючи ці права-гарантії, чинна Конституція передбачає і їх обмеження в інтересах суспільства і держави [3, с. 492].

Отже, діяльність поліції повинна забезпечувати на належному рівні законність і правопорядок у країні, гарантувати права й свободи людини, інтереси суспільства та держави.

#### Список використаних джерел

1. Тацій В.Я. Утвердження і забезпечення прав та свобод людини – головний конституційний обов'язок демократичної, правової, соціальної держави / В.Я. Тацій // Вісник Академії правових наук України. – 2000. – № 4(23). – С. 3-19.
2. Гусаров С. М. Захист прав та свобод людини і громадянина в діяльності органів внутрішніх справ / С. М. Гусаров // Вісник Академії управління МВС. – 2008. – №4. – С. 6-14.
3. Приватне життя і поліція. Концептуальні підходи. Теорія та практика. Авторський колектив / Відп. редактор: Ю.І. Римаренко. –К.: КНІ, 2006. – 740 с.
4. Кононець В. П. Національна поліція, як основний суб'єкт забезпечення охорони прав і свобод людини / В. П. Кононець, І. С. Циб // Наукові праці Національного авіаційного університету. Серія: Юридичний вісник «Повітряне і космічне право». – К.: НАУ, 2016. – № 3 (40). – С. 73-78.

**Бойчук Денис Миколайович**  
*Луганський національний аграрний університет*

### ПРОБЛЕМА ПЛАСТИКОВОГО СМІТТЯ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

Винахід пластика дав великий прорив в економіці. Пластик – це дуже дешевий матеріал для виробництва, завдяки якому продукція стала дешевше та попит на неї зріс. Але пластикове виробництво несе за собою багато негативних наслідків, які досі намагаються вирішити вчені.

Пластик використовується у всьому: виробництво іграшок, посуду, тари, інструменти та іншої побутової продукції. Біля 30-50% всієї продукції використовується повторно, інша продукція потребує утилізації. Відсутність утилізації пластику приводить до забруднення навколишнього середовища, загибелі диких тварин, отруєння природи.

Використовувати пластик повторно дуже небезпечно, оскільки він виділяє отруйні речовини, які шкідливі як для людини так і для навколишнього середовища.

Перед людством стоїть питання, як позбутися пластикового сміття? Це питання починає турбувати кожную людину, яка думає про майбутнє своєї планети. Зараз є багато роздумів про вирішення цієї проблеми. Спалення пластику – це дешеве рішення, але при цьому в навколишнє середовище потрапляють отруйні речовини. А переробка пластику потребує більших фінансових, матеріальних та інших витрат. Переробка пластику дещо призупинить зростання кількості пластикових відходів, але пластик і надалі буде складати 50-70% ринку тари.

Таким чином, дієвим механізмом боротьби із цією проблемою є заборона використання пластику в певній сфері. Можна заборонити використання пластику на законодавчому рівні. Але і цього кроку буде не достатньо – треба розробити альтернативу пластику.

Зараз вже існують біологічні пакети, які швидко розкладаються та не несуть за собою шкідливих наслідків, але це виробництво дорожче. Але якщо винайти новий дешевий та якісний матеріал, то з роками проблему пластикового сміття та впровадження «чистих» матеріалів можна вирішити. Одноразові пляшки можна замінити зручними та багаторазовими. Пластикові пакети й зараз можна замінити на зручні сумки.

Отже, «проблему пластику» потрібно вирішувати за комплексного підходу у невідкладному порядку, бо з кожною хвилиною з'являється більше 1 млн. пластикового сміття та екологічний стан планети стрімко погіршується.

**Левенець Марія Михайлівна**  
*Запорізький національний університет*

### МАТЕРІАЛЬНО-ПРАВОВА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Інститут матеріальної відповідальності державних службовців є одним із елементів забезпечення дисципліни. Адже така відповідальність настає тільки у випадках порушення державними службовцями службової дисципліни, а саме – заподіяння фізичним або юридичним особам матеріальної чи моральної шкоди незаконними рішеннями, діями чи бездіяльністю під час здійснення своїх повноважень.

Для нашої держави актуальним постає питання зарубіжного досвіду відносно матеріально-правової відповідальності державних службовців за кордоном в контексті євроінтеграційного процесу вступу України в європейський простір.

Проблемними питаннями матеріально-правової відповідальності державних службовців в Україні висвітлені в чисельних публікаціях авторами яких є: Т. О. Коломоець, Н. Б. Болотіна, О. А. Абрамова, А. О. Гришковець, не мало доктринальних думок з приводу настання такої відповідальності, які приділили увагу питанню зарубіжній практиці державної служби в Федеративній Республіці Німеччина звертались В.Граждан, В.Черепанов, С.Черноног [4, с. 130].

В Німеччині державні службовці, як стверджує аналітичний підхід В. Граждан, загалом поділяються на три підрозділи: 1) чиновники, 2) службовці, 3) робітники державних установ, прикладом є чиновники державного апарату, суді, а також викладачі вищих навчальних закладів, учителі, лікарі, працівники пошти, залізниці, державних банків. Коли чинне законодавство України яскраво виділяє в ст. 3 ч. 2 ЗУ «Про державу службу» [2], що державними службовцями є: секретаріат Кабінету Міністрів України; міністерства та інших центральних органів виконавчої влади; місцеві державні адміністрації; органи прокуратури; органи військового управління; закордонні дипломатичні установи України; державні органи, особливості проходження державної служби в яких визначені статтею 91 цього Закону; інші державні органи [2].

Слід зазначити, що В Німеччині державна служба займає перші місця в Європі та дійсно знаходиться на професійному рівні. Та визначений порядок притягнення державних службовців до дисциплінарної та матеріальної відповідальності у Федеративній Республіці Німеччина регулюється Федеральним дисциплінарним статутом Федеративної Республіки Німеччина від 09 липня 2001 року [1; 3]. Цей тезис яскраво знаходить своє підтвердження особливостей притягнення до матеріальної відповідальності державних службовців в Україні відповідно до ст. 80-82 ЗУ «Про державну службу» де чітко визначені суб'єкти матеріальної відповідальності [2].

Не менш цікавим є також порівняльний аналіз дисциплінарних покарань в кранах. Законодавець в Німеччині чітко висвітлює що до державних службовців згідно із статутом можуть застосовуватись такі види дисциплінарних стягнень: 1) догана; 2) штраф; 3) скорочення заробітної плати; 4) зниження в посаді; 5) звільнення з посади державної служби, а дисциплінарними заходами щодо державних службовців, які вийшли на пенсію, є: 1) зменшення пенсії; 2) позбавлення пенсії [5]. Аналіз норм зарубіжного досвіду дозволяє судити, що в Україні дисциплінарних стягнень в двічі менше, законодавець виділяє такі: 1) зауваження; 2) догана; 3) попередження про неповну службу відповідність; 4) звільнення з посади державної служби [2].

Законодавство ФРН досить детально регулює службові правопорушення, які належать питанням про міру покарання. При цьому враховується не лише саме правопорушення, але й службова поведінка особи під час здійснення посадових обов'язків. У разі вчинення дрібних порушень державному службовцю призначається грошовий штраф. У разі якщо проти службовця проводиться кримінальне розслідування, дисциплінарне переслідування відкладається до завершення розгляду кримінальної справи. Сам же службовець має право подати скаргу до Федерального дисциплінарного суду, що знаходиться у Франкфуртіна-Майні [1; 7].

Специфікою українського законодавства є те, що саме державний службовець зобов'язаний відшкодувати державі шкоду, заподіяну внаслідок неналежного виконання ним посадових обов'язків. Так, згідно зі статтею 56 Конституції України кожен має право на відшкодування за рахунок держави чи органів місцевого самоврядування матеріальної та моральної шкоди, завданої незаконними рішеннями, діями чи бездіяльністю органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб при здійсненні ними своїх повноважень. Якщо в Україні державний службовець здійснив правопорушення то для відшкодування шкоди керівник державної служби вносить державному службовцю письмову пропозицію, в якій зазначаються розмір, порядок і строки відшкодування шкоди, а також обставини, що стали підставою для відшкодування. Державний службовець повинен дати відповідь на пропозицію про добровільне відшкодування шкоди у письмовій формі. Та у разі ненадання державним службовцем відповіді на пропозицію про добровільне відшкодування шкоди, відмови від відшкодування шкоди чи невідшкодування шкоди до зазначеного у пропозиції строку керівник державної служби може звернутися з позовом про таке відшкодування до суду. Та не менш важливим є те, що під час стягнень дисциплінарної чи матеріально шкоди на державного службовця не поширюються заходи заохочення [2; 6 с. 327].

Оскільки матеріальна та моральна шкода заподіюється державним службовцем особисто (порушення своїх посадових обов'язків), держава наділяється правом зворотної вимоги до цієї посадової особи за відшкодовану нею шкоду. Ця норма частини другої ст. 80 ч. 13У «Про державну службу» цілком відповідає змісту норми частини четвертої статті 1191 Цивільного

кодексу України, відповідно до якої держава, територіальні громади, відшкодувавши шкоду, завдану посадовою, службовою особою внаслідок незаконно прийнятих рішень, дій чи бездіяльності відповідно органів державної влади, органів влади Автономної Республіки Крим, органів місцевого самоврядування, мають право зворотної вимоги до винної особи у розмірі виплаченого відшкодування (крім відшкодування виплат, пов'язаних із трудовими відносинами та відшкодуванням моральної шкоди) [5, с. 52].

Таким чином можна дійти висновку, що враховуючи зарубіжний досвід в питанні матеріально-правової відповідальності державних службовців на прикладі Німеччини можна акцентувати увагу на прийнятті єдиного статуту та особливостей застосування стягнень та розроблену програму розгляду неетичної поведінки державних службовців у робочий час, а також створення механізму поведінки державного службовця, що може бути корисним для врегулювання норм в Україні.

Список використаних джерел

1. Основний закон Федеративної Республіки Німеччина від 23 травня 1949 року (з наступними змінами і доповненнями) URL: [www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/gg/gesamt.pdf](http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/gg/gesamt.pdf).
2. Про державну службу : Закон України від 10 грудня 2015 року (з наступними змінами та доповненнями) ст. 66, 80-82. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19>.
3. Федеральний дисциплінарний статут Федеративної Республіки Німеччина від 09 липня 2001 року (з наступними змінами та доповненнями) URL: <http://www.gesetzeim-internet.de/bdg/BJNR151010001.html>.
4. Зеленський В.М. Особливості правового регулювання конкурсного відбору на державну службу за трудовим законодавством європейських країн. В.М. Зеленський. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право». 2015. № 32. С. 129–132.
5. Європейський досвід державного управління: Курс лекцій. Уклад.: О. Ю. Оржель, О. М. Палій, І. В. Кравчук та ін. К.: Вид-во НАДУ, 2007. 76 с.
6. Черноног Є.С. Державна служба: історія, теорія, практика: навч. посіб. Є.С.Черноног. К.: Знання, 2008. 458 с.
7. Підготовка державних службовців за кордоном. Режим доступу: <http://www.guds.gov.ua/control/uk/publish/article>

**Осідак Ангеліна Андріївна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **КОНЦЕПТ ФЕМІНІЗМУ В ПОЛІТИЧНІЙ ТЕОРІЇ КАРЛА МАРКСА**

Розвиток суспільства, його стабільність або дефініції тісно пов'язані з розвитком особистості взагалі і особистостей жінки та чоловіка зокрема. Стратегія розвитку ХХІ століття спрямована на утвердження основ гендерної рівноваги, гендерної демократії, статевої збалансованості в суспільстві.

Без демократичного розвитку особистості як чоловіка, так і жінки неможлива демократизація всіх сфер світобачення. Система волевиявлення обох статей – чоловіків і жінок як рівних у правах та можливостях, що закріплені законодавчо й забезпечені реально у політико-правових принципах, діях, розбудові громадських і державних структур з урахуванням гендерних інтересів має стати основою функціонування суспільства в третьому тисячолітті.

В загальну систему функціонування суспільства (mainstream) повинні бути включені критерії рівності між чоловіком і жінкою або питання про перспективи жінок. Концепція комплексного підходу до проблеми рівності жінки і чоловіка, концепція «mainstreaming» є стратегічною концептуальною лінією людського розвитку ХХІ століття, а тому її реалізація значною мірою залежатиме не тільки від політичної волі держави, але й від ступеню розвитку жіночого руху, його позицій та впливу на прийняття політичних рішень.

У сучасному суспільстві глибоко утвердилося стереотипне уявлення щодо феміністок. Жінки, які боролися за рівноправ'я статей, найчастіше асоціюються із нещасливими в особистому житті, ображеними на чоловіків представницями «слабкої статі», які прагнуть знищити традиційний шлюб, родину та відновити матріархат.

Тоді як фемінізм являв собою значно складнішу ідеологію, у рамках якої існували різноманітні течії та концепції. Прийнято виділяти ліберально-реформістський, радикальний (або радикально-екстремістський) та соціалістичний (марксистський) напрямки фемінізму. Кожний із них об'єднував чимало феміністських організацій та окремих невеликих жіночих груп, які нерідко розходилися між собою у питаннях ідеології, мети та засобів боротьби за гендерну рівність.

Засновником гендерного фемінізму вважається Фрідріх Енгельс, який у роботі «Походження сім'ї, приватної власності та держави» визначив пригнічення жінки як найбільш давню та жорстоку форму пригнічення, якої не було в історії людства.

Тож, першим кроком звільнення жінок класики марксизму вважали «повернення (мається на увазі – з часів доісторичних, коли всі жінки працювали) всієї жіночої статі до суспільного виробництва», другий – перетворення домашнього господарства в галузь суспільного виробництва, яке відбудеться не раніше, ніж здійсниться соціалістична революція.

При підведенні підсумків аналізу концепції марксизму по «статевому» і «жіночому» питаннях, загалом, можна зробити висновок про те, що та концепція не була нейтральною до обох статей.

Поглядикласиків марксизму відображали чоловічий погляд на світ, який не приймав до уваги жіночі потреби і жіночий образ життя.

Феміністки неодноразово критикували марксистську теорію і з багатьох інших позицій, і перш за все – уявлення марксистів про неможливість існування патріархату і поза економічного гноблення жінок, особливо в суспільстві, вільному від експлуатації.

Марксистський напрям фемінізму акцентує увагу на специфіці капіталістичної системи, що породжує класову нерівність так само, як і економічну залежність жінки від чоловіка.

Гендерна нерівність може зникнути тільки зі зникненням капіталізму та класів. Той факт, що в кожному класі жінки перебувають у менш привілейованому становищі, ніж чоловіки, є результатом історичного розвитку, спадщиною минулого, деструкція якого можлива за допомогою революційних дій об'єднаного робітничого класу, жінок і чоловіків.

Будь-яка мобілізація жінок окремо від чоловіків є контрреволюційною, оскільки роз'єднує потенційні революційні сили. Руйнування класової системи призведе до звільнення суспільства від класової експлуатації, а отже, й гендерної нерівності.

Таким чином, ми можемо узагальнити проведені дослідження тим, що осмислення реального стану справ у жіночому русі та бажання утвердження нового змісту соціальної ролі жінки і чоловіка створюють ґрунт, на якому утвердиться жіночий рух України як важливий чинник гендерної демократії в українському громадянському суспільстві, в європейському та світовому співтоваристві. Цьому сприятимуть також вдосконалення політичних, правових і державних механізмів сприяння та утвердження гендерної демократії в країні.

### **Шпег Соломія Володимирівна**

*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

Науковий керівник: Коваленко Лариса Павлівна, доктор юридичних наук, професор

*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

## **СТРУКТУРА МІНІСТЕРСТВА ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ, ОСНОВНІ ВИДИ УПРАВЛІННЯ В ОРГАНАХ ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

Міністерство внутрішніх справ України (МВС України) – центральний орган виконавчої влади України, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України.

МВС України є головним (провідним) органом у системі центральних органів виконавчої влади з питань формування і реалізації державної політики у сфері захисту прав і свобод громадян, інтересів суспільства і держави від протиправних посягань, ведення боротьби із злочинністю, охорони громадського порядку, забезпечення громадської безпеки, безпеки дорожнього руху, охорони та оборони особливо важливих державних об'єктів.

До системи органів внутрішніх справ входять: Міністерство внутрішніх справ України, Національна поліція України, Державна прикордонна служба України, Державна служба України з надзвичайних ситуацій, Державна міграційна служба України, Національна гвардія України.

До загальної структури Міністерства внутрішніх справ України входять: апарат Міністерства внутрішніх справ України; керівництво, Патронатна служба, Департамент організаційно-апаратної роботи, Департамент формування політики щодо підконтрольних



Міністрові органів влади та моніторингу, Департамент аналітичної роботи та організації управління, Департамент інформаційних технологій, Департамент комунікації, Департамент юридичного забезпечення, Департамент внутрішнього аудиту, Департамент міжнародного співробітництва та європейської інтеграції, Департамент фінансово-облікової політики, Департамент персоналу, організації освітньої та наукової діяльності, Департамент з питань режиму та службової діяльності, Департамент державного майна та ресурсів, Управління у справах учасників антитерористичної операції, Управління запобігання корупції та проведення люстрації, Управління охорони здоров'я та реабілітації, Управління ліцензування, Відділ мобілізаційної роботи та організації бронювання, Відділ з реформування органів внутрішніх справ, Головний центр з надання сервісних послуг та центри з надання сервісних послуг як територіальні органи Міністерства внутрішніх справ; навчальні заклади та науково-дослідні установи; заклади охорони здоров'я, підприємства, установи та організації, що належать до сфери управління Міністерства внутрішніх справ України.

Складність, важливість і різноманітність завдань, що виконують різні види органів внутрішніх справ та їх структурні підрозділи в системі МВС України, дозволяє відокремити такі основні види управління в ОВС: по-перше, умовно вертикальне багаторівневе централізоване загальне управління; по-друге, умовно вертикальне багаторівневе централізоване спеціальне, чи галузеве, управління; по-третє, умовно горизонтальне зовнішнє міжвідомче чи внутрішньовідомче комбіноване управління.

Організаційно-правові основи загального управління допомагають справляти загальний керуючий вплив на весь особовий склад МВС України і будь-яких ОВС та їх підрозділів, що підпорядковані МВС. Організаційно-правові основи спеціального, чи галузевого, управління реалізують і забезпечують правове регулювання практичної діяльності різних структурних елементів і підрозділів системи МВС з урахуванням їх галузевої специфіки та особливостей. Організаційно-правові основи внутрішньовідомчого чи зовнішнього міжвідомчого комбінованого управління забезпечують координацію та взаємодії діяльності різних видів ОВС та їх структурних підрозділів і служб системи МВС відповідно або між собою всередині системи МВС України (внутрішньовідомче комбіноване управління) або з іншими державними і недержавними органами, установами та організаціями (зовнішнє міжвідомче комбіноване управління) при вирішенні різноманітних службових завдань і досягненні спільних цілей у межах чинного законодавства. В усіх наведених основних та інших видах управління в ОВС власне і виявляються особливості системи МВС України як державної силової структури і водночас центрального органу виконавчої влади, діяльність якого спрямовано на захист прав і свобод громадян, інтересів суспільства і держави від протиправних посягань, у тому числі найбільш тяжких з них – злочинів.

**Захарченко Анастасія Олександрівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ БРЕНДІВ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

Маркетинг соціальних мереж (SMM) – це форма інтернет-маркетингу, яка використовує веб-сайти соціальних мереж як маркетинговий інструмент. Метою SMM є створення контенту, яким користувачі зможуть поділитися в своїй соціальній мережі, щоб допомогти компанії збільшити вплив бренду та розширити охоплення клієнтів.

Маркетинг соціальних мереж може допомогти в досягненні ряду цілей, таких як збільшення трафіку веб-сайту, залучення цільового трафіку, побудова конверсії, підвищення обізнаності про бренд, підвищення лояльності бренду, створення ідентичності та позитивного асоціацій з брендом, більше можливостей конверсії, покращення спілкування та взаємодії з цільовою аудиторією, зростання продажів, просування повторних продажів, отримання відгуків від існуючих клієнтів [1].

Бренди повинні змінювати свій підхід та взаємодію з споживачами, бути ближче до них і слухати їх, щоб побудувати добрі та багаторічні відносини з ними. Навіть якщо прибуток є ключовим моментом продажу та маркетингу, бренди повинні більше сфокусуватися на основній меті соціальних засобів масової інформації: покращити відносини з клієнтами.

А. Сенаторов виділяє три основні моделі ведення соціальних мереж: “Новини бренду”, “Технічна підтримка”, “Ігровий майданчик” [2]. Найкраще для компаній є поєднання декількох стратегій та написання коротких, зрозумілих для аудиторії публікацій, які б вирішували конкретну проблему, містити огляди, рейтинги, хіт-паради.

За даними GfK ринок малої побутової техніки зростає у 2017 році. В Україні люди витрачають більше 13 годин на тиждень на готування їжі, тому використання кухонної техніки має великий попит на даному ринку [3].

Згідно зі стратегією Kenwood на іноземних ринках бренд у соціальних мережах повинен захоплювати, об'єднувати, диференціювати, писати так, щоб цим ділилися інші. Захоплення полягає в отриманні споживачем приємних вражень від того, що він є домашнім кухарем.

Серед слабких сторін у порівнянні з конкурентами Kenwood має наступні слабкі сторони: низький показник активності, нерізноманітне інформаційне наповнення сторінки, відсутність розіграшів або лотерей, відсутність інформації про успішні історії клієнтів та їх відгуки.

Для визначення можливостей та загроз було проаналізовано фактори мікро- та макромаркетингового середовища для SMM-діяльності бренду Kenwood. Порівняно з конкурентами сторінка Kenwood має низький показник активності, однотипність інформаційного оформлення сторінки, відсутність розіграшів або лотерей, а також будь-яких відгуків або історій про успішний досвід клієнтів [4].

Серед факторів макромаркетингового середовища сторінка Kenwood на Facebook має багато можливостей, наприклад, доступ до інтернету в українців, значна частка продажів побутової техніки онлайн, сприятлива економічна ситуація на медіа ринку, запуск 4G в Україні, довіра споживачів до інформації на Facebook.

Метою запропонованої стратегії є використання соціальних мереж для спілкування з сегментом споживачів, які зареєстровані на Facebook, одночасно продовжуючи будувати міцну спільноту з існуючими клієнтами Kenwood та збільшувати обізнаність бренду.

Для фейсбук сторінки «Kenwood Club» було проаналізовано кількість підписників, демографічну складову, час найбільшої активності користувачів та публікації з найбільшим органічним охопленням [5].

Отже, за два звітних періоди кількість загальна кількість публікацій на сторінці Kenwood Club є надзвичайно малою, також вони є дуже одноманітними, не вистачає цікавого інформаційного контенту та розкриття можливостей кухонної техніки Kenwood.

Запропонована стратегія для соціальної мережі Facebook є ефективною на 394%. Отже, для товарів преміум-сегменту навіть за низького показника конверсії економічна ефективність може бути дуже високою.

Створена стратегія для соціальної мережі дозволить: викликати позитивні емоції від бренду; поліпшити продукт та послугу (проведення майстер-класів) за рахунок отримання конструктивної зворотного зв'язку; створити бажання у цільовій аудиторії асоціювати свою ідентичність з брендом та відчути свою важливість, допомагаючи іншим і відповідаючи на їхні запитання; отримати вигоду від продажу периферійних продуктів і послуг (наприклад, додаткові насадки та білети на кулінарні майстер-класи).

Список використаних джерел

1. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях: / Д. Халилов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 376 с.
2. Сенаторов А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях; ООО «Альпина Паблишер», 2016.
3. Офіційний сайт gfk.com
4. Сервіс аналізу Facebook сторінок likealyzer.com
5. Сторінка бренду Kenwood на Facebook [www.facebook.com/KenwoodClub/](http://www.facebook.com/KenwoodClub/)

*Наведена інформація не є рекламою. Назви виробників, знаків для товарів та послуг, прізвища та імена персоналії згадуються з метою інформування читача про наявність певної продукції та її виробників.*

**Петлевич Олена Ігорівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

### **ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ**

Для вдалого функціонування будь-якого підприємства в умовах розвитку сучасного постіндустріального суспільства, в якому активно розвивається не лише виробництво, а і сфера послуг, суспільства, в якому все більшого значення набуває аналіз та проведення досліджень конкурентоспроможності. Вона формується не лише за рахунок зменшення витрат підприємства, а і за рахунок ставлення, відношення споживачів як до фірми, так і до продукту, котрий вона виробляє. Тут і має місце лояльність споживачів, котра визначає ступінь позитивного або негативного ставлення та емоційної прихильності до фірми, бренду або товару, котра спонукатиме споживача до регулярного споживання певного продукту, що, безумовно, чинить позитивний вплив на конкурентоспроможну діяльність фірми.

Якщо раніше основним завданням відділу маркетингу будь-якого підприємства вбачав у створенні клієнтської бази, у пошуку та залученні нових споживачів на постійній основі, то, на сьогоднішній день, всі зусилля маркетологів направлені саме на утримання вже існуючих клієнтів, використовуючи для цього різноманітні методи та прийоми, створюючи різного роду програми, що отримали назву «програми лояльності». Ці програми є невід'ємним атрибутом кожної компанії, котра бажає втримати свої позиції в умовах нестабільності сучасного ринку, тому їх дослідження та дослідження лояльності споживачів в цілому є досить актуальним на нинішній день.

Для того, щоб ефективно і вдало на практиці дослідити лояльність споживачів, потрібно володіти ґрунтовними теоретичними знаннями щодо самої сутності поняття «лояльність», «задоволеність»; потрібно розуміти, за якими методами можна виміряти лояльність та як її грамотно та правильно оцінити для формування достовірних висновків та розробки ефективних пропозицій щодо покращення конкурентоспроможної діяльності компанії. Лояльністю прийнято називати позитивне ставлення споживачів до певної фірми або продукту. Поряд з «лояльністю» існує і поняття «задоволеність споживача». Цей термін можна трактувати, як психологічний стан людини, котрий досягнутий за допомогою позитивних емоцій та характеризується усвідомленням людини, що вона досягла своєї мети. Проте необхідно розуміти, що ці поняття не є тотожними. Відмінність полягає в тому, що лояльний споживач – це завжди задоволений споживач, проте задоволений споживач – не завжди лояльний. Просто задоволені споживачі мають вибір. І за наявності альтернативи вони ймовірно надаватимуть їй перевагу, тому наявність лише одного задоволення не може бути гарантом того, що споживач є дійсно прихильним.

Зазвичай виділяють два підходи до розуміння сутності лояльності: поведінкова лояльність, або транзакційна - увага звертається лише на поведінку споживача, але не фактори, котрі її зумовлюють; та лояльність сприйняття – перцепційна (емоційна). А їх поєднання має назву комплексної лояльності.

Важливим аспектом у формуванні лояльності споживачів є встановлення довготривалих відносин, котрі базуватимуться на довірі, позитивних емоціях, різного роду та виду привілеїв, даючи можливість отримати як емоції, так і матеріальні вигоди. За такий зв'язок відповідають програми лояльності – комплекси спеціально розроблених підприємством заходів, основний механізм дії яких спрямований відповідно до споживчої сегментації, котрий включає в себе маркетингові програми з набором привілеїв, що використовуються з метою стимулювання продажів, підтримки стосунків з існуючою базою клієнтів та залучення їх до повторних покупок. Основна мета програм лояльності полягає у формуванні довготривалих контактів зі споживачами, отримання первинної інформації з метою використання її в майбутньому для покращення діяльності фірми та залученні нових клієнтів шляхом надання рекомендацій про компанію вже існуючими клієнтами. Загалом, всі програми лояльності можна поділити на

цінові, котрі передбачають використання інструментів, що пов'язані з ціною, та нецінові, що спрямовані на психологічну складову.

Таким чином, дослідження лояльності споживачів та впровадження відповідних програм є важливим аспектом діяльності будь-якої фірми, оскільки формується можливість утримання споживачів, збільшення доходів та ринкова частка підприємства, а отже, посилення його конкурентних переваг.

### Шульц Дар'я Сергіївна

*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

Науковий керівник: Коваленко Лариса Павлівна, доктор юридичних наук, професор

*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

## АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВИЙ СТАТУС СПІВРОБІТНИКІВ ОВС

Положення Конституції України про те, що права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави, вимагає від останньої забезпечення реалізації цих прав і свобод. Одним із засобів досягнення зазначеної мети є державна служба – особливий інститут держави, спеціально організована професійна діяльність громадян з реалізації конституційних завдань та функцій держави.

Служба в Національній Поліції України є різновидом державної служби України. Працівники Національної Поліції виконують завдання держави, спрямовані на забезпечення особистої безпеки громадян, вони попереджають і припиняють злочини, надають допомогу громадянам та юридичним особам у здійсненні їх законних прав та інтересів тощо. З метою забезпечення успішного виконання цих завдань докорінного поліпшення потребують не лише форми і методи діяльності Національної Поліції України, але і якісний підхід до визначення адміністративно-правового статусу працівника.

Мета дослідження полягає в тому, щоб на основі аналізу чинного законодавства України і практики його реалізації визначити сутність, зміст та значення адміністративно-правового статусу працівника Національної Поліції, особливості реалізації окремих елементів статусу у правовідносинах і на цій основі виробити пропозиції та рекомендації щодо удосконалення правового регулювання та підвищення ефективності його практичної реалізації.

У юридичній літературі зміст та призначення адміністративно-правового статусу органу виконавчої влади як суб'єкта управління і права визначається по-різному.

Ю.М. Козлов вважає, що правове становище органів державного управління знаходить своє конкретне вираження в їх компетенції. У ній закріплюються завдання, функції, права та обов'язки, форми і методи діяльності цих органів, тобто їх адміністративна правоздатність і дієздатність. Б.М. Лазарєв трактує компетенцію як право та обов'язок здійснювати певну діяльність. Разом з тим, реалізація таких повноважень суб'єктами правозастосування суворо обмежена рамками закону. Встановлюючи компетенцію того або іншого органу управління, держава уповноважує його на здійснення певних дій, обмежуючи цю діяльність певними рамками

Незважаючи на відмінності в адміністративно-правових статусах різних органів виконавчої влади, всім їм, властиві спільні риси правового становища, а саме:

- діяльність органів виконавчої влади завжди підзаконна;
- діяльність органів виконавчої влади носить виконавчо-розпорядчий характер;
- адміністративно-правовий статус органів виконавчої влади завжди визначається нормами законодавчих та інших нормативних актів;
- державно-владний характер діяльності органів виконавчої влади;
- вертикальна підпорядкованість (цей принцип не виключає існування по деяких питанням і горизонтальних субординаційних відносин).

Об'єктом дослідження є суспільні відносини, які виникають в сфері правоохоронної діяльності працівника Національної Поліції.

Предмет дослідження становлять теоретичні і практичні питання визначення, нормативно-правового закріплення, реалізації та розвитку адміністративно-правового статусу працівника Національної поліції. У своїй діяльності Національна поліція керується Конституцією України, міжнародними договорами України, Законом України «Про Національну поліцію» та іншими законами України, актами Президента України і Кабінету Міністрів України, а також виданими відповідно до них актами Міністерства внутрішніх справ України, іншими нормативно-правовими актами.

Національна поліція як центральний орган виконавчої влади утворена Постановою КМ України від 2 вересня 2015 р. № 641.

Положення про Національну поліцію затверджене КМ України 28 жовтня 2015 року. 15 березня 2018 року Верховна рада України прийняла закон № 4670 «Про Дисциплінарний статут Національної поліції України», який підтримав 251 народний депутат. Дисциплінарний статут Національної поліції України визначає сутність службової дисципліни в Національній поліції, повноваження поліцейських та їх керівників з її дотримання, види заохочень і дисциплінарних стягнень, а також порядок їх застосування та оскарження

Поліцейським є громадянин України, який склав Присягу поліцейського, проходить службу на відповідних посадах у поліції і якому присвоєно спеціальне звання поліції.

Поліцейський має службове посвідчення та жетон з індивідуальним особистим номером. Зразки та порядок видання службових посвідчень та особистих номерних жетонів затверджує Міністр внутрішніх справ України.

Відповідно до висновку доктора філологічних наук, професора Олександра Пономарева, правильним терміном в українській мові є поліціант, а не поліцейський, який є російським терміном.

Поліцейський зобов'язаний:

- 1) неухильно дотримуватися положень Конституції України, законів України та інших нормативно-правових актів, що регламентують діяльність поліції, та Присяги поліцейського;
- 2) професійно виконувати свої службові обов'язки відповідно до вимог нормативно-правових актів, посадових (функціональних) обов'язків, наказів керівництва;
- 3) поважати і не порушувати прав і свобод людини;
- 4) надавати невідкладну, зокрема домедичну і медичну, допомогу особам, які постраждали внаслідок правопорушень, нещасних випадків, а також особам, які опинилися в безпорадному стані або стані, небезпечному для їхнього життя чи здоров'я;
- 5) зберігати інформацію з обмеженим доступом, яка стала йому відома у зв'язку з виконанням службових обов'язків;
- 6) інформувати безпосереднього керівника про обставини, що унеможливають його подальшу службу в поліції або перебування на займаній посаді.

Поліцейський на всій території України незалежно від посади, яку він займає, місцезнаходження і часу доби в разі звернення до нього будь-якої особи із заявою чи повідомленням про події, що загрожують особистій чи публічній безпеці, або в разі безпосереднього виявлення таких подій зобов'язаний вжити необхідних заходів з метою рятування людей, надання допомоги особам, які її потребують, і повідомити про це найближчий орган поліції.

Звертаючись до особи, або у разі звернення особи до поліцейського, поліцейський зобов'язаний назвати своє прізвище, посаду, спеціальне звання та пред'явити на її вимогу службове посвідчення, надавши можливість ознайомитися з викладеною в ньому інформацією, не випускаючи його з рук.

Додаткові обов'язки, пов'язані з проходженням поліцейським служби в поліції, можуть бути покладені на нього виключно законом.

У разі вчинення протиправних діянь поліцейські несуть кримінальну, адміністративну, цивільно-правову та дисциплінарну відповідальність відповідно до закону.

Підстави та порядок притягнення поліцейських до дисциплінарної відповідальності, а також застосування до поліцейських заохочень визначаються Дисциплінарним статутом Національної поліції України, що затверджується законом.

Держава відповідно до закону відшкодовує шкоду, завдану фізичній або юридичній особі рішеннями, дією чи бездіяльністю органу або підрозділу поліції, поліцейським під час здійснення ними своїх повноважень.

Отже, можна зробити висновок, що обумовлені адміністративно-правовим статусом права і обов'язки поліцейських орієнтовані на функції і забезпечують її здатність діяти владно, від імені держави по відношенню до підлеглих їй об'єктів управління, а також вчиняти юридичні дії по відношенню до інших органів і організацій, які не перебувають з нею у відносинах підпорядкування. Таким чином проявляється співвідношення основних елементів адміністративно-правового статусу патрульної служби та його основних ознак.

**Андрущенко Ірина Олександрівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

Туризм є однією з найбільш перспективних галузей економіки України. Туристична галузь в нашій країні активно розвивається та володіє великим запасом невикористаного потенціалу. Україна має сприятливі природні умови, численні історико-культурні пам'ятки, джерела цілющих мінеральних вод, що робить туристичний ринок привабливим як для зовнішнього, так і для внутрішнього споживача. Тому туристичні підприємства для успішної роботи та зайняття своєї ніші на ринку послуг повинні використовувати маркетингову діяльність, для того щоб розпізнати, ідентифікувати і оцінити існуючий або прихований попит на послуги, які підприємство пропонує або може запропонувати, і спрямувати зусилля фірми на розробку, виробництво, розподіл, продаж і просування цих товарів і послуг.

Зростання насиченості ринку туристичних послуг та розвиток інформатизації суспільства зумовлює необхідність пошуку нових методів та підходів до підвищення конкурентоспроможності підприємств та ефективності їх діяльності. Поряд із розширенням номенклатури послуг, що пропонуються, впровадженням цінових методів конкурентної боротьби, невід'ємним фактором посилення конкурентоспроможності туристичних підприємств України є формування результативної маркетингової комунікаційної діяльності.

Зважаючи на зростання популярності Інтернет-ресурсів, в т.ч. з метою пошуку інформації про подорожі, туристичні підприємства України зміщують акцент на Інтернет-рекламу, а саме на: рекламу за допомогою власного сайту, e-mail-маркетинг, а також банерну та контекстну рекламу.

Серед засобів директ-маркетингу у туристичних підприємств України найменшою популярністю користується sms-розсилка (застосовують 35% туроператорів та 37% турагентств). Більшість споживачів також не мають довіри до інтернетреклами, а саме до банерної реклами, контекстної реклами та реклами в відео онлайн. Слід зазначити, що найбільший рівень довіри споживачі проявляють до інформації, яку вони отримують від знайомих, до відгуків, опублікованих онлайн, до інформації, опублікованої на офіційних сайтах підприємств та до редакційних матеріалів.

Однією з особливостей PR-діяльності туристичних операторів є необхідність систематичного проведення конференцій, презентацій, інформаційних турів для співробітників турагентств. Проведення такої PR-активності є характерним для 86% опитаних туроператорів. Слід зазначити, що споживачі також з довірою відносяться до спонсорства та до інформації, опублікованої у PR-статтях. В свою чергу дві третини туристичних підприємств практикують розміщення статей в друкованих та Інтернет-джерелах. Незважаючи на високий рівень довіри споживачів до спонсорства, цей засіб маркетингових комунікацій застосовує лише 48%

туроператорів, а турагентства не використовують взагалі. Натомість майже всі туроператори (91%) приймають участь у виставках.

Основною маркетинговою комунікаційною метою туристичних підприємств України є стимулювання продажів, тому частіше за все вони застосовують такі засоби маркетингових комунікацій, як проведення різноманітних акцій та роздача друкованих матеріалів. Лише п'ята частина туристичних підприємств ніколи не проводили акцій, а 5% туристичних операторів мали такий досвід, але відмовилися від проведення акцій. Більшість туристичних підприємств проводять акції декілька разів на рік.

Таким чином, можна зробити висновок, що ті засоби маркетингових комунікацій, які впроваджуються туристичними підприємствами України, є обґрунтованими та відповідають очікуванням споживачів. Однак в умовах мінливості зовнішнього середовища, загострення конкурентної боротьби між туристичними підприємствами, розширення та задоволення потреб споживача важливим є вчасне прийняття управлінських рішень щодо реструктурування комплексу маркетингових комунікацій підприємства та пошуку шляхів підвищення результативності його впровадження.

### **Мельничук Анастасія Валеріївна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*  
Науковий керівник: Чухраєва Наталія Миколаївна, кандидат економічних наук  
*Київський економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК УКРАЇНИ**

Сучасні дослідження підприємницької діяльності в передових країнах показують, що чим більше коштів залучається в інноваційну діяльність, тим більш конкурентоспроможними підприємства виходять на ринок. Українські підприємці намагаються пристосуватися до даної кон'юнктури світового ринку, шляхом швидкої активізації інноваційної діяльності під час виробничого процесу.

Не дивлячись на те, що Україна є суверенною державою, пережитки з минулого все ще нагадують про себе. Дана ситуація відслідковується в моделі економічного розвитку, а саме застосуванні у виробничому процесі застарілої техніки, не придатної для користування та використанні сировинних ресурсів, які не відновлюються. Таким чином з'являється нагальна потреба в тому, щоб реалізувати інноваційний потенціал, який здатен зменшити економічне та технологічне відставання від інших передових країн.

Вітчизняна економіка відійшла від державного регулювання, але іноді зіштовхується з бар'єрами, які пов'язані з властивостями виробництва. Тому підприємці намагаються приділяти більше уваги розвитку інноваційної діяльності. Проте економічна ситуація нашої країни затримує даний процес через невідповідність між фінансовими та виробничими капіталами, застарілістю основних фондів та неефективне використання інвестиційних коштів і ресурсів. Таким чином, аби подолати дану проблему, інвестиції мають застосовуватись у всіх напрямках економічної діяльності. Окрім зазначених проблем, останнім часом поширюється вплив умів та висококваліфікованих кадрів за кордон. Дана ситуація пов'язана з нецільовим використанням інвестиційних коштів та виведенням оборотних.

Як практика показує – інноваційна діяльність не повинна повністю залежати від імпорту, адже не лише завозиться техніка, а й деталі, устаткування, обладнання. У найгіршому випадку можливе закриття українських підприємств та перехід на імпортованого виробника.

Наприклад, більша частина українців воліє їздити за кермом іномарки, а не вітчизняних автомобілів. Як показує статистика: обсяги реалізованої продукції машинобудування на січень 2017 дорівнювало 3,2% [1]. Це й не дивно, адже українські заводи виробляють меншою мірою, ніж закупляють іноземні деталі.

Якщо розглядати інтелектуальний капітал, то більша його частина від'їжджає за кордон, так як не отримує нагальну інвестиційну суму для впровадження в життя свої винаходи. На

жаль, українськими винахідниками цікавляться більшою мірою за кордоном, аніж на теренах нашої держави. Наприклад, одним із засновників світової платіжної мережі PayPal є українець Макс Левчин, який зміг знайти однодумців та інвестиції лише в США. Ще гірше почуваються кадри певних галузей, такі як ІТ спеціалісти та дизайнери, тому що їх праця за кордоном оцінюється на 30-40% більше, ніж в Україні [2].

Звісно, всі проблеми, які пов'язані з інноваційною діяльністю, не залежать лише від зовнішніх чинників, також внутрішні, а особливо кадрове забезпечення, впливають на цю галузь економіки.

Як вже зазначалось, підприємства мають бути конкурентоспроможними, аби справитись із тиском на світовому ринку. У свою чергу працівники та керуючі повинні мати такі знання, які б йшли одночасно з інноваційними технологіями та науково-технічними розробками. Саме вони пришвидшують кількість нових накопичених знань та зменшують їх період старіння. Тому виникає потреба в тому, щоб використовувати інноваційні технології не лише в виробництві, а також в управлінні ним. Таким чином з'явилась нова наука, як бізнес-культура.

Отже, як бачимо, саме управління виробництвом більшою мірою залежить від спеціалістів, які ним керують. Логічно, що кадровики інноваційного забезпечення мають управляти даним підприємством, але виникає проблема в тому, що вищі навчальні заклади мають також бути інноваційними та давати знання, які б відповідали як особистим потребам студентів, так і якості їх знань, аби бути конкурентними на ринку. Хоча українські ВИШІ й мають високі рейтинги, але це не є достатнім, аби називатися інноваційними університетами. Аби отримати дане «звання» навчальні заклади мають впровадити наукові розробки та технологічні дослідження, які могли б всебічно зацікавити студентів та прикріпити до них інноваційне мислення.

Великою проблемою є тенденція до того, що більша частина студентів орієнтується на диплом, а не на досягнення знань. Така викривлена мета навчання призводить до того, що зрілі люди мають по декілька вищих освіт, але, на жаль, не знають, яким чином застосувати знання отримані впродовж їх навчання.

Більшість ВУЗів України спираються на практику минулих сторіч, тобто залишаються консервативними. У такому разі кожен із них намагається збільшити кількість спеціальностей, на які проводиться набір студентів. Звісно, рівень професійності та вимогливості до майбутніх кадрів знижується. Саме через це і гальмується розвиток інноваційної діяльності та утворюється низька конкурентоспроможність фахівців, які не можуть швидко реагувати на зміни в інноваціях.

Якщо розглядати державне регулювання – можна побачити, що значна кількість напрацювань була зроблена та впроваджена в дію. Але хочеться задати зустрічне запитання: на скільки дієвими є дані правові засади? Нині в Україні налічується близько 200 нормативно-правових актів та документів, які нібито контролюють інноваційну діяльність, але, як бачимо великих успіхів дана кількість не приносить.

Практика показує, що не всі нововведення реалізуються в реальному житті - більшість з них взагалі не виконуються. Так, наприклад, якщо розглядати статті 21 та 22, то в них йдеться про те, що підприємствам, які здійснюють інноваційну діяльність надаються пільги у розмірі 50% при оплаті податку на прибуток. Також вводились субсидії на устаткування, обладнання, механічні машини або сировину, які не виробляються в країні, але є необхідними для розвитку інноваційного середовища України. На жаль, дані статті далі Господарського кодексу не вийшли. Це пояснюється боязкістю державного управління в тому, що вони зможуть мати великі втрати від пільгового оподаткування [3, с. 513].

Просліджувавши ситуацію з інноваційною діяльністю розуміємо, що надалі так не може продовжуватись, адже вітчизняні виробники взагалі стануть неконкурентоспроможними, що призведе до кризової ситуації в Україні. Тому підприємці мають переймати методи впливу на інноваційну діяльність у передових країн [4; 5, с. 551]:

- Впровадження стимулів в роботі суб'єктів підприємницької діяльності.
- Заохочення малого бізнесу, який краще за великий провадить інноваційну політику.



- Залучення вчених, які працюють над створенням інновацій в університетах та бізнес-школах.
- Забезпечення інноваційних підприємств пільгами на амортизаційні відрахування та технологічні оснащення.
- Проведення конкурсного відбору на отримання державного замовлення.
- Зменшення державного втручання в розвиток техніки, науки.
- Впровадження співпраці між бізнес-школами та університетами.
- Використання нетарифної політики імпорту та експорту для захисту українських виробників.

Отже, інноваційна діяльність є однією з найважливіших складових економіки передових країн. Україна також має потенціал, але через недостатню кількість досвіду, знань та невиконання нормативно-правових засад, важко уявити, наскільки тривалою буде стагнація даної діяльності. Чим раніше державне регулювання візьме за мету впровадити нові методи розвитку інноваційної діяльності, тим скоріше ми побачимо зрушення в економіці.

Список використаних джерел

1. Київська обласна державна адміністрація. 2016 [Електронний ресурс]. – <http://www.kyiv-obl.gov.ua>
2. «5 причин не виводити бізнес із України». 2015 [Електронний ресурс]. – <http://biz.liga.net>
3. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України / за ред. акад. НАНУ В.М. Гейця, акад. НАНУ В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАНУ В.С. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2007. – Т.2. – 564 с.
4. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізації цих викликів / авт. упоряд.: Г.О. Андрощук, І.Б. Жилиєв, Б.Г. Чижевський, М.М. Шевченко. – К. : Парламентське видавництво, 2009. – 632 с.
5. Державно-регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети : Монографія / за ред. З.С. Варналя. – К. : НІСД, 2007. – 768 с.

**Дробязко Віталій Вадимович**

*Луганський національний аграрний університет*

## СТРУКТУРА ТА ДИНАМІКА РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ

Пріоритетним завданням розвитку будь-якої держави завжди вважалося забезпечення населення продовольством, а країни, що успішно вирішили продовольчу проблему, й дотепер очолюють рейтинг найрозвиненіших країн світу. Продовольство є найважливішим елементом системи життєзабезпечення людини і населення країни у цілому. Дефіцит його сприймається як нещастя, що вимагає оперативного втручання держави та її швидкого реагування [1, с. 162].

Основні позиції на світовому ринку продовольства займають зернові і продукти їх переробки, олії насіння, рослинні олії, жири, шроти, овочі і фрукти, м'ясо і м'ясопродукти, молочні продукти, кава, какао, чай, цукор, риба та морепродукти.

Таблиця 1

Виробництво сільськогосподарських культур, тис. т.

Роки	Культури зернові та зернобобові <sup>1</sup>	Буряк цукровий фабричний	Соняшник	Картопля	Культури овочеві	Культури плодові та ягідні
2009	46028	10068	6364	19666	8341	1618
2010	39271	13749	6772	18705	8122	1747
2011	56747	18740	8671	24248	9833	1896
2012	46216	18439	8387	23250	10017	2009
2013	63051	10789	11051	22259	9873	2295
2014	63859	15734	10134	23693	9638	1999
2015	60126	10331	11181	20839	9214	2153
2016	66088	14011	13627	21750	9415	2007
2017	61917	14882	12236	22208	9286	2048

За останні вісім років видна тенденція до зростання виробництва культур. Більш за всього зросло виробництво соняшника майже в два рази (6364 тис.т 2009р - 12236 тис.т 2017р) Культури зернові та зернобобові зросли за цей же період на 34% (46028 тис.т 2009р - 61917 тис.т 2017р). Найбільше зростання виробництва соняшнику було у 2016 році в порівнянні з 2015 і склало 18% а вже в 2017 в порівнянні з 2016 було зменшення на 11%(таблиця 1) [2]

Таблиця 2

## Урожайність сільськогосподарських культур, ц з 1 га площі збирання

Роки	Культури зернові та зернобобові <sup>1</sup>	Буряк цукровий фабричний	Соняшник	Картопля	Культури овочеві	Культури плодові та ягідні <sup>2</sup>
2009	29,8	315	15,2	139	183	70,7
2010	26,9	279	15,0	132	174	78,2
2011	37,0	363	18,4	168	195	84,9
2012	31,2	411	16,5	161	199	89,9
2013	39,9	399	21,7	160	200	103,5
2014	43,7	477	19,4	176	208	95,2
2015	41,1	436	21,6	161	206	104,5
2016	46,1	482	22,4	166	211	101,9
2017	42,5	475	20,2	168	208	103,1

Врожайність соняшника збільшилась на лише на 32% (15,2 ц 2009р - 20,2 ц 2017р). Культури зернові та зернобобові зросли за цей же період на 42% (29,8 ц 2009р - 42,5 ц 2017р). Аналізуючи таблицю 1 ми бачимо поступове збільшення врожайності з коливаннями у 2012 році та 2017 році. Основними причинами падіння виробництва рослинницької продукції, як зазначається в аналітиці міністерства, стало отримання меншого обсягу врожаїв більшості с/г культур внаслідок зниження врожайності на тлі несприятливих погодних умов у період їх вегетації, дозрівання та збирання.[3]

Проаналізувавши виробництво зернових культур та соняшнику були виявлені тенденції до збільшення виробництва зерна не пропорційна збільшенню врожайності культур найбільш це виражено у соняшнику, виробництво зросло майже в двічі (6364 тис.т 2009р - 12236 тис.т 2017р) але врожайність тільки на 32% (15,2 ц 2009р - 20,2 ц 2017р) що може свідчити тільки про збільшення посівних площ соняшника з кожним роком тим самим призводячи до нераціонального використання посівних площ, що може призвести до падіння врожайності у майбутньому. А також про зменшення посівів інших культур в наслідок чого соняшник стає основною статтею прибутків сільського господарства що при коливаннях цін на соняшник може призвести до великих збитків.

## Список використаних джерел

1. Побоченко Л.М., Циганков Е.В. Перспективи вирішення проблеми голоду та недоїдання у світі. Україна і світ: перспективи та стратегії розвитку: ефект. зб. наук. пр. 2015. № 1. С. 162-175.
2. Рослинництво [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Інформаційно-аналітичні матеріали [Електронний ресурс] // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.me.gov.ua>

**Собур Сергій Миколайович**

*Запорізький національний університет*

Науковий керівник: Сквірський Ілля Олегович, доктор юридичних наук, професор

*Запорізький національний університет*

## СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ МОДЕЛІ КОНСТИТУЦІЙНОГО ПРАВОСУДДЯ

У науці конституційного права фундаментальними загальносоціальними та індивідуальними цінностями є права людини, демократія, право і закон, конституціоналізм, правова держава. У правовій державі особливе місце посідає судова влада, що організаційно функціонує у формі системи судів. Судова система постає ефективним елементом у державному механізмі стримувань і противаг, функціонування якої спрямоване на вирішення правових конфліктів, не підміняючи при цьому законодавчу чи виконавчу гілки влади. У контексті дії принципів правової держави гарантом їх реалізації та формування реальної демократії виступає конституційне правосуддя, здійснюване конституційними судами у формі самостійного виду судочинства – конституційного судочинства.

Конституційне правосуддя виступає в інтегрованому виді як вища форма державної контрольної діяльності і для цього існує спеціалізована судова процедура. Поєднання матеріальних та процесуальних норм права дає можливість займати Конституційному Суду України провідну роль у ефективному досягненні мети – розв'язанні спорів, конституційній оцінці відповідності законів та інших нормативно-правових актів, наданні висновків, щодо запропонованих змін до Конституції України, тощо.

В Україні спеціальні дослідження вказаної проблематики проводяться суддями, професорами П.Б. Євграфовим, В.М. Шаповалом, М.В. Костицьким, В.І. Німченко, М.Д. Савенко, М.Ф. Селівомом, професорами конституційного права О.Ф. Фрицьким, Ю.М. Тодикою та іншими вченими-конституціоналістами.

Конституційне судочинство є складовою конституційного процесу в державі та є окремим видом юридичного процесу. Воно покликане забезпечувати верховенство конституції як основи національної правової системи, охорону конституційних прав і свобод, додержання принципу поділу влади у всіх його аспектах. Необхідним елементом конституційного судочинства є перевірка нормативних актів з погляду їх відповідності конституції. Саме це (тобто правова охорона конституції) складає сутність конституційного судочинства [2, с. 73].

У наукових дослідженнях конституційне судочинство прийнято пов'язувати із законодавчовстановленим механізмом правового захисту конституції, а сам механізм правового захисту конституції найчастіше визначають як систему правових інститутів і процедур, що забезпечують її дію. Набір елементів механізму може бути різним: від удосконалення законодавства та застосування контрольно-наглядних важелів до різних видів юридичної відповідальності, але майже усі дослідники вважають, що судовий конституційний контроль є елементом механізму правового захисту конституції.

На сьогодні у світі сформувалось та існує три основні моделі спеціального правового захисту конституцій: американська модель європейська модель, мусульманська (традиційна) модель [3, с. 216].

Американська модель правосуддя передбачає здійснення конституційного судочинства судами загальної юрисдикції, як правило верховними судами держави, або ж навіть судами всіх інстанцій.

Ця модель має два різновиди: централізований (дифузний) і децентралізований. Децентралізований різновид американської моделі (США, Японія, скандинавські країни) передбачає, що конституційний контроль здійснюють всі суди загальної юрисдикції. Так, у США функції конституційного контролю належать судовій владі в цілому. Не тільки верховні, але й районні суди федерації і штатів здійснюють право тлумачення конституційних норм і відмовляють у застосуванні тим положенням законодавства, котрі суперечать тлумаченню, відповідно, конституції США і конституції штату.

За 200 років своєї діяльності (1791-1990 рр.) Верховний суд США визнав неконституційними повністю або частково 125 законів Конгресу, 1059 нормативних актів штатів, 117 ордонансів місцевих органів влади [1].

Централізований різновид американської моделі (Гана, Естонія, Індія, Ірландія, Люксембург, Мальта, Монако, Норвегія, Республіка Кіпр, Філіппіни, Швейцарія) передбачає здійснення конституційного контролю в рамках загальної судової системи і, як правило, верховним судом, який очолює інстанційну систему національних судів.

Європейська модель ґрунтується на формуванні спеціальних органів конституційної юстиції – конституційних судів, конституційних рад тощо.

Ідея утворення єдиного органу конституційної юрисдикції належить австрійському юристу Гансу Кельзену, творцеві «чистої теорії права» (нім. *Reine Rechtslehre*). Перший у світі Конституційний суд Австрії заснований у 1920 році, через два роки після розпаду Австро-Угорщини та виникнення Австрійської республіки. Система, в якій діє конституційний суд, наділений спеціальною юрисдикцією, дістала назву «австрійської».

Правову охорону конституції в рамках європейської моделі можуть здійснювати і спеціальні органи несудової (квасісудової) юрисдикції. Наприклад, у Франції конституційність законів перевіряється Конституційною радою, а конституційність актів виконавчої влади, якщо мова йде про перевищення своїх повноважень – Державною радою, яка очолює систему адміністративної юстиції. Це дістало назву «французької» системи, яка, крім того, поширилася низкою пострадянських/постсоціалістичних країн.

Способи формування спеціалізованих органів конституційної юстиції дещо різняться від країни до країни, та все ж ключову роль у призначенні їх членів відіграють національні парламенти. Їх чисельність, як правило, від 10 (Чехія) до 16 (Німеччина).

Мусульманська модель правосуддя передбачає здійснення конституційної юстиції вищими релігійними або традиційними органами (ради духовенства, ради вождів тощо). Особливістю їх діяльності є те, що закони та інші акти перевіряються на відповідність не тільки Конституції, а й шаріату.

Так, в Ісламській Республіці Іран діє своєрідний орган конституційного контролю, заснований Конституцією 1979 року – Рада з нагляду за дотриманням конституції (Рада вартових, або Піклувальна рада); в Марокко – Консультативна Рада. Ці органи складаються з богословів та юристів.

У Пакистані 1980 року заснований Федеральний шаріатський суд, що виносить рішення про невідповідність положень закону приписам ісламу, викладеним у Корані та Сунні. Ці рішення можуть бути скасовані Верховним судом, для чого там утворене спеціальне апеляційне відділення у складі мусульман-суддів Верховного суду. Разом із тим існує відокремлений орган – Рада з ісламської ідеології, або Ісламська рада, яка дає федеральному і провінційному парламентам, президентові та губернаторам провінцій консультативні висновки з питань відповідності законопроектів приписам ісламу.

Окремі державознавці (С. В. Пілюк, А. О. Клішас) наполягають на існуванні змішаних систем. Це варіанти, коли держави молодої демократії за власним розсудом і відповідно до тенденцій та власного індивідуального розвитку конструюють власні моделі, зупиняючи свій вибір на тих чи інших елементах різних моделей.

Відзначається, що молоді країни часто «мігрують» до європейської моделі, яка більш ефективно долає такі недоліки американської системи правосуддя, як зв'язаність суду при суміщенні в діяльності функції конституційного контролю з функціями загального правосуддя, довготривалість судочинства, зобов'язуючий характер рішень лише для сторін у конкретній справі, надання можливості оскаржувати неконституційність нормативних актів і дій тільки приватним особам.

Недоліком європейської моделі є необхідність для зацікавлених осіб (передусім громадян) витратити додаткові зусилля (організаційні, матеріальні та інші) для звернення до конституційних судів [4, с. 37].

Отже, на сучасному етапі свого розвитку на шляху до євроінтеграції Україна як демократична, незалежна, правова держава намагається якісно по-новому визначити тенденції розвитку конституційного правосуддя, яке найбільш послідовно та у повному обсязі має захищати конституційні приписи від порушень на законодавчому, виконавчому та інших рівнях здійснення державної влади. Тому саме зараз в Україні нагальною є потреба вироблення єдиної конструктивної моделі конституційної правосуддя, яке могло б увібрати в себе всі позитивні риси європейської моделі конституційного правосуддя і забезпечити належну реалізацію та суто правовий захист чинної Конституції України.

Список використаних джерел

1. Портнов А. Историко-правові джерела виникнення конституційного судочинства / «Віче». – №5. – 2008 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/872/>
2. Туркіна І.Є. Конституційне правосуддя в механізмі державного управління країн Західної Європи (на прикладах Італії, Німеччини, Франції) / Актуальні проблеми державного управління. – №1(41). – Київ, 2011. – С. 449-454.
3. Погорілко В.Ф., Федоренко В.Л. Конституційне право України. Підручник. 2-ге видання. – К.: Правова єдність, 2010. – 432 с.
4. Тацій В.Я., Грошевий Ю.М. Правові засоби охорони Конституції // Вісник Академії правових наук України. – 1995. – № 3. – С 35-42.

**Надобко Олеся Олександрівна**

*Запорізький національний університет*

Науковий консультант: Мальована Юлія Геннадіївна, кандидат політичних наук, доцент

*Запорізький національний університет*

## ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІМІДЖЕВОЇ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНИ

Європейський вектор розвитку нашої країни актуалізував питання розробки та впровадження іміджу України у світі, адже тепер вона виходить на ринок жорсткої міжнародної конкуренції. Проблеми реалізації іміджевої стратегії залишаються незмінними та потребують значних коректив і реальних дій.

Стратегія іміджу держави повинна враховувати такі аспекти, як інтереси, цінності, політичні пріоритети, погляди різних соціальних груп і тенденції суспільної думки міжнародного середовища; особливості зовнішньої та внутрішньої медіа-комунікації; сильні та слабкі сторони, загрози та можливості згідно внутрішнім потребам держави та мінливості світового розвитку; короткострокові та довгострокові цілі; гнучкість стратегії, адаптивність до ситуативних змін. Основними вимогами до неї є динамічність, аналітичність, раціональність, оптимальність, дієвість та результативність. В розробці та реалізації іміджевої стратегії існує нерозривний взаємозв'язок внутрішнього та зовнішнього іміджу держави, які не повинні суперечити, а навпаки вигідно взаємодоповнювати один одного.

Можна виділити декілька сфер, в яких реалізація іміджевої стратегії має власну специфіку, але у сукупності вони визначають загальний імідж держави: імідж демократії і влади, органів державного управління (на національному, регіональному та місцевому рівнях), економіки, інформаційної політики, збройних сил та туристичний імідж.

Імідж демократії і влади в Україні потребує значних зусиль та дієвих реформ. Зі 167 країн світу за даними на 2017 рік Україна посіла 83 місце у рейтингу демократій після Гондурасу та Чорногорії, випередивши Замбію та Малі. Причому за останні роки ми опустились на кілька щаблів даного рейтингу. За індексом сприйняття корупції Україна знаходиться на 130 позиції зі 180 позаду всіх європейських країн, що негативно характеризує імідж органів державного управління, а також робить нашу державу непривабливою для міжнародної співпраці та інвестування в усіх сферах. Неефективні реформи та протиріччя в самій правлячій верхівці викликають недовіру до влади та сприяють її делегітимації. Крім того, спостерігається погано налагоджена система комунікації між різними державними інститутами та структурами, що спричинює значні проблеми у розподілі повноважень та звітності різних ланок.

Позитивними зрушеннями у цій сфері є реформа децентралізації, яка сприяє розвитку демократії та громадянського суспільства, відповідає європейським вимогам і повинна слугувати

зменшенню рівня корупції, але її впровадження має також ряд нюансів. Прийдешні вибори в Україні 2019 року визначать чи зміниться напрямок діяльності та образ влади в країні.

Імідж економіки та загалом її розвиток в контексті трансформації економічної системи – це гостра проблема та нагальне питання для нашої держави, яке першочергово потребує вирішення. У зв'язку з конфліктом на Сході країни, корумпованістю та забюрократизованістю усіх державних структур, застарілістю інфраструктурних галузей в Україні виникає зовсім непривабливий інвестиційний клімат.

Популяризація іміджевої стратегії неможлива без успішного ведення інформаційної політики. У цій сфері перспективними видаються зроблені кроки у напрямку впровадження електронної демократії та урядування, створення структур відповідальних за інформаційну безпеку. Проте інформаційно-комунікаційна активність України на міжнародній арені досить низька, а сприйняття населенням подібних технологій йде повільно через низький рівень інформаційної культури та освіти у цій галузі, а також відсутність мотивації.

Сучасний імідж збройних сил України – одна з найбільш вдало розвинених сфер, яка відродилась з початком воєнних дій на Сході, і зараз потребує фінансування, підтримання позитивного образу та престижу з одночасним впровадженням новітніх технологій. Українська армія стала однією з найбільш боєздатних та високопрофесійних у Європі, і зайняла 29 місце у рейтингу найкращих армій світу за версією Global Firepower.

Туристична сфера має найбільшу кількість проблем. В Україні існує лише декілька регіонів, де розвивається ця галузь, і вони контрастують з усією територією країни. Хоча наша держава має значний потенціал та ресурси для розвитку туризму. Також існує необхідність у модернізації та популяризації символічної складової іміджу України – створенні яскравих міфів, зміні стереотипних образів, єдності та комплексного сприйняття характерних рис окремих регіонів.

Отже, актуалізація впровадження іміджевої стратегії України виявила ряд взаємопов'язаних проблем. Через фрагментарність та певну застарілість існуючого образу нашої країни неможливо створити цілісний та ефективний імідж держави. Адже він передбачає не тільки існування яскравого образу, певну «картинку», ілюзію дійсності, а й реальні дії та докорінні зміни як форми, так і сутності. Також формування та впровадження іміджевої стратегії вимагає використання арсеналу різноманітних маркетингових технологій та цілеспрямованого професійного управлінського процесу. І перед усім задача покладена на оптимізацію та активний комунікаційний процес, який би демонстрував відкритість території для контактів і позиціонував українську державу як сучасну, розвинуту та конкурентоспроможну, дозволяв зовнішнім суб'єктам краще пізнати її, впевнитися в суттєвості наявних у неї переваг.

**Гончаров Андрій Андрійович**

*Одеський національний університет імені І. І. Мечникова*

Науковий керівник: Попков Василь Васильович, доктор філософських наук, професор

*Одеський національний університет імені І. І. Мечникова*

### **СПЕЦИФІКА ПЕРЕДАЧІ ВЛАДИ В КНР, ЯК ДАНИНА КОНФУЦІАНСЬКІЙ СПАДЩИНІ**

Політичний режим Китайської Народної Республіки з точки зору західної науки постає перед нами у вигляді «м'якого авторитаризму». З одного боку він має демократичний фасад у вигляді дорадчої функції демократичної партії по відношенню до комуністичної партії Китаю. З іншого – специфічні місцеві вибори, які дають змогу потрапити до владних структур вихідцям із інших партій. Та адміністративному устрою «Одна держава – дві системи» (Гонконг, Макао, Тайвань). І при цьому срок повноважень головного секретаря Комуністичної Партії Китаю з березня 2018 року є необмеженим. Тому, на нашу думку, необхідно розглядати Китай крізь призму цивілізаційних особливостей країни, щоб зрозуміти природу політичного режиму.

Починаючи з 20-х рр. ХХ ст. розвиток конфуціанської думки здійснюється в рамках відповідної реакції на вплив Заходу. «Сучасне конфуціанство» – це напрям розвитку наукової думки, яка шукає шлях модернізації Китаю, а також свого роду ідейна течія культури. Тому, говорячи про сучасне конфуціанство, необхідно пам'ятати, що через конфуціанське вчення пояснюється корінь китайської культури, і метою реанімації конфуціанства стає відродження культурної ціннісної системи зруйнованої західною експансією та маоїзмом. Саме такий акцент стає імпульсом «Сучасного конфуціанства [5, с. 6]. Принаймні таким чином китайський філософ Фан Келі характеризує сучасний стан речей в Китаї. Однак на наш погляд головним завданням нового конфуціанства є вирішення одразу декількох проблем: спадкування влади, моралізація політичного апарату та ідейно-культурне наповнення суспільства.

Спадкування влади в КНР доволі цікавий і складний процес. На нашу думку сучасне спадкування влади в Китаї дуже схоже на спадкування влади за часів Шан-Інської династії (1600-1027 рр. до н.е.). Владу спадкував зазвичай не син, а дядько, або кузен батька, завдяки своїм чеснотам та ефективному управлінню своєю вотчиною. Син же направлявся на периферійну зону де мав власні володіння і якщо він вправно правив ними, то у нього з'являвся шанс на те щоб стати Ваном (титул правителя часів ханського Китаю, відповідає європейському титулу короля або царя) [1].

На думку Олексія Воскресенського сьогодні існує 4 групи кандидатів, які можуть претендувати на вищі партійні посади КПК:

I. Шанхайська, в яку входили такі керівники вищого ешелону влади, як У Банго – голова Постійного комітету Всекитайського зібрання народних представників, Цзя Циньлін – член Постійного комітету Політбюро ЦК КПК, голова Всекитайського комітету Народної політичної консультативної ради Китаю.

II. Вихідці з Комуністичного союзу молоді Китаю (туаньпай): Ху Цзіньтао, Вень Цзябао – прем'єр Держради Китайської Народної Республіки, постійний член Політбюро ЦК КПК.

III. Угрупування так званих «спадкових принців» (тайцзидан) тобто родичі колишніх великих партійних функціонерів: Сі Цзіньпін та ін.

IV. Випускники Університету Цінхуа (Ху Цзіньтао, Сі Цзіньпін та ін.) [3, с. 123].

Обраний наступник займає місце в Політбюро за багато років до реального переходу влади. Йому доручають виконання важливих функцій і завдань, які дозволяють виявити, наскільки він готовий до управління країною. Номенклатурний «портфель» дає йому можливість створювати оточення і мережу підтримки, а партійний «портфель» надає навички та можливості управління.

Як тільки новий лідер отримує найвищу посаду в Політбюро, у нього з'являється інституціолізована політична влада. До тих пір, поки він грамотно використовує інституційну владу, вона не заперечується ніким у вищому ешелоні китайського керівництва. Якою б підтримкою попереднього лідера не користувався новий лідер, якщо у нього немає потрібного набору посад, він не отримує доступ до процесу вироблення політичної лінії, тобто не може впливати на нього, а залишається тільки виконавцем партійної лінії. Попередник готує для нового лідера управлінську команду, захищаючи, по суті, себе і свої політичні інтереси. Ця команда забезпечує спадкоємність політичної лінії, оскільки процес її заміни новим керівником займає від трьох до чотирьох років, з плином яких абсолютний перехід влади до наступника не гарантований [3, с. 125].

На думку Андрія Виноградова, ідейно-теоретичні гасла КПК не просто данина політичній традиції, а цілком виправдана процедура, яка зобов'язує кожного нового лідера виробити своє бачення епохи, визначити її головні виклики та пріоритети, які є невід'ємним елементом мобілізаційного розвитку, і додає необхідний динамізм в цілому дуже жорсткої політичній конструкції [2, с. 303]. Тобто, для того, щоб отримати владу у повному об'ємі необхідно доповнити основну концепцію новим витком, який би відповідав часові і потребам.

Таким чином за 69 років свого існування Китайська народна республіка пройшла шлях від маоїзму заснованого на марксизмі до розуміння «Китайської мрії», який остаточно дав відповідь на те, що таке китайська нація та які її цілі. А їх було визначено дві: відзначення 100-річного ювілею КПК побудовою суспільства «сяокан» про яке говорив Ден Сяопін до 2020 року та увійти

до числа розвинених націй, як всебічно розвинена могутня і модерна держава до 2049 року, тим самим відзначивши 100-річчя КНР.

Тепер під гідним життям, китайці розуміють не лише задоволення матеріальних та культурних потреб, але й запит до подальшої демократизації, утвердження принципу управління на основі закону, чесності та справедливості, безпеки і покращення стану навколишнього середовища. Проміжною датою визначено 2035 рік – це дата, до якої Китай в цілому повинен завершити соціалістичну модернізацію і піднятися до рівня «країн – лідерів інноваційного типу», подолати екологічну кризу та завершити оновлення своєї армії [4].

Список використаних джерел

1. Васильев Л. С. Проблемы генезиса Китайского государства //Л.С. Васильев// М.: Наука, 1983. – 327 с.
2. Виноградов А. В. Китайская модель модернизации. Поиски новой идентичности //А.В. Виноградов // М.: НОФМО, 2008. – 368 с.
3. Воскресенский А. Д. Эволюция политической системы и политическая модернизация КНР: проблемы и преимущества «Китайской модели» //А.Д. Воскресенский // Сравнительная политика. – №1(14). – С.120-138.
4. Сі Цзиньпін Доповідь 19 з'їзду Комуністичної Партії Китаю [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://russian.news.cn/2017-11/03/c\\_136726299.htm](http://russian.news.cn/2017-11/03/c_136726299.htm) (19.11.2018)
5. Хаймурзина М. А. К вопросу о смысловом содержании понятия «современное конфуцианство» // «Вестник Амурского государственного университета»: 2013. – №62. – С. 3-7.

**Савченко Віра Юріївна**

*Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*  
Науковий керівник: Польська Тамара Дмитрівна, доцент  
*Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

## **АНТИКРИЗОВИЙ PR ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

У сучасних умовах господарювання в Україні, що характеризуються економічною та політичною нестабільністю, багато підприємств потерпають від погіршення результатів своєї діяльності. Найважливіше випробування для організації настає в період криз, в цих умовах все більшої ваги набуває запровадження на підприємствах антикризового управління, яке поєднує в собі технології антикризового управління та антикризового PR.

Будучи інструментарієм динамічного розвитку компанії та механізмом реалізації інновацій, креативний менеджмент, крім впровадження нестандартних методик прийняття рішень та розвитку творчого потенціалу працівників, займається розробкою ефективного антикризового плану, який виступає гарантом успішності та процвітання компанії. Вдале врегулювання кризових явищ неможливе без застосування технологій антикризового управління, так як вони включають заходи щодо діагностики, попередження, нейтралізації, подолання кризових явищ.

Комунікативна ж складова кризи представляє собою один з найважливіших її компонентів. Антикризовий менеджмент здійснюється не тільки на рівні бізнес-рішень, а й на рівні інформаційного супроводу, що робить його досить дієвим при боротьбі із кризовими явищами.

Технології PR стали настільки необхідними та поширеними, що по-справжньому здивувати може лише їх відсутність. PR використовується чи не кожним менеджером, а всі успішні компанії намагаються створити ефективну PR-стратегію, яка сприятиме їх динамічному розвитку та подальшому зростанню конкурентоспроможності та привабливості. Але найчастіше такі PR-стратегії будуються за однаковими схемами, що робить їх уразливими під час виникнення надзвичайних ситуацій та криз. Насправді можна сказати, що за своєю суттю будь-який PR є антикризовим, але його частіше застосовують для привертання уваги та підвищення інтересу до компанії, іноді за допомогою сумнівних методів, які перечать головній місії PR. Однак, якщо правильно застосувати PR, беручи до уваги його головне призначення, до формування PR-стратегії компанії можна підійти більш відповідально та творчо.

«Антикризовий PR – один із основних напрямків антикризового менеджменту та зв'язків з громадськістю, якому в умовах кризи відводиться чи не найважливіше значення. Це комплекс



високоєфективних технологій, які орієнтовані на прогнозування, розпізнання і усунення кризи, управління і вихід із неї, а також регулювання її наслідків» [1, 14].

На сьогоднішній день сформувалося два основні напрямки антикризового PR – тактичний і стратегічний. Стратегічний полягає у проведенні до - кризових заходів, передбаченні можливих загроз, визначенні заходів, спрямованих на запобігання кризи, а тактичний являє собою їх безпосередню реалізацію. PR в кризових ситуаціях передбачає попередню підготовку антикризових заходів по усуненню можливих проблем, що включають в себе розробку можливих сценаріїв розвитку кризи, створення планів щодо її усунення, застосування креативних методик прийняття рішень та ретельне інформування персоналу про програми антикризових заходів. Основа антикризового PR - розробка антикризової програми, яка включає в себе планування дій у разі настання криз та розробку заходів щодо їх запобігання.

В ідеалі будь-яка PR-кампанія повинна бути спрямована на злагоду та досягнення консенсусу, так як найголовнішою місією PR є досягнення гармонізації суспільних відносин, яка можлива лише базуючись на повній поінформованості та об'єктивності. Особливо це стосується саме антикризового PR, головною ціллю якого є усунення недоліків або протиріч стосовно будь-якої ситуації та суспільного явища, що включає також і боротьбу з кризами та нейтралізацію їх наслідків. Особливість антикризового PR полягає в тому, що на відміну від звичайних PR-технологій, що мають своєю метою розкручення компанії та завоювання нею якомога більшої кількості людей, він направлений на гармонізацію, поліпшення відносин між організацією та громадськістю. Він не зводиться лише до створення антикризової програми, а направлений на вироблення інноваційних, непередбачуваних рішень, які допоможуть врятувати ситуацію.

Список використаних джерел:

1. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. / М. А. Зубарева; Нац. ун-т "Остроз. акад.". – Остроз, 2014. – 161 с

**Харук Руслан Віталійович**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРИЕМЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ КОМПАНИЕЙ «PEPSICO УКРАИНА»**

Научно-технический прогресс и процессы глобализации, происходящие в мире на протяжении последних десятилетий, оказывают постоянное влияние на все, без исключения, сферы жизни человека, включая ведение бизнеса. Применение современных маркетинговых технологий является неотъемлемым фактором успеха любого бизнеса. Компания PepsiCo является транснациональной корпорацией и на протяжении многих лет расширяется благодаря применению нескольких основных маркетинговых приемов, приведенных ниже.

*Спонсирование мероприятий.* Pepsi – спонсор Евровидения-2017 в Украине, PepsiCo Украина поддержала празднование Дня независимости США, PepsiCo Украина поддерживает клуб женщин-лидеров WELDI, Компания PepsiCo продлила глобальное соглашение о партнерстве с Лигой чемпионов УЕФА.

*Реклама.* Всем известны вызывающие и дерзкие рекламные ролики пепси. В рекламе Pepsi снялось множество звезд, включая Beyonce (2013), One direction (2012), Nicki Minaj (2012), Elton John & Melanie Amaro (2012), Mariah Carey (2011), Fergie (2007), Jennifer Lopez & David Beckham (2005); Christina Aguilera (2005), Britney Spears (2001 2007); Shakira (1998; 2002), Madonna (1989), Michael Jackson (1984; 1992). В 2004 году, в рекламе снялось одновременно Britney Spears, Beyonce, Pink, Enrique Iglesias.

PepsiCo также масштабно сотрудничала с известными футболистами, используя их лица как в телевизионной и интернет-рекламе, так и непосредственно на упаковке продукции (Месси, Марсело, Кроос, Ллойд, Деле).

*Социальные проекты.* В рамках концепции «Расширенная ответственность производителя» PepsiCo Украина совместно с партнерами участвует в реализации первого в стране пилотного проекта по сбору и утилизации отходов упаковки в Вышгороде. В течение полугодия реализации

проекта собрано и отправлено на переработку уже более 160 тонн таких отходов. Это примерно 25% всей упаковки, которая образуется в городе. Проект рассчитан на 5 лет, его задачей является ежегодное повышение нормы сбора отходов упаковки до 50%.

*Мотивация торговой команды и использование современных практик team building.* Ежегодно компания реализует мотивационные программы для увеличения объёма продаж, предусматривающие денежные подарки для лучших исполнителей программы. Компания проводит постоянные тренинги сотрудников для увеличения профессиональных навыков.

*Дегустация товара потребителем.* Два года подряд Pepsi организовала масштабную слепую дегустацию напитков категории «кола» в Украине – «Битву вкусов». Команда компании объехала 18 городов Украины. И 65% опрошенных потребителей выбрали вкус Pepsi. Дегустация молочной продукции в точках продаж (супермаркетах) является обычной практикой компании.

*Использование слоганов.* Для повышения узнаваемости и популярности продукции компания использует слоганы, которые привлекают внимание молодежи и людей, ведущих активный образ жизни: «Жизнь – это момент. Играй в нее.», «Вызов – это момент. Встречай его», «Правда – это момент. Наполний ею» (2017); «Прими вызов Pepsi. Живи здесь и сейчас» (2015); «Открывай. Живи. Твори» (2007) «Новое поколение выбирает Пепси» (1984). Благодаря успешному использованию маркетинговых практик, которые соответствуют постоянно меняющимся условиям рынка, компании PepsiCo удалось достичь значимых результатов.

В 2007 году бренд Сандора получил награду «Сок #1 в Украине». В 2017 году компания стала №1 по объёму продаж чипсов Laus в Украине. В 2018 бренд Pepsi впервые обогнал своего главного конкурента Coca-Cola по объёму продаж в Украине. Украина стала первой страной, в которой это достижение воплотилось в жизнь. Популярность и доходы компании в Украине растут с каждым годом.

При написании тезисов использованы материалы сайтов: [http://pepsico.ua/ru/media/press\\_releases/releases\\_1242.html](http://pepsico.ua/ru/media/press_releases/releases_1242.html); [http://pepsico.ua/ru/media/press\\_releases/releases\\_1447.html](http://pepsico.ua/ru/media/press_releases/releases_1447.html); [http://pepsico.ua/ru/media/press\\_releases/releases\\_1352.html](http://pepsico.ua/ru/media/press_releases/releases_1352.html); [http://pepsico.ua/ru/media/press\\_releases/releases\\_1367.html](http://pepsico.ua/ru/media/press_releases/releases_1367.html); [http://pepsico.ua/ru/media/press\\_releases/releases\\_1458.html](http://pepsico.ua/ru/media/press_releases/releases_1458.html)

*Поданная информация не является рекламой. Названия производителей, знаков для товаров и услуг, фамилии и имена персоналий упоминаются с целью информирования читателя о наличии определенной продукции и её производителей.*

### **Шевчук Інна Володимирівна**

Кандидат наук з державного управління, доцент  
Хмельницький університет управління та права

## **КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СЬОГОДЕННЯ**

Політико-економічна ситуація в державі та воєнні дії на Сході України призвели до помітних змін у соціально-економічному стані країни та потребують постійного моніторингу в усіх сферах життєдіяльності суспільства і держави. Особливої уваги заслуговує економічна безпека як ключова складова національної безпеки держави.

В загальному категорію «безпека» можна визначити як стан захищеності об'єкта від зовнішніх та внутрішніх загроз. Стан об'єкта визначається обставинами та факторами що впливають тим чи іншим чином на процес забезпечення економічної безпеки держави, що особливо актуально для України в умовах збройної агресії з боку Російської Федерації та утвердження як суверенної держави й рівноправного гравця на міжнародному ринку товарів і послуг. В період сучасних динамічних економічних перетворень потребує вирішення проблема оптимізації та збалансування інтересів суб'єктів господарювання, суспільства та держави, що в сукупності сприятиме забезпеченню економічної безпеки країни. Оскільки зменшення економічного потенціалу держави призводить до зниження рівня її обороноздатності й можливості повноцінно захищати вразливі верстви населення, захисту власних кордонів й в кінцевому рахунку, втрати державності. Саме тому нейтралізація потенційних та реальних загроз

економічній та національній безпеці країни мають прослідковуватися й вчасно нейтралізуватися задля стабілізації ситуації всередині країни.

Серед чинників які можуть впливати як позитивно, так і негативно на економічну безпеку країни можна виділити:

1) Рівень ВВП. Аналізуючи рівень ВВП слід бути обережним. Оскільки зростання ВВП, може пояснюватись високим рівнем інфляції, який в Україні поділяється на офіційний та «тіньовий». Зростання ВВП означає, що з підвищенням доходів зросли й ціни. Споживання товарів і послуг залишилася колишнім Тому для більш адекватної оцінки змін завжди потрібно орієнтуватися на реальний ВВП. Адже саме він показує, що збільшується кількість споживання товарів і послуг.

2) Рівень зовнішнього та внутрішнього боргу країни. Зростання значень вказаного показника вносять нестабільність в економічну сферу знижуючи рівень довіри до держави як з боку громадян, та к і з боку країн-партнерів та міжнародних інституцій.

3) Темпи відтворювальних процесів. Зниження відтворюваності процесів у різних сферах призводить до структурних деформацій в економічній сфері.

4) Залежність національної економіки держави від зовнішніх кредитів та міжнародної допомоги, що призводить до неспроможності національної економіки самостійно функціонувати та оздоровлюватись.

5) Частка іноземного капіталу у стратегічних галузях економіки. Зростання показника призведе до втручання у державну політику щодо стратегічних галузей інвесторів й може призвести до зміни як економічного, так і політичного курсу країни.

6) Стан використання паливно-енергетичних ресурсів й державна політика попередження енергозалежності. Неefективне використання даного виду ресурсів може порушити процеси диверсифікації джерел постачання та зростання рівня залежності від країни експортера енергетичних продуктів.

7) Рівень інвестиційної й інноваційної залежності та науково-технічного та технологічного потенціалу. Зниження показників у зазначених напрямках беззаперечно призведе до зменшення інвестиційної привабливості країни та скорочення обсягів грошових вливань у економіку країни. Необхідно активізувати стратегічні дослідження можливості інноваційного розвитку економіки та держави.

8) Структура та обсяги експорту та імпорту. Нестабільність економіки може призвести до імпортозалежності та формування нераціональної структури експорту із переважанням продукції сировинного характеру.

9) Антимонопольна політика. Неefективна антимонопольна політика створює загрозу формування природних монополій, що ускладнить умови функціонування конкурентного середовища.

З метою узагальнення впливу зазначених факторів вважаємо за потрібне навести визначення Власюка О.С. щодо визначення категорії «економічна безпека» яке охоплює вищенаведені фактори, зокрема економічну безпеку визначено як стан поєднання ризикованості й стабільності в тих сферах господарювання з метою отримання максимального соціально-економічного ефекту для створення сприятливих умов для інноваційних проектів. [2, С. 17].

Окремо варто відзначити правові чинники, оскільки від якості й своєчасності нормативно-правових актів залежить і якість забезпечення економічної безпеки та можливість реагування на несприятливий вплив негативних ситуацій. До негативних чинників у визначеній сфері можна віднести нестабільність законодавства в економічній та дотичній сферах; зростання відсоткового навантаження на громадян країни за отримані державою міжнародні кредити, превалювання власних інтересів над державними у суб'єктів нормотворчої діяльності; «тінізація» національної економіки [3, С. 22]. Саме ці чинники внутрішнього характеру розбалансовують соціально-економічний стан країни та потребують побудови ефективного механізму щодо їх попередження.

Список використаних джерел

1. Власюк О.С. Теорія і практика економічної безпеки у системі науки про економіку // Національний Інститут проблем міжнародної безпеки при Раді національної безпеки і оборони України. К, 2008. 48 с.
2. Попадинець Н.М. Основні чинники забезпечення економічної безпеки України // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Вип. 2 (118). 2016. С. 20-23

Наукове видання

**СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИЙ ВІСНИК**

Збірник наукових праць

Випуск 24

Видання українською, російською та англійською мовами

Відповідальний секретар – Гончаренко Т. І.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
КВ №23259-13099ПР від 19.04.2018

Видавець СГ НТМ «Новий курс»  
Вул. Манізера, 3, м. Харків, 61002, Україна  
Тел. 097-044-03-09, E-mail: nr1989@ukr.net

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до  
Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції  
ДК №6392 від 07.09.2018

Підписано до друку 25.11.2018. Формат 60x90 1/8  
Папір офсетний, 80 г/м<sup>2</sup>. Гарнітура «Times New Roman»  
Друк. арк. – 14,7. Наклад 10 прим.